

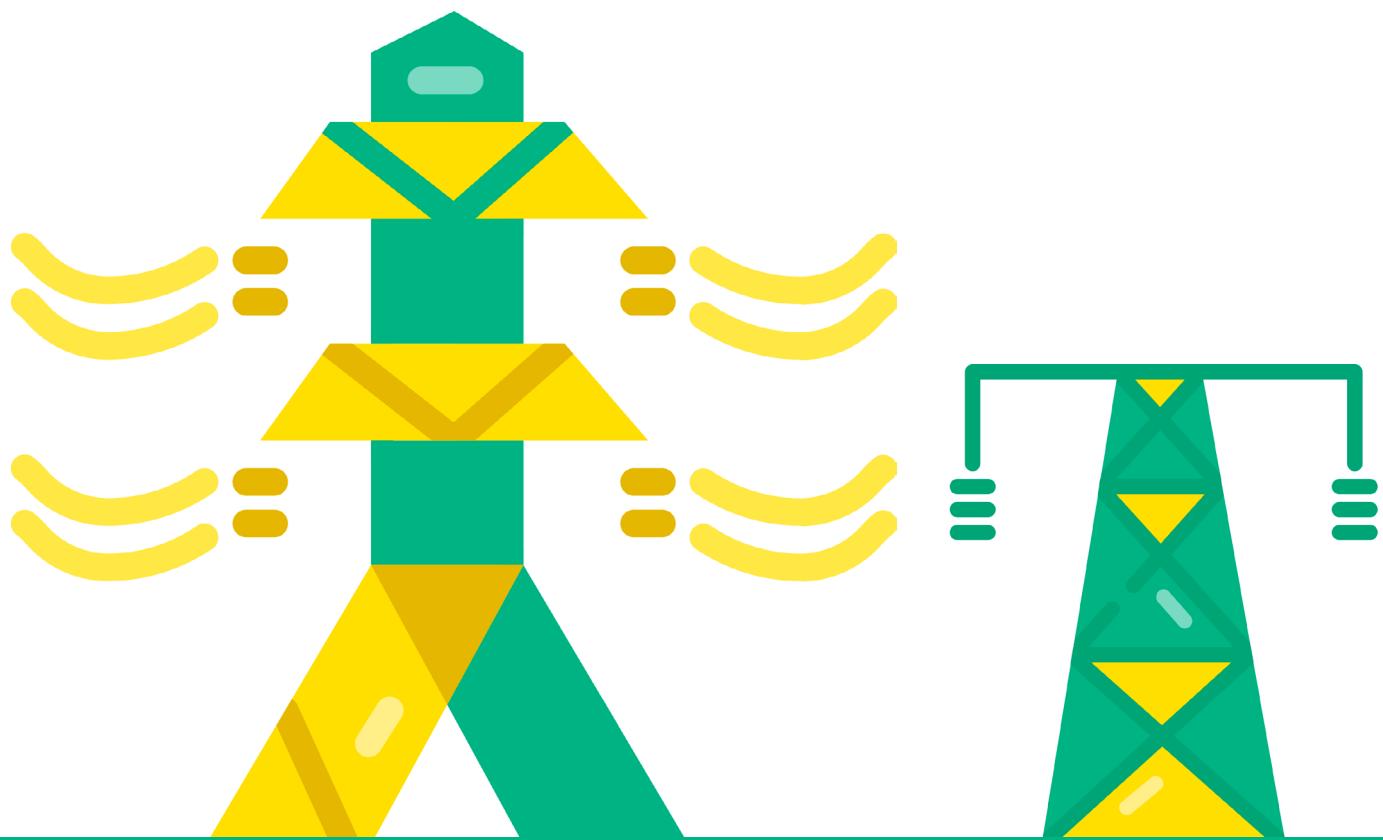


**USAID**  
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

 **dixigroup** ANALYTICS ON DUTY

# Рейтинг постачальників електроенергії

Пілотний випуск  
2020





**USAID**  
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

 **dixi group** ANALYTICS ON DUTY

© ГО “Діксі Груп”, 2020

Матеріал підготовлено в рамках Проекту USAID “Прозорість енергетичного сектору”, який виконує аналітичний центр DiXi Group. Випуск цього дослідження став можливим завдяки підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Інформація, викладена в цьому дослідженні, є виключною відповідальністю DiXi Group і за жодних обставин не може розглядатися як така, що відображає позицію USAID чи Уряду США.

# ІЗМІСТ

РЕЗЮМЕ	4
ПРО РЕЙТИНГ	7
<b>1. ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ</b>	9
<b>2. РЕЙТИНГИ ЗА КАТЕГОРІЯМИ</b>	10
2.1. Онлайн сервіси	11
2.2. Комерційні пропозиції	12
2.3. Інформування споживачів	13
2.4. Прозорість та ділова активність	14
<b>3. РЕЙТИНГИ ЗА РИНКОВИМ СТАТУСОМ</b>	15
3.1. Постачальники універсальних послуг та "останньої надії"	15
3.2. Постачальники за вільними цінами	16
<b>4. АНАЛІТИКА РЕЙТИНГІВ</b>	17
МЕТОДОЛОГІЯ	21
ДОДАТКИ	23

# | РЕЗЮМЕ

Рейтинг постачальників є регулярним аналітичним продуктом, спрямованим на розвиток роздрібного ринку електроенергії через активізацію конкуренції та посилення споживачів.

Одним із ключових пріоритетів інтеграції України в європейський енергетичний простір є належне функціонування нової моделі ринку електроенергії, що має стати потужним кроком у напрямку демонополізації, відкритості та прозорості ринку, посилення конкуренції серед компаній-постачальників та покращення обслуговування споживачів.

Аналітичний центр DiXi Group бачить свою роль у тому, щоби сприяти розвитку конкретного ринку електроенергії через незалежний моніторинг процесу його реформування, виявлення та об'єктивне оцінювання ринкових трендів, сприяння формуванню прозорої і недискримінаційної політики, основаної на аналізі даних і фактів.

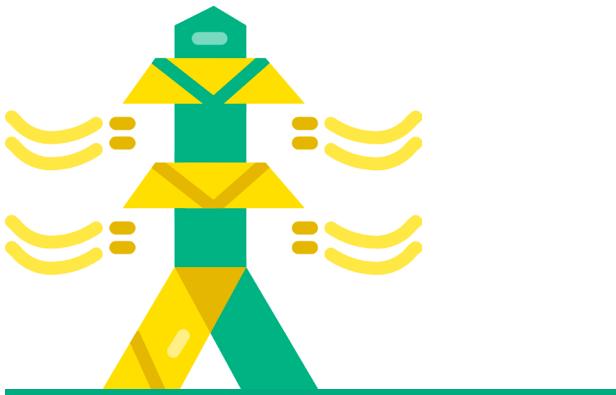
Аналітичний продукт "Рейтинг постачальників електроенергії", головним чином, спрямований на дві цільові аудиторії - **постачальників та споживачів<sup>1</sup>.**

Споживач отримує доступ до агрегованої інформації щодо онлайн сервісів,

комерційних пропозицій, прозорості та ділової активності провідних електропостачальних компаній. Рейтинг покликаний допомогти споживачам раціоналізувати вибір постачальника, скорочуючи витрати часу і коштів, а також ризики при прийнятті рішення та в процесі подальшого отримання послуг. Регулярне оновлення рейтингу спрямоване на формування здорового конкурентного середовища серед постачальників. Легкий доступ до оцінки роботи конкурентів забезпечить поінформованість про найкращі практики на ринку та допоможе постачальникам удосконалювати свою комерційну діяльність з орієнтацією на потреби споживачів. Також результати рейтингування постачальників можуть бути цікавими потенційним інвесторам і новим гравцям, які розглядають можливість виходу на ринок, для розуміння рівня сформованості конкурентних переваг гравців ринку та застосовних комерційних практик.

<sup>1</sup> Оскільки на ринку електроенергії застосовується механізм ПСО, домогосподарства практично не можуть змінювати постачальника. Тому наразі перевагами рейтингу поки що можуть скористатись, головним чином, непобутові споживачі.

## Ключові висновки



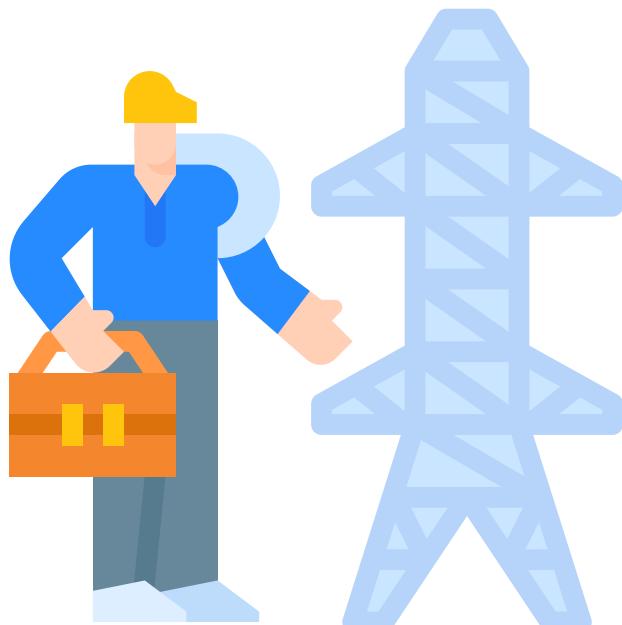
Результати пілотного оцінювання та рейтингування постачальників електроенергії України дозволяють дійти таких висновків:

- **Роздрібний ринок електроенергії, що почав роботу за новою моделлю з 1 січня 2019 року, поки що незрілий і перебуває на стадії формування.**

Основною причиною є “тепличний фактор” - більшість компаній з середини 90-х років працювали в умовах неконкурентних монополізованих локальних ринків і поки що не мають сформованих сучасних компетенцій ведення конкурентної боротьби за клієнта. Загальний середній рейтинговий бал компаній в проаналізованій вибірці 50-ти постачальників становить лише 0,345 при максимально можливому значенні - 1. Це зокрема свідчить, що у багатьох постачальників є великий простір для вдосконалення своєї комерційної діяльності та нарощування конкурентних переваг.

- **Між постачальниками електроенергії є великі розриви по рівню конкурентоспроможності.**

Компанії можна умовно розділити на три групи: “лідери” - 3 постачальника (загальний рейтинговий бал в межах 0,7-1), “середняки” - 28 постачальників (загальний рейтинговий бал в межах 0,3-0,7) та “приховані резерви” - 19 постачальників (загальний рейтинговий бал до 0,3). Загальний бал компанії-лідера рейтингу (0,779) майже у 8 разів перевищує бал компанії, що зайняла останнє місце (0,100). При цьому в групу лідерів потрапили лише три постачальника з 50-ти і всі вони мають відчутний відрив навіть від наступної у рейтингу компанії (0,529).



