

Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

Жовтень - грудень 2022 року
Україна

КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Дефіцит електроенергії, спричинений масштабними обстрілами енергетичних об'єктів, послабив економічну активність протягом цих трьох місяців. У жовтні та грудні кожне друге підприємство роздрібної торгівлі мало труднощі із підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом, у листопаді цей показник був дещо кращим. Протягом четвертого кварталу 2022 року знизилась доступність фінансових послуг. У грудні функціональність ринку найбільше постраждала у Харківській та Херсонській областях, де підприємства роздрібної торгівлі та споживачі повідомляли про труднощі, пов'язані з роботою магазинів, та про відсутність доступу до магазинів, банків та банкоматів.
- Цінова доступність залишається ключовою проблемою: у грудні 41% споживачів зазначили, що підвищення цін є основною перешкодою у доступі до товарів. 17% підприємств роздрібної торгівлі вказувало на підвищення цін постачальниками. Крім того, на думку 34% підприємств роздрібної торгівлі, головним викликом у наступні місяці стане підвищення цін, а 23% очікують зниження купівельної спроможності споживачів.
- Медіанна ціна повного кошика СІМР зросла з 1014 грн у жовтні до 1062 грн у грудні. **Найдорожчий набір продуктів споживчого кошика СІМР за три місяці спостерігався у Сумській, Чернігівській та Волинській областях.**
- Протягом четвертого кварталу 2022 року, **вартість пального зросла через підвищення попиту (на генератори) та труднощі із ланцюгами постачання.** Херсонська та Миколаївська області мали найбільше проблем із доступом до пального для автомобілів та палива для опалення.
- Товари першої необхідності, зокрема продукти харчування і засоби гігієни, були в широкому доступі. Частка споживачів, які повідомляли про повну доступність лікарських засобів, зменшилась з 86% у жовтні до 76% у грудні. Наявність теплої одягу також знизилась з 88% до 84%. **Обмежена доступність усіх вищезгаданих товарів була найбільш вираженою у Херсонській та Миколаївській областях.**

КОНТЕКСТ І ОБҐРУНТУВАННЯ

Повномасштабна війна в Україні призвела до масового переміщення населення та гуманітарної кризи. З огляду на важливу роль багатоцільової грошової допомоги, моніторинг ринку є надзвичайно важливим для забезпечення ефективної і