- **Компанії з особливим статусом на ринку - постачальники універсальних послуг (ПУП) та постачальник "останньої надії" (ПОН) - демонструють істотно вищі оцінки за всіма категоріями рейтингу порівняно з постачальниками за вільними цінами (ПВЦ).**

Загальний середній рейтинговий бал ПУП та ПОН (0,448) майже у 2 рази перевищує аналогічний показник ПВЦ (0,234). При цьому, серед постачальників, які займають перші 25 позицій у загальному рейтингу, 23 - це ПУП і лише 2 - ПВЦ. Причина такої ситуації, на нашу думку, полягає у традиційній ролі ПУП як регіональних постачальників (колишні обленерго), що домінували на ринку до 2019 року та, попри відокремлення, зберігають афіліацію з операторами систем розподілу (ОСР).

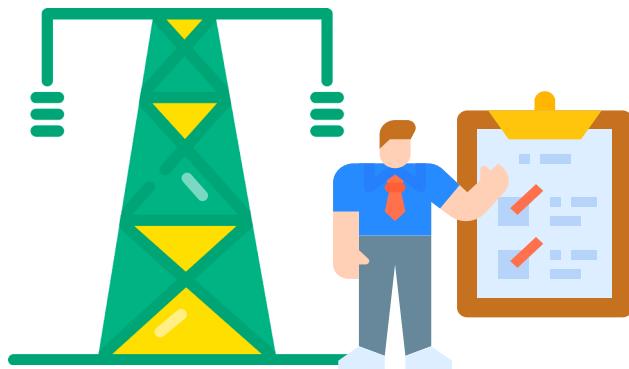
- **Вищий рейтинг постачальників асоціюється з більшим обсягом продажу електроенергії та часткою ринку.** Досить високий коефіцієнт кореляції Пірсона (0,79) в цілому свідчить про тісний зв'язок між рейтинговим балом постачальника та обсягом продажу електроенергії. Така закономірність мотивуватиме компанії до посилення конкурентних переваг шляхом покращення якості сервісів та комерційних пропозицій для споживачів, своєї клієнтоорієнтованості та прозорості з метою масштабування бізнесу та виходу на всеукраїнський рівень.



- **Середні бали постачальників у субрейтингах, сформованих за чотирма категоріями, істотно різняться.** Найвищий середній бал компанії отримали у категорії "Інформування споживачів" (0,603), а найнижчий - у "Прозорість та ділова активність" (0,184). Причому в останній категорії лідери взагалі відсутні, а низький бал компаній пов'язаний з тим, що більшість з них не публікують свою фінансову звітність, а нефінансову - опублікував лише один з 50-ти постачальників. Середні бали постачальників у категоріях "Онлайн сервіси" та "Комерційні пропозиції" практично однакові - 0,309 та 0,332, разом з тим також є досить низькими, що свідчить про значний простір для покращення своїх практик.

- **Значний прогрес компаній у рейтингу можливий** - у разі їхньої готовності підвищувати свою прозорість, впроваджувати сучасні формати онлайн обслуговування та створювати ширший асортимент комерційних пропозицій з урахуванням потреб клієнтів.

# І ПРО РЕЙТИНГ



**Рейтинг постачальників електроенергії** - це інструмент, який дозволяє проводити регулярне оцінювання компаній за набором індикаторів, формувати їх загальний рейтинг, а також рейтнги за окремими категоріями, робити аналітичні узагальнення та відслідковувати прогрес.

**Мета рейтингування** - сприяти поступу роздрібного ринку електроенергії з урахуванням кращих європейських практик. Для відслідковування розвитку постачальників та ринку в цілому, рейтинг готовиметься два рази на рік.



## Основні завдання “Рейтингу постачальників електроенергії”:



1 **Активізувати конкуренцію і стимулювати постачальників** до формування і постійного посилення конкурентних переваг, покращення якості послуг і роботи зі споживачами.



2 **Допомогти споживачам** приймати рішення щодо **вибору кращого постачальника** на основі їх порівняння за важливими якісними характеристиками.

**Індикатори оцінювання** компаній сформовані на основі конкретних нормативних вимог та кращих європейських практик комерційної діяльності постачальників електроенергії. Всі індикатори згруповані в чотири категорії, що відображають різні аспекти роботи компаній з основним фокусом на взаємодію зі споживачами:



Онлайн  
сервіси

1



Комерційні  
пропозиції

2



Інформування  
споживачів

3



Прозорість та  
ділова активність

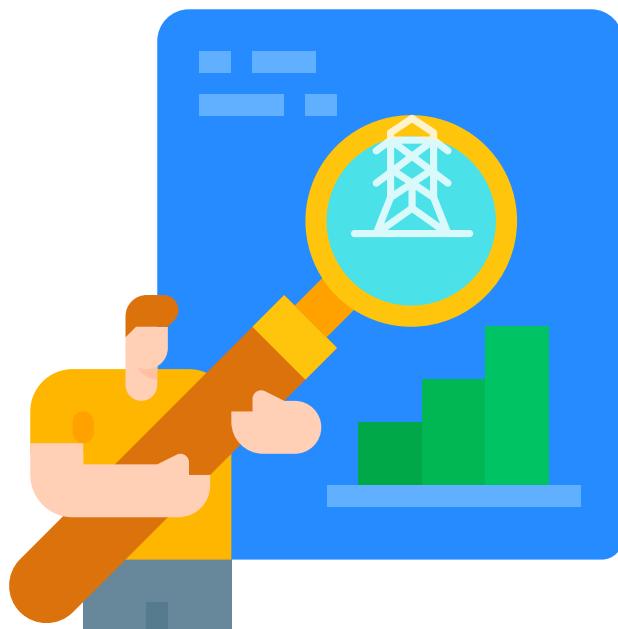
4

**1. Онлайн сервіси** характеризують надання споживачам сучасних послуг, що полегшують і роблять їхню для взаємодію з постачальником більш швидкою, якісною і комфортною.

**2. Комерційні пропозиції** характеризують рівень клієнтоорієнтованості та гнучкості постачальників при визначенні цін на електроенергію, надання інших супутніх послуг, які створюють вищу цінність та більш повно задовольняють потреби споживачів.

**3. Інформування споживачів** характеризує якість та повноту надання постачальником інформації, важливої для прийняття рішень, забезпечення їхньої поінформованості про свої права та формування більш зрілої і активної споживчої поведінки.

**4. Прозорість та ділова активність** характеризує розкриття постачальником своєї фінансової та нефінансової звітності, рівень комерційної активності в різних регіонах України, що непрямо свідчать про його надійність.



Оцінювання постачальників здійснюється за вибіркою ТОП-50 найбільших компаній (за обсягом постачання та кількістю клієнтів<sup>2</sup>) на основі моніторингу їхніх офіційних веб-сайтів, а також даних НКРЕКП, отриманих в рамках звітності ліцензіатів.

Максимально можливий рейтинговий бал постачальників у загальному рейтингу та рейтингах за категоріями - 1 (детальніше - у розділі "Методологія").

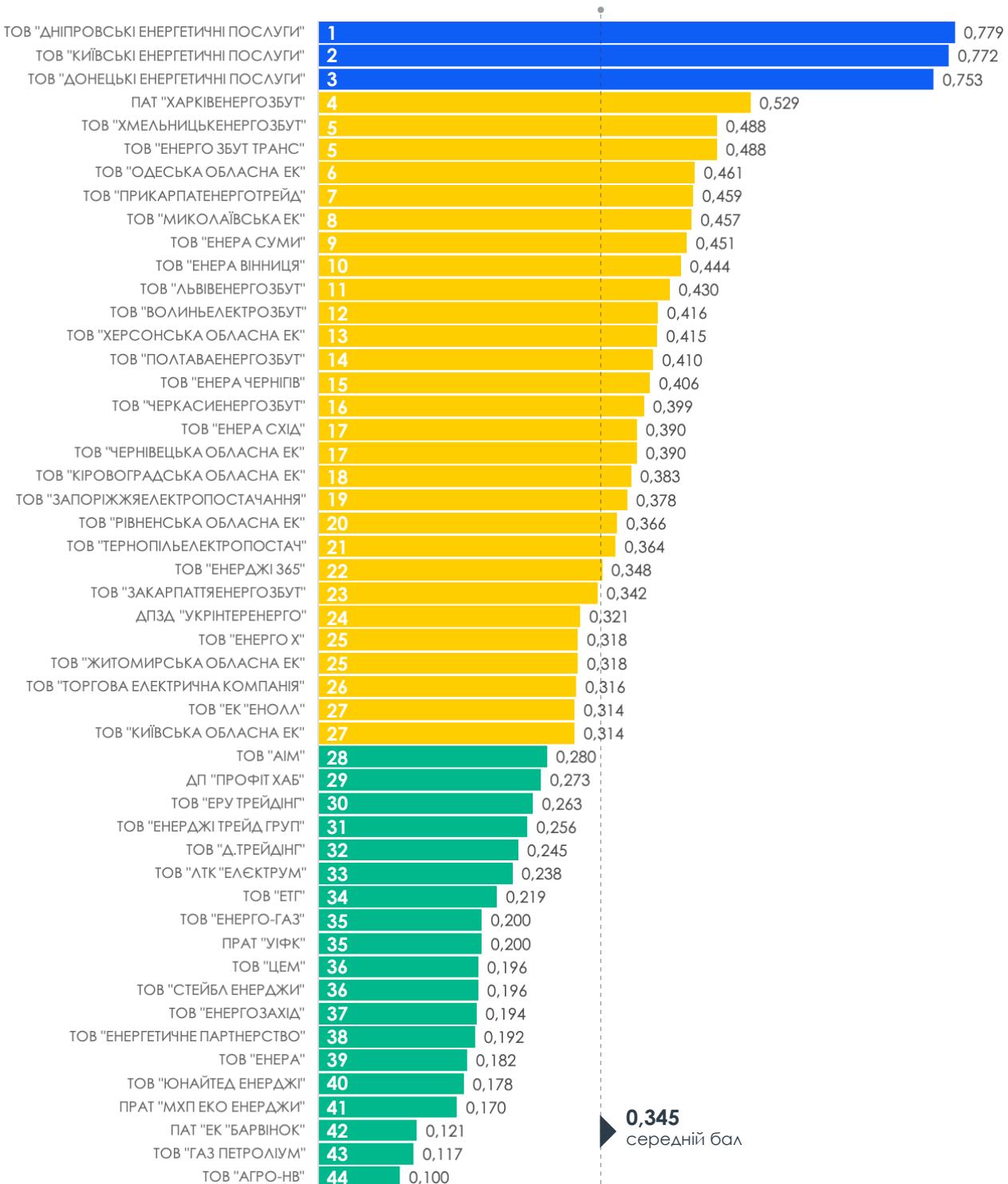
<sup>2</sup> Для формування вибірки використовуються показники загального обсягу постачання електроенергії всім групам споживачів та загальної кількості клієнтів (побутових та непобутових) за певний період.

# 1. ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ

Лідери

Середняки

Приховані резерви



## 2. РЕЙТИНГИ ЗА КАТЕГОРІЯМИ



Онлайн  
сервіси



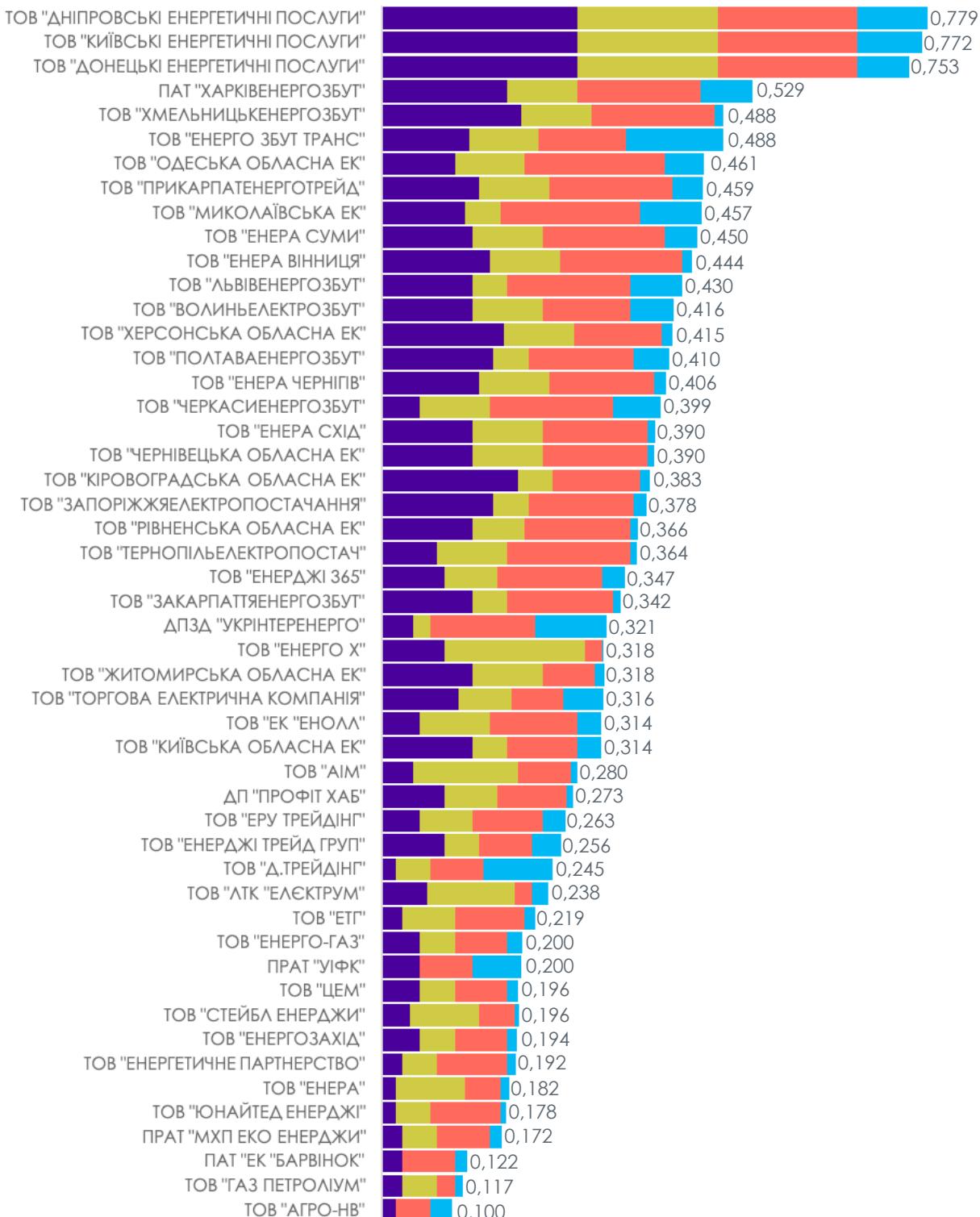
Комерційні  
пропозиції



Інформування  
споживачів



Прозорість та  
ділова активність



## 2.1. Онлайн сервіси



Категорія характеризує надання споживачам сучасних онлайн послуг, що полегшують і роблять їхню для взаємодію з постачальником більш швидкою, якісною і комфортною. **Індикатори категорії:**



Онлайн укладання чи подовження договору про постачання



Онлайн тарифний калькулятор



Онлайн передача показників лічильника



Онлайн оплата рахунку



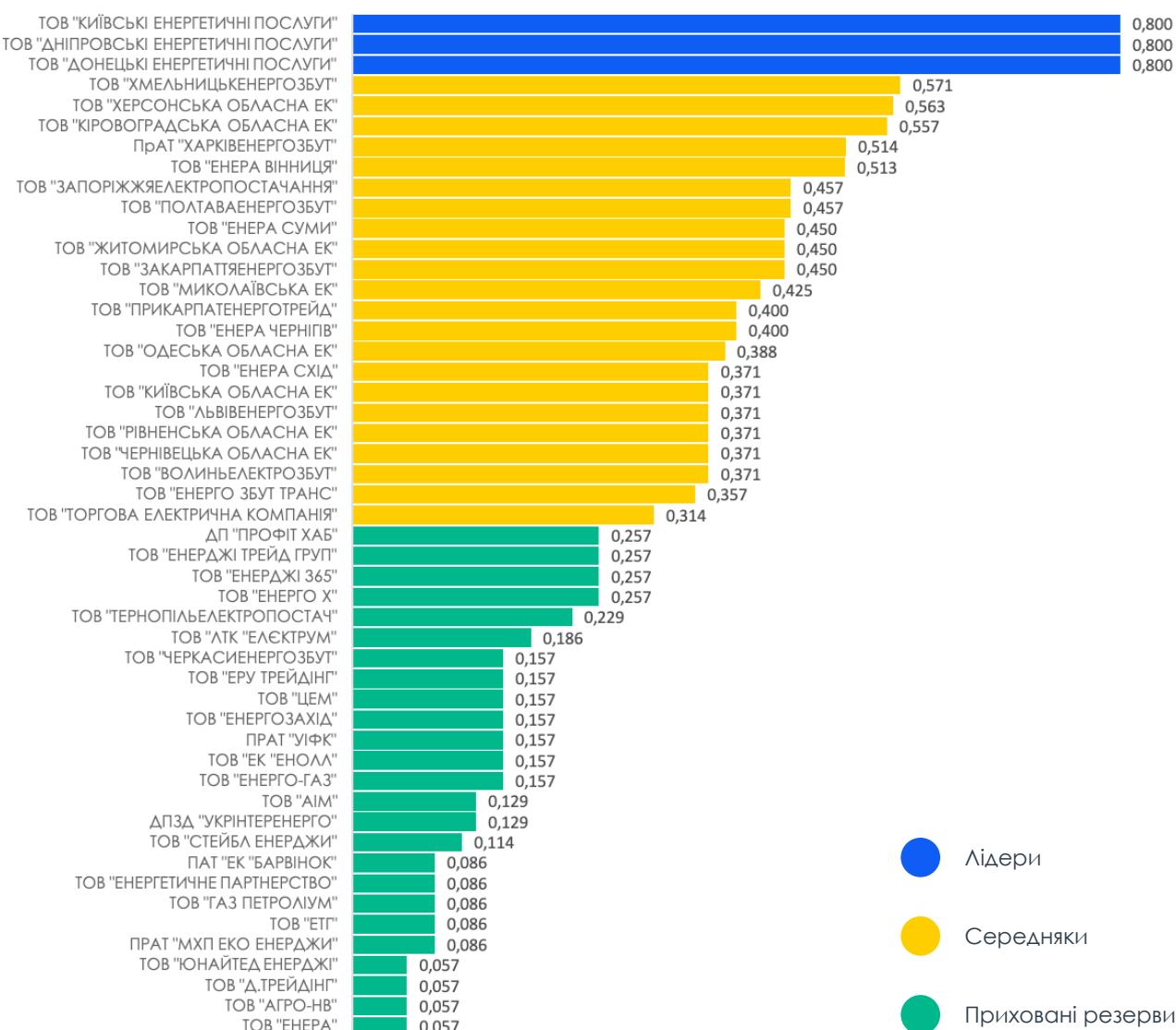
Персональний кабінет з описом функціоналу



Мобільний додаток компанії



Гнучкість системи зворотнього зв'язку



Лідери

Середняки

Приховані резерви

## 2.2. Комерційні пропозиції



Категорія характеризує рівень клієнтоорієнтованості та гнучкості постачальників при визначенні цін на електроенергію, надання інших супутніх послуг, які створюють вищу цінність та більш повно задовольняють потреби споживачів. **Індикатори категорії:**



Гнучкі тарифні плани для непобутових споживачів



Енергетичний консалтинг для споживачів



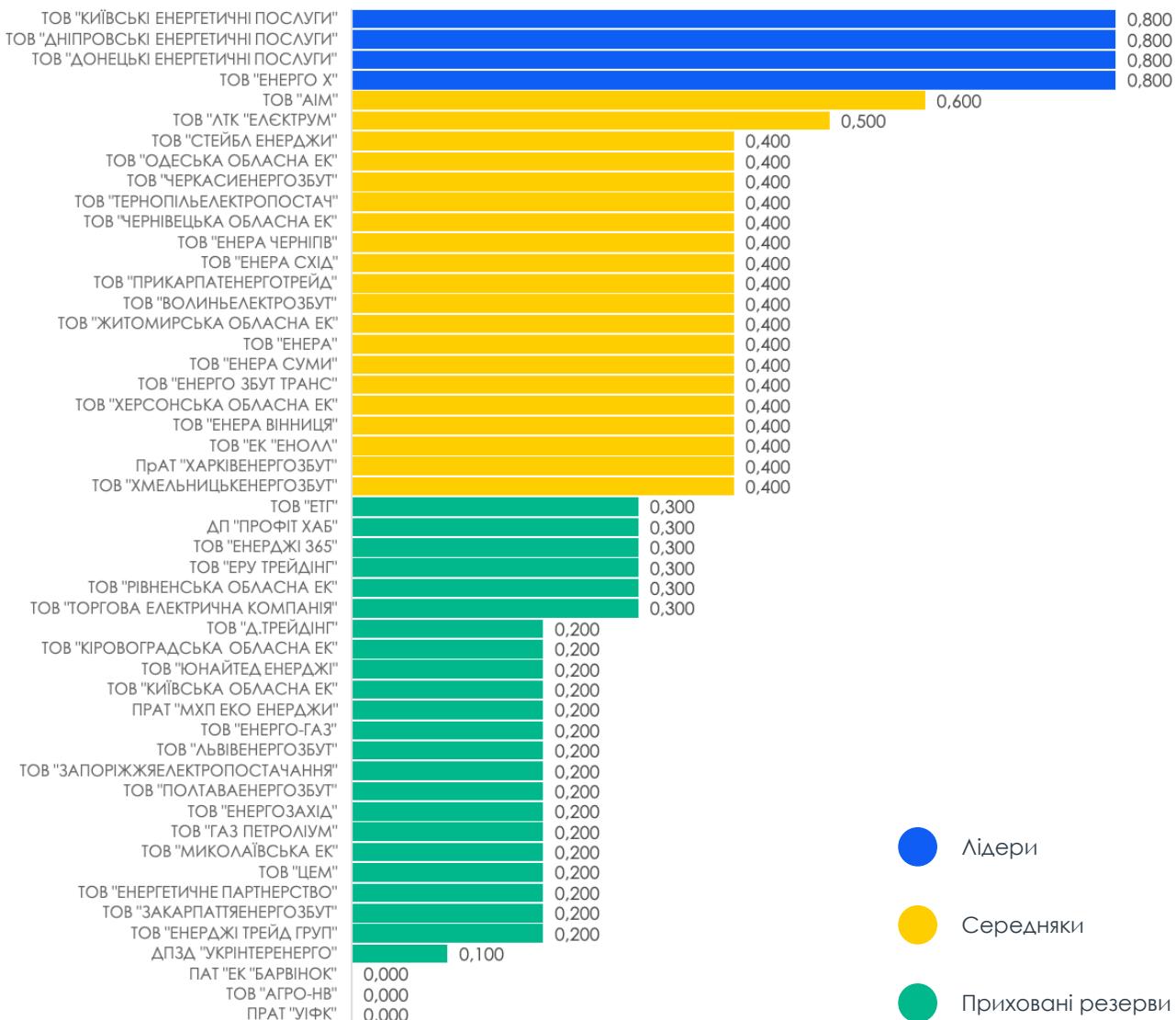
Продаж та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування



Електротехнічний сервіс



Постачання природного газу



## 2.3. Інформування споживачів



Категорія характеризує якість та повноту надання постачальником інформації, важливої для прийняття рішень, забезпечення поінформованості споживачів про свої права та формування більш зрілої поведінки. **Індикатори категорії:**



Опис публічних комерційних пропозицій



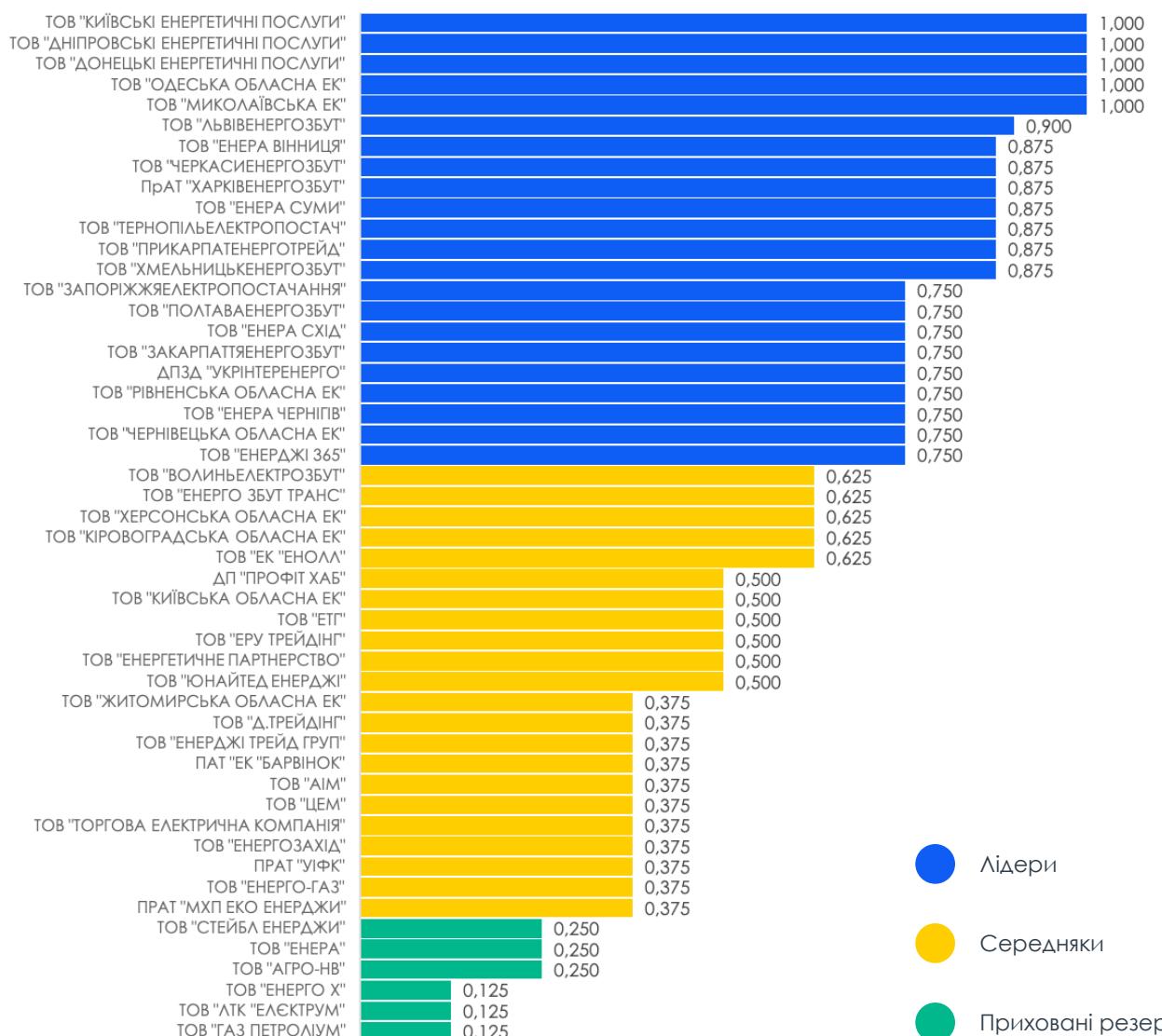
Інформація про ціни/тарифи та їхню структуру



Інформація про порядок подання споживачами звернень, скарг, претензій до постачальника



Розділ FAQ (інформація для споживачів)



● Лідери

● Середняки

● Приховані резерви

## 2.4. Прозорість та ділова активність



Категорія характеризує розкриття постачальником своєї фінансової та нефінансової звітності, рівень комерційної активності в різних регіонах України, які непрямо свідчать про його надійність. **Індикатори категорії:**



Публікація  
фінансової  
звітності



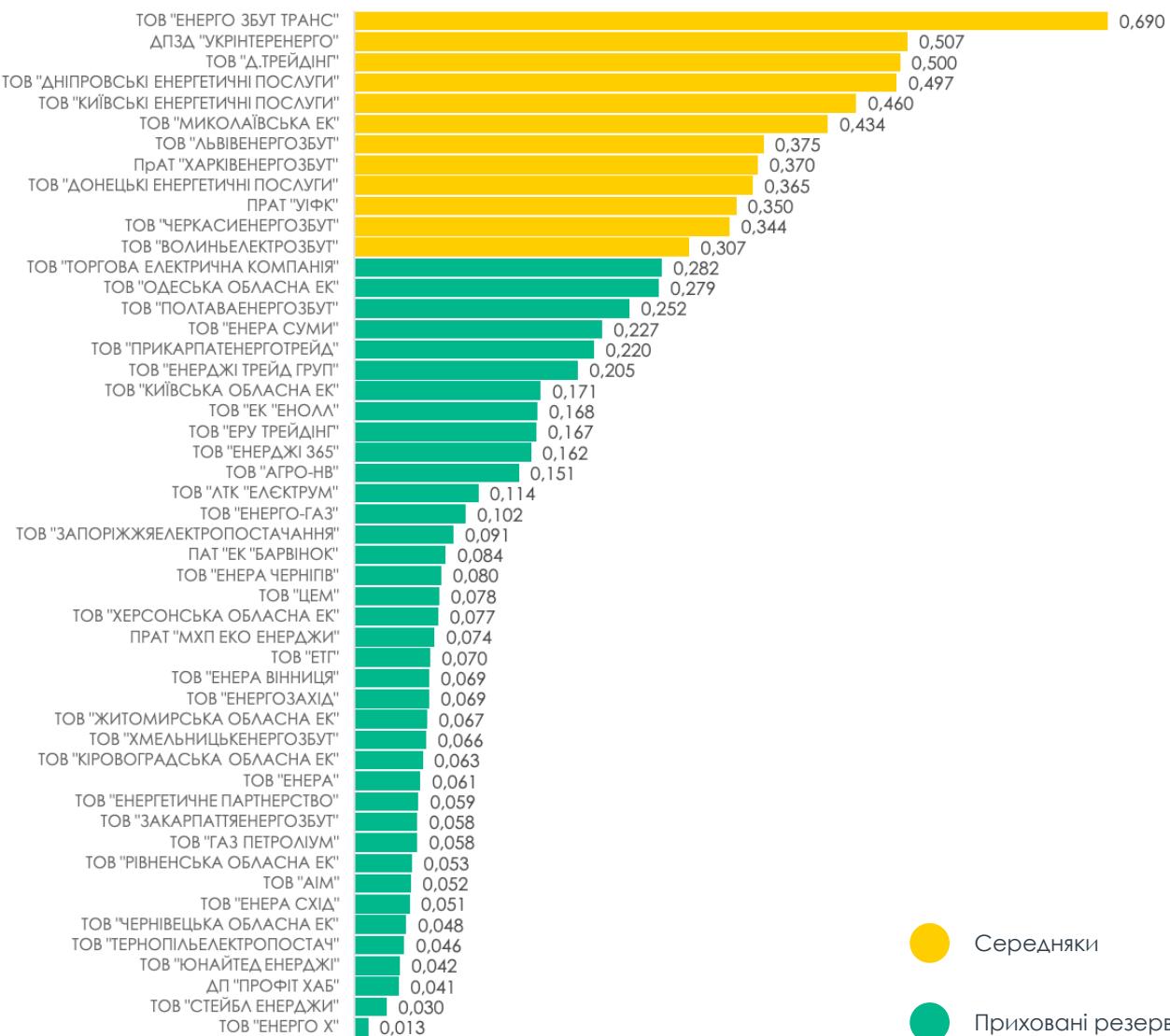
Публікація  
нефінансової  
звітності



Загальний обсяг  
постачання  
електроенергії



Кількість договорів  
постачальника  
з різними ОСР  
(при фактичному обсязі  
постачання за певний  
період вище порогового  
рівня 1 млн кВт·год)



Середняки

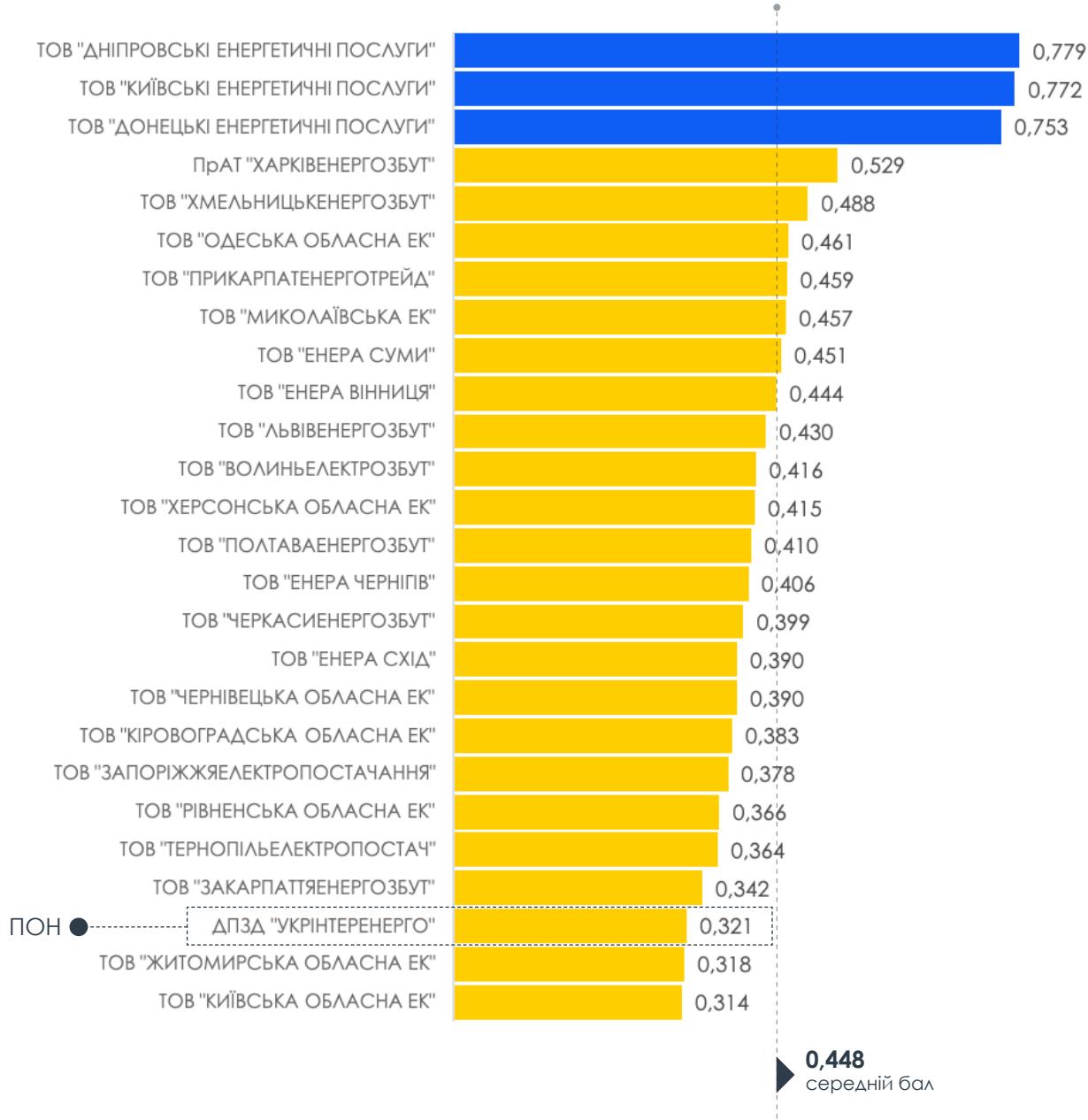
Приховані резерви

## 3. РЕЙТИНГИ ЗА РИНКОВИМ СТАТУСОМ

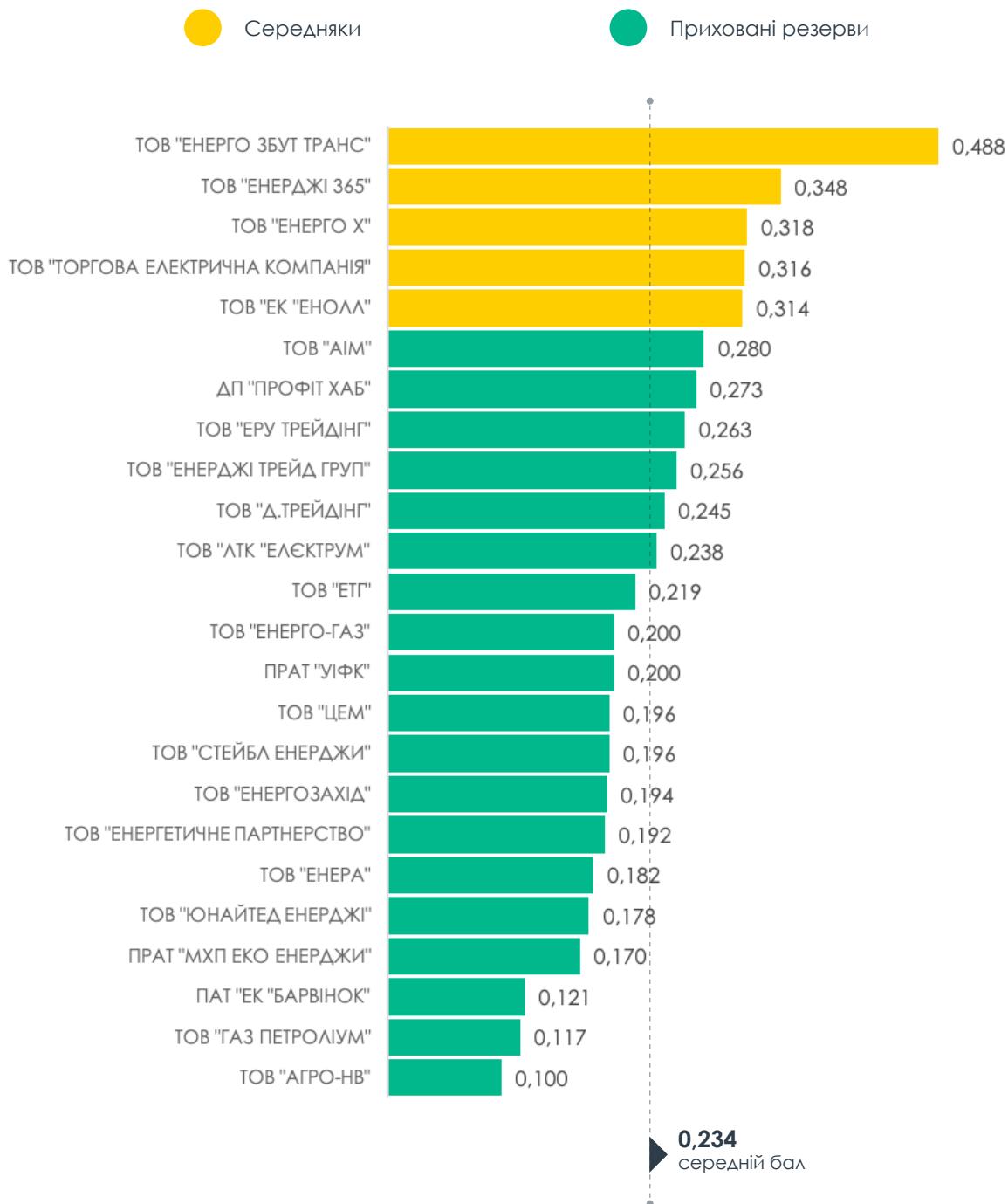
### 3.1. Постачальники універсальних послуг та “останньої надії”

Лідери

Середняки



### 3.2. Постачальники за вільними цінами



## 4. АНАЛІТИКА РЕЙТИНГІВ

В цілому прослідовується закономірність - **вищий рейтинг постачальника асоціюється з більшим обсягом продажу та часткою на роздрібному ринку електроенергії**. Досить високий коефіцієнт кореляції Пірсона ( $0,79$ )<sup>3</sup> в цілому свідчить про тіsnий зв'язок між загальним рейтинговим балом постачальника та обсягом продажу ним електроенергії.

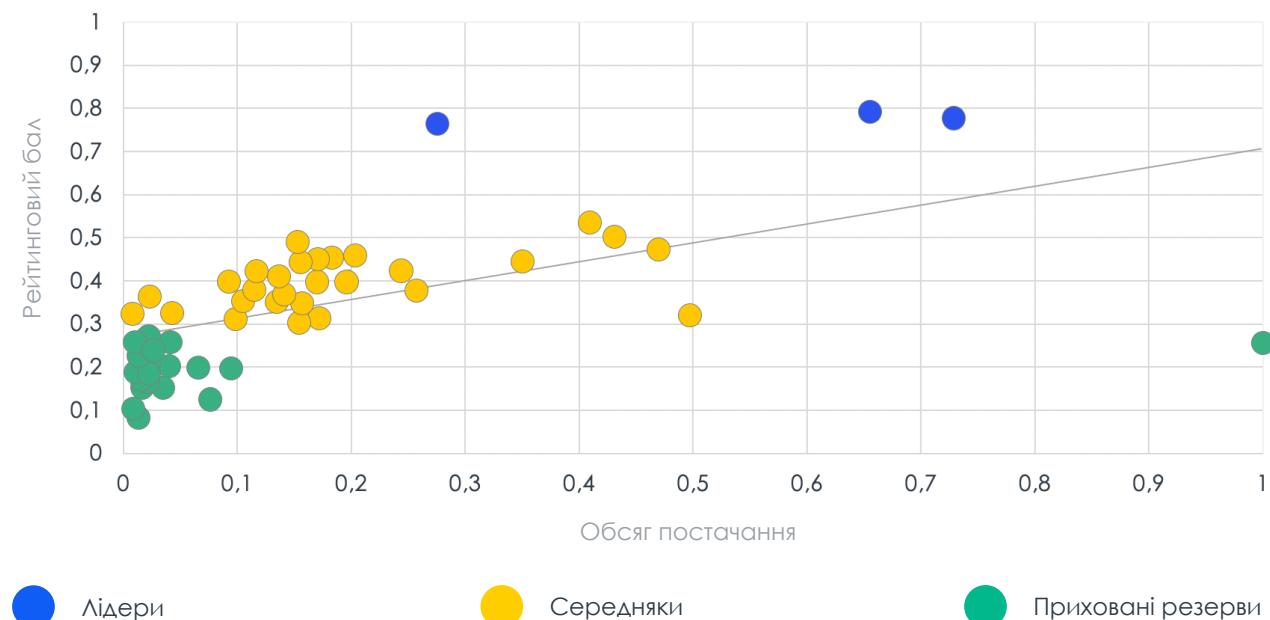
Існування такої закономірності стимулюватиме компанії до постійного нарощування конкурентних переваг шляхом покращення якості онлайн сервісів, розширення та створення більш гнучких,

<sup>3</sup> Кореляція обчислена без урахування однієї компанії, що є статистичною девіацією

клієнтоорієнтованих комерційних пропозицій для споживачів, а також покращення своєї прозорості з метою масштабування бізнесу та виходу за межі своєї традиційної географії (міста/області/регіону) або певної категорії споживачів на загальнонаціональний рівень.

**Найвищі рейтингові бали постачальники демонструють у категорії “Інформування споживачів”** (середній бал компаній -  $0,603$ ), оскільки індикатори цієї категорії переважно ґрунтуються на конкретних нормативних вимогах щодо публікації ліцензіями НКРЕКП інформації. До того ж це найменш ресурсомісткий компонент діяльності постачальників.

### Обсяг постачання відносно рейтингового балу:

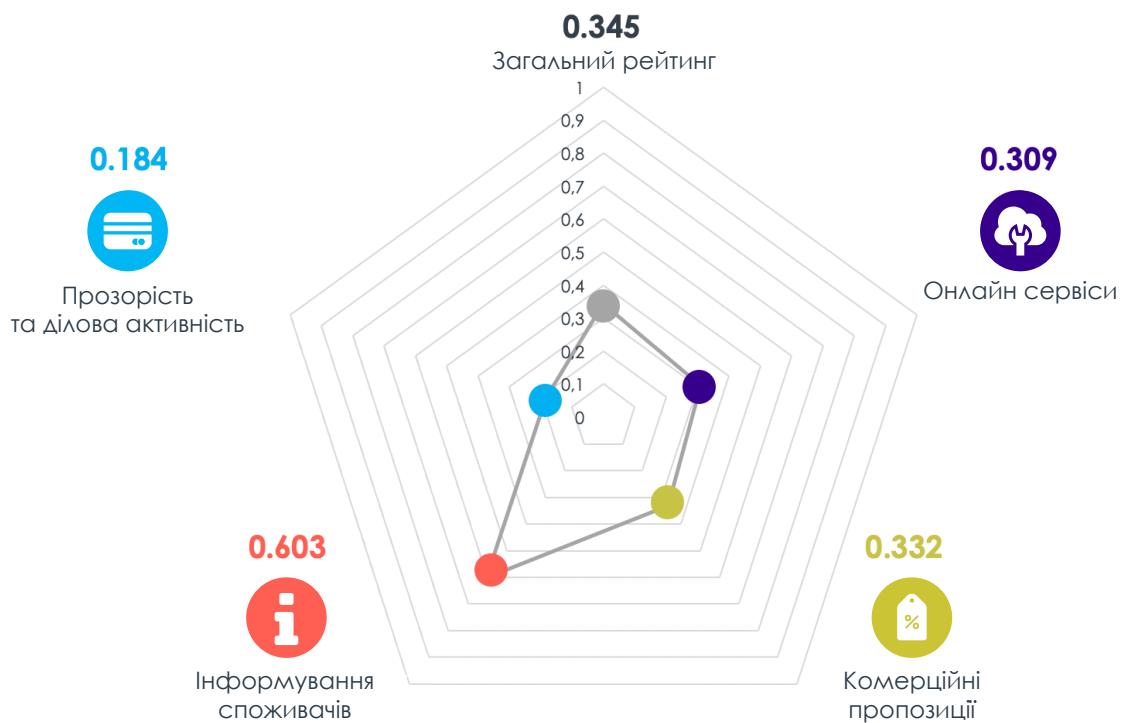


Лідери

Середняки

Приховані резерви

## Середній рейтинг по категоріям:



Середні бали постачальників у категоріях **“Онлайн сервіси”** (0,309) та **“Комерційні пропозиції”** (0,322) є доволі низькими, що свідчить про те, що компанії мають значний резерв до покращення діяльності у цих напрямках.

Найнижчий середній бал постачальники отримали в категорії **“Прозорість та ділова активність”** (0,184), що передусім пов’язано з тим, що несформованою культурою прозорості в частині публікації фінансової та нефінансової звітності.

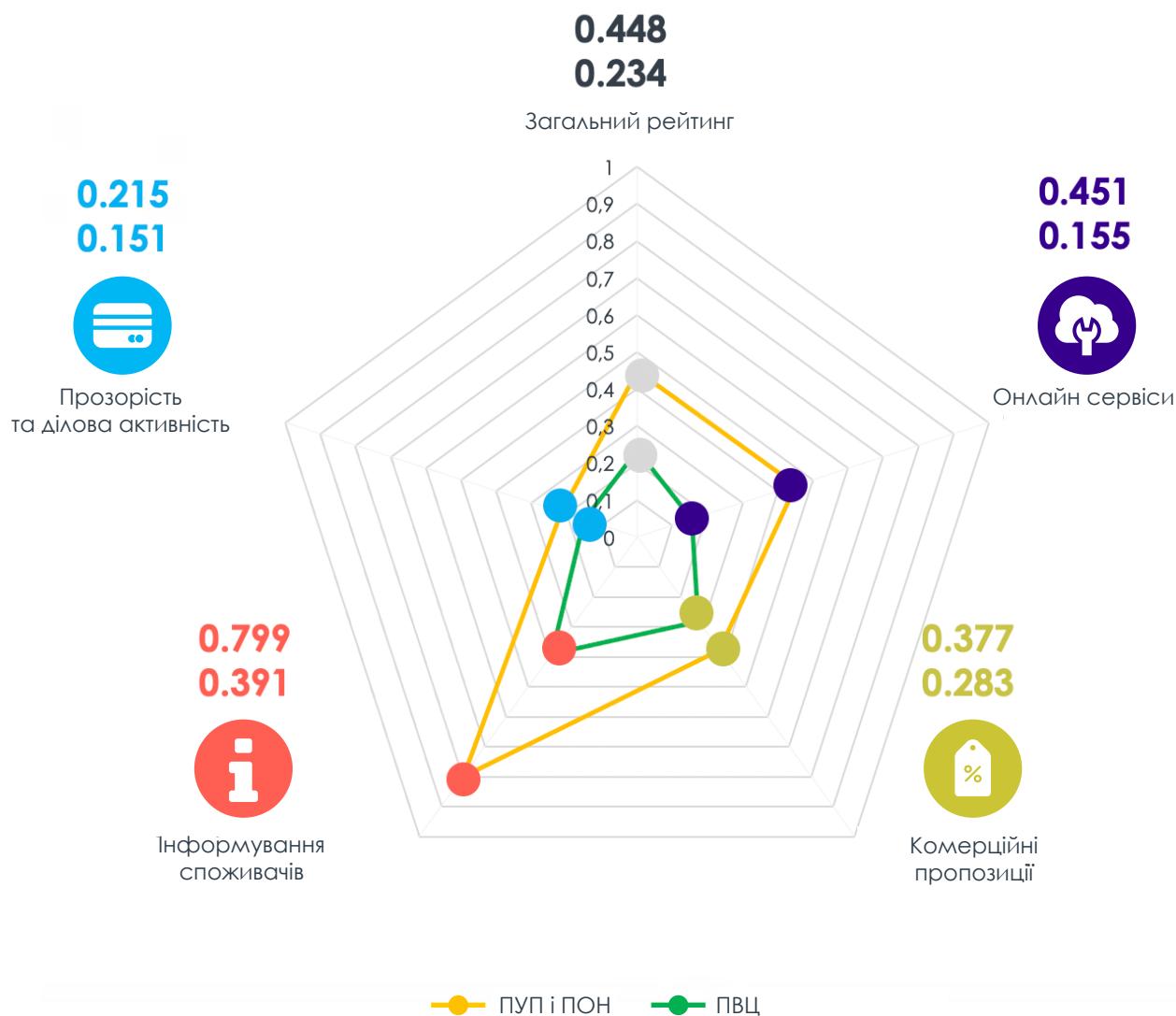
Це єдина категорія рейтингу, де повністю відсутня група лідеруючих компаній.

При цьому, лише одна з 50-ти компаній опублікувала свій звіт про управління за 2019 рік.

**Компанії з особливим статусом на ринку - постачальники універсальних послуг (ПУП) та постачальник “останньої надії” (ПОН) - демонструють істотно вищі оцінки за всіма категоріями рейтингу порівняно з постачальниками за вільними цінами (ПВЦ).** Загальний середній рейтинговий бал ПУП та ПОН (0,448) майже у 2 рази перевищує аналогічний показник ПВЦ (0,234). При цьому, серед постачальників, які займають перші 25 позицій рейтингу, 23 - це ПУП і лише 2 - ПВЦ.

Причина такої ситуації, на нашу думку, полягає у традиційній ролі ПУП як регіональних постачальників (колишні обл-енерго), що домінували на ринку до 2019 року та, попри відокремлення, зберігають афіліацію з операторами систем розподілу (OCP).

## ПУП / ПОН vs ПВЦ:



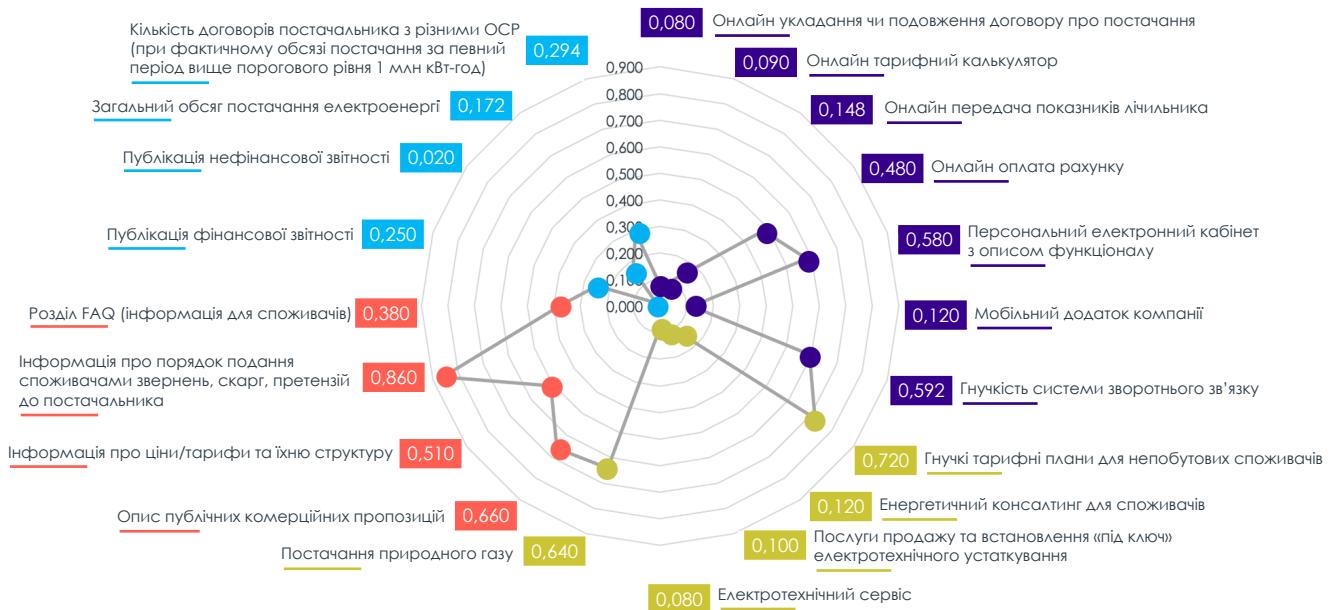
Найбільший розрив між групами ПУП / ПОН і ПВЦ спостерігається у категорії “Онлайн сервіси”. Середній бал ПУП / ПОН (0,451) майже втричі перевищує оцінку ПВЦ (0,155).

Також відчутно відрізняються оцінки цих груп постачальників у категорії “Інформування споживачів”, де середній бал

ПУП / ПОН (0,799) більш як удвічі перевищує бал ПВЦ (0,391).

При цьому найменші розриви між компаніями цих груп спостерігаються у категоріях “Комерційні пропозиції” (0,377 і 0,283), “Прозорість та ділова активність” (0,215 і 0,151).

## Середні оцінки за індикаторами:



**Середні рейтингові бали постачальників за різними індикаторами істотно відрізняються. Найвищі оцінки компанії отримали по таким індикаторам:**

- Інформація про порядок подання споживачами звернень, скарг, претензій до постачальника - 0,860;
- Гнучкі тарифні плани для непобутових споживачів - 0,720;
- Опис публічних комерційних пропозицій - 0,660;
- Постачання природного газу - 0,640, що належать до категорій “Інформування споживачів” та “Комерційні пропозиції”.

**Натомість найнижчі середні оцінки постачальники отримали за індикаторами:**

- Публікація нефінансової звітності - 0,020 (лише одна компанія з 50-ти опублікувала звіт про управління за 2019 рік);
- Онлайн укладання чи подовження договору про постачання - 0,080;
- Електротехнічний сервіс - 0,080;
- Онлайн тарифний калькулятор - 0,090;
- Продаж та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування - 0,100;
- Мобільний додаток компанії - 0,120;
- Енергетичний консалтинг для споживачів - 0,120,

**що належать до категорій “Онлайн сервіси”, “Комерційні пропозиції”, “Прозорість та ділова активність”, за якими постачальники мають найбільший резерв до удосконалення своєї діяльності і підвищення рейтингу.**

# МЕТОДОЛОГІЯ

## Загальний підхід

Побудова рейтингу постачальників ґрунтуюється на методиці багатовимірної середньої, яку використовують для комплексного оцінювання складних об'єктів, процесів та явищ в економіці. Вони, як правило, складаються з множини елементів, кожен з яких можна охарактеризувати різносторонніми параметрами. Роздрібний ринок електроенергії є саме таким складним явищем, а його елементами, серед іншого, - постачальники, діяльність яких можна оцінити через набір індикаторів.

Розрахунок загального рейтингового балу компаній, а також балів за 4-ма категоріями рейтингу передбачає оцінювання вибірки з 50-ти найбільших постачальників електроенергії по 20-ти індикаторам.

Оцінювання відбувається на основі аналізу відкритих джерел - офіційних веб-сайтів постачальників та даних НКРЕКП, отриманих DiXi Group.

## Індикатори та категорії

**Індикатор** - конкретний показник, обраний для оцінювання роботи постачальника. Набір індикаторів (див. Додаток А) сформований на основі опрацювання нормативних вимог до діяльності ліцензіатів з постачання електричної

енергії в Україні, норм відповідного європейського законодавства в частині регулювання ринку електроенергії, а також кращих європейських практик комерційної діяльності постачальників.

**Всі індикатори рейтингу є рівновагоміми і згруповані в чотири категорії:**

- Онлайн сервіси
- Комерційні пропозиції
- Інформування споживачів
- Прозорість та ділова активність

Аналіз у межах сформованих категорій охоплює основні виміри комерційної діяльності постачальників електроенергії з фокусом на оцінювання рівня клієнторієнтованості компаній та послуг, що надаються споживачам.

## Вибірка

**Вибірка електропостачальних компаній формується на двокритеріальній основі:**

- обсяг поставленої споживачам електроенергії за певний період<sup>4</sup>;
- кількість споживачів, яким компанія постачає електроенергію (до вибірки увійшли компанії, що мають більше 10-ти клієнтів)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> У пілотному рейтингу використовується сумарний обсяг поставленої компанією електроенергії за 2019 рік усім групам споживачів.

<sup>5</sup> Береться до уваги загальна кількість клієнтів (побутових та непобутових) у постачальника.

Розпорядником цих даних є НКРЕКП. Завдяки двокритеріальній основі формування вибірки та її розміру, оцінювання охоплює біля 80% (95 млрд кВт·год) роздрібного ринку електроенергії і є високо репрезентативним. При цьому частка ринку найменшої за обсягом постачання компанії, що увійшла до вибірки, становить близько 0,1%.

## Оцінювання та розрахунок рейтингових балів

Для кожного індикатора сформована дискретна шкала оцінювання в межах від 0 до 1 з метою трансформації масиву якісних даних у кількісні показники<sup>6</sup>.

Визначення рейтингових балів<sup>7</sup> компанії і відповідних позицій здійснюється шляхом розрахунку простої середньої з оцінок, отриманих постачальником по всім індикаторам. Окрім загального рейтингу компаній, також сформовані субрейтинги за чотирма категоріями, що допоможе споживачам краще фокусуватись при виборі постачальника на особистих преференціях і потребах.

<sup>6</sup> Для підрахунку значень індикаторів "Загальний обсяг постачання електроенергії" та "Кількість договорів постачальника з різними ОСР", на основі даних НКРЕКП, застосовувалася нормалізація, тобто ділення показника компанії на максимальне значення за цим індикатором у вибірці.

<sup>7</sup> Рейтинговий бал постачальника округлюється до трьох знаків після коми.

За результатами оцінювання постачальників розділено на три групи за отриманими ними рейтинговими балами:

- "Лідери" - бал в межах від 0,7 до 1;
- "Середняки" - бал в межах від 0,3 до 0,7;
- "Приховані резерви" - бал до 0,3.

## Обмеження дослідження

Вибірка з 50-ти найбільших постачальників охоплює біля 80% роздрібного ринку електроенергії серед близько 800 діючих ліцензіатів НКРЕКП.

Рейтинг не порівнює цінові пропозиції постачальників, оскільки для цього мають використовуватись спеціальні інструменти (price comparison tools), широко розповсюджені в європейській практиці.

Оцінювання компаній проведено протягом 15 червня - 15 липня 2020 року, тоді як вибірка сформована на основі даних НКРЕКП за 2019 рік. Тому, ймовірно, частина компаній, які увійшли у вибірку на двокритеріальній основі, можуть не задовольняти критеріїм станом на 2020 рік.

За рахунок часового лагу між оцінюванням компаній та представленням результатів рейтингування, можуть виникати певні розбіжності між оцінками окремих індикаторів та актуальним станом сайтів постачальників, адже їхній контент може змінюватись динамічно.

# ІДОДАТКИ

## Додаток А. Набір індикаторів оцінювання постачальників електроенергії

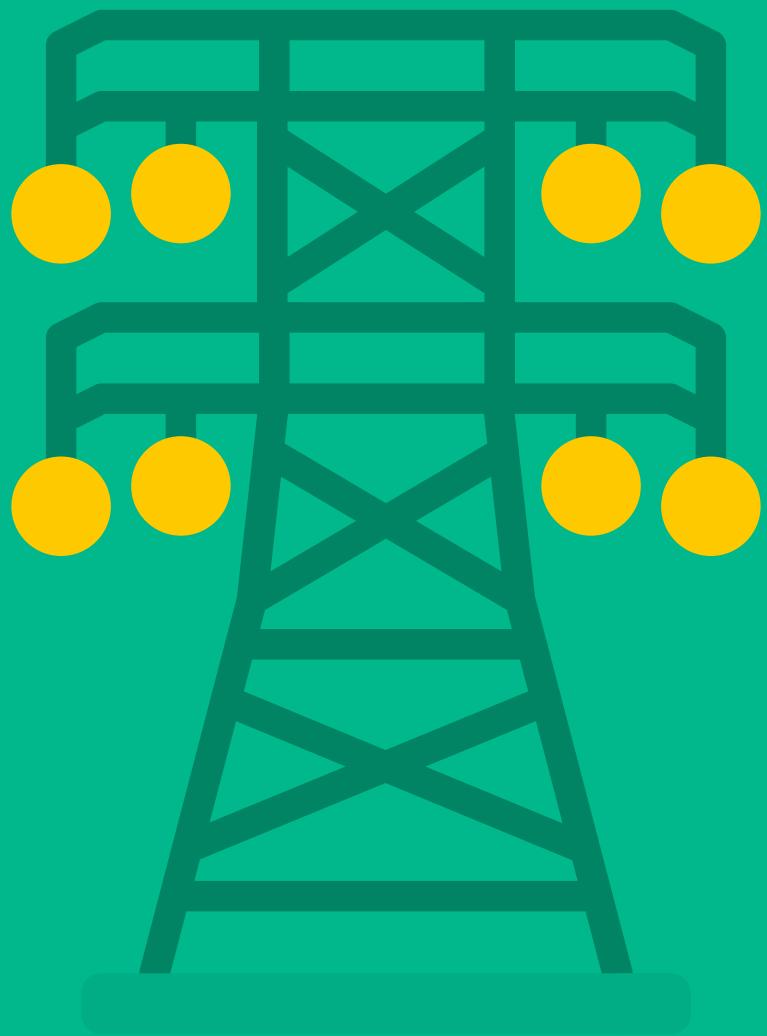
Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 <b>1. Онлайн сервіси</b>	1.1. Укладання контракту	1.1.1. Онлайн укладання чи подовження договору про постачання	1 - так, 0,5 - сервіс доступний лише для окремих категорій/груп споживачів, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника онлайн-форми для укладання договору (заяви-приєднання до договору) із вказанням особистих даних, опцією вибору тарифного плану або є можливість завантажити електронні документи, необхідні для укладання договору, та відправити заповнені документи постачальнику онлайн, зокрема електронною поштою. Інформація про можливість відправлення заповнених споживачем документів електронною поштою має бути чіткою та доступною на сайті постачальника.
		1.2. Порівняння і вибір тарифних планів	1.2.1. Онлайн тарифний калькулятор	1 - так, 0,5 - офлайн тарифний калькулятор (вимагає скачування) 0 - ні.
	1.3. Комерційний облік і платежі	1.3.1. Онлайн передача показників лічильника	1 - надана інформація про всі 5 способи, 0,8 - надана інформація про 4 способи, 0,6 - надана інформація про 3 способи, 0,4 - надана інформація про 2 способи, 0,2 - надана інформація про 1 спосіб, 0 - інформація відсутня.	Наявність на сайті постачальника інформації про сервіси, які надаються постачальником для передачі споживачами показників лічильника, зокрема через: 1) спеціальне поле на сайті без необхідності входу до персонального кабінету, 2) персональний кабінет, 3) кол-центр, 4) смс, 5) месенджери.
		1.3.2. Онлайн оплата рахунків	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника спеціального поля, де можна здійснити оплату споживання електроенергії без входу до персонального кабінету
		1.3.3. Персональний кабінет з описом функціоналу	1 - наявність персонального кабінету та опису його функціоналу, 0,5 - наявність персонального кабінету, але без опису його функціоналу або сервіс доступний лише для окремих категорій/груп споживачів 0 - відсутність персонального кабінету та опису його функціоналу.	Наявність на сайті постачальника сервісу персонального електронного кабінету та опису його функціоналу, з яким можна ознайомитись до реєстрації. Опис функціоналу передбачає перелік функцій, якими може скористатись споживач. Напр., передача показників лічильника, оплата за електроенергію, перегляд історії платежів, перегляд історії споживання, подача скарги та ін.
		1.3.4. Мобільний додаток компанії	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про мобільний додаток компанії з описом його функціоналу
	1.4. Зворотній зв'язок	1.4.1. Гнучкість системи зворотного зв'язку	1 - наявність всіх 5-ти засобів зворотного зв'язку; 0,8 - наявність кол-центру та трох інших засобів зв'язку; 0,6 - наявність кол-центру та двох інших засобів зв'язку; 0,4 - наявність кол-центру та ще одного засобу зв'язку; 0,2 - відсутність кол-центру та наявність інших засобів зв'язку; 0 - відсутність будь-яких варіантів зворотного зв'язку.	Наявність на сайті постачальника телефону(ів) гарячої лінії (кол-центру); онлайн-форми для зворотного зв'язку; онлайн-помічника (чат-бота); електронної пошти для зворотного зв'язку; інформації про чат-боти в месенджерах / соціальних мережах.

Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 <b>2. Комерційні пропозиції</b>	2.1. Диференціація комерційних пропозицій	2.1.1. Гнучкі тарифні плани для непобутових споживачів <sup>8</sup>	1 - три і більше комерційні пропозиції, 0,5 - дві комерційні пропозиції, 0 - єдина комерційна пропозиція для всіх непобутових споживачів.	Наявність на сайті постачальника різних тарифних планів на вибір клієнта (в межах певної території) та/або інформації про можливість укладання договорів про постачання електроенергії на індивідуальних комерційних умовах із вказанням конкретних критеріїв диференціації ціни та можливості заповнення клієнтом відповідного опитувального листа/анкети на сайті постачальника. Диференціація тарифних планів може напр., забезпечуватись залежно від таких умов: - тип споживача (бюджетна установа, промисловий споживач, с/г споживач тощо), - період обліку та тарифікації споживання (за часовими зонами всередині доби (зонні ціни), за добу (середньодобова ціна), за місяць (середньомісячна ціна) та ін.); - місячний/річний обсяг споживання електроенергії, - період оплати (аванс, постфактум) чи інші умови.
	2.2. Додаткові пропозиції	2.2.1. Енергетичний консалтинг для споживачів	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним послуг консалтингу для споживачів щодо енергоефективності (напр., оптимізації режимів електропотреблення, способів енергозбереження тощо) та/чи послуг енергоаудиту
		2.2.2. Продаж та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування	1 - наявність послуг продажу і встановлення «під ключ» устаткування, 0,5 - наявність лише послуг продажу устаткування, 0 - послуги продажу устаткування відсутні.	Надання через сайт постачальника послуг продажу та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування для споживачів (напр., елементів смарт-систем, лічильників, засобів освітлення, електроопалення, стабілізаторів напруги, інших електротехнічних пристріїв). Встановлення «під ключ» включає у себе доставку, монтаж, налагодження, післяпродажне обслуговування <sup>9</sup> .
		2.2.3. Електротехнічний сервіс	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним електротехнічного сервісу споживачам, що може включати напр., виклик електротехнічного фахівця/електрика для ремонту елементів електромережі, монтажу та налагодження електротехнічного устаткування, надання консультацій щодо користування електротехнікою.
		2.2.4. Постачання природного газу	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним послуг постачання природного газу споживачам додатково до постачання електроенергії.

<sup>8</sup>За умов повного відкриття роздрібного ринку електроенергії варто додати аналогічний показник для побутових клієнтів постачальника.<sup>9</sup>Окрім послуг, які можуть надавати виключно ОСР.

Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
3. Інформування споживачів	3.1. Інформація про комерційні пропозиції	3.1.1. Опис публічних комерційних пропозицій	1 - повний опис комерційних пропозицій, 0,5 - неповний опис комерційних пропозицій, 0 - відсутні описи комерційних пропозицій.  У разі наявності кількох комерційних пропозицій на сайті постачальника, оцінка виставляється за пропозицією, яка отримала найвищу оцінку	Наявність на сайті постачальника опису публічної комерційної пропозиції, яка повинна мати унікальну назву в межах одного електропостачальника та містити таку інформацію:  1) ціну на електричну енергію, у т.ч. диференційовані ціни та критерії диференціації; 2) визначену в ліцензії на провадження господарської діяльності з розподілу (передачі) територію здійснення діяльності оператора системи, доступ до якої має електропостачальник і на який пропонує відповідну комерційну пропозицію; 3) спосіб оплати; 4) термін (строк) виставлення рахунку за спожичену електричну енергію та термін (строк) його оплати; 5) визначення способу оплати послуг з розподілу електричної енергії через електропостачальника з наступним переведенням щеї оплати електропостачальніком оператору системи або напряму з оператором системи (необхідно обрати лише один з варіантів); 6) розмір пені або штрафу за порушення строку оплати; 7) зобов'язання надавати компенсації споживачу за недотримання електропостачальніком комерційної якості надання послуг; 8) наявність або відсутність штрафу за дострокове припинення дії договору, розмір штрафу; 9) строк дії договору та умови пролонгації; 10) урахування пільги, субсидій; 11) можливість постачання захищеним споживачам
		3.1.2. Інформація про ціни/тарифи та їхню структуру	1 - надана інформація про величини та структуру цін/тарифів на електроенергію 0,5 - надана інформація лише про величини цін/тарифів на електроенергію, 0 - інформація відсутня.	Наявність на сайті постачальника інформації про величини та структуру цін/тарифів на електричну енергію для споживачів
	3.2. Інформація про стандарти обслуговування та інша корисна інформація	3.2.1. Інформація про порядок подання споживачами звернень, скарг, претензій до постачальника	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації щодо порядку подання та розгляду електропостачальніком звернень, скарг та претензій щодо надання послуг з постачання електричної енергії із зазначенням відповідних контактних даних (адреси, телефонів, веб-сторінок) електропостачальника
		3.2.2. Розділ FAQ (інформація для споживачів)	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника окремого розділу FAQ (інформації для споживачів) у форматі чітких та зрозумілих відповідей на питання, які найчастіше задають клієнти

Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 <b>4. Прозорість та ділова активність</b>	<b>4.1. Прозорість компанії</b>	<b>4.1.1. Публікація фінансової звітності</b>	1 - інформація по всім 4-м формам звітності, 0,5 - інформація по окремим формам звітності, 0 - інформація відсутня.	Публікація на сайті постачальника актуальних річних фінансових звітів компанії, які відповідають стандартним формам фінансової звітності (форми 1-4): Форма 1 Баланс (звіт про фінансовий стан) Форма 2 Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) Форма 3 Звіт про рух грошових коштів Форма 4 Звіт про власний капітал
		<b>4.1.2. Публікація нефінансової звітності</b>	1 - опубліковано хоча б один із нефінансових корпоративних звітів, 0 - інформація відсутня.	Публікація на сайті постачальника актуальних річних корпоративних звітів компанії або звітів про управління / про стабільний розвиток / про корпоративну соціальну відповідальність
	<b>4.2. Ділова активність</b>	<b>4.2.1. Загальний обсяг постачання електроенергії</b>	Передбачає ділення показника компанії за певний період на найбільше значення показника за цим індикатором у досліджуваний вибірці компаній, з метою нормалізації.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії, її досвіду та надійності. Величина індикатору розраховується за даними звітності ліцензіатів, розпорядником яких є НКРЕКП
		<b>4.2.2. Кількість договорів постачальника з різними ОСР (при фактичному обсязі постачання за певний період вище порогового рівня 1 млн кВт·год)</b>	Передбачає ділення показника компанії за певний період на найбільше значення показника за цим індикатором у досліджуваний вибірці компаній, з метою нормалізації.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії, її досвіду та надійності. Величина індикатору розраховується за даними звітності ліцензіатів, розпорядником яких є НКРЕКП



[dixigroup.org](http://dixigroup.org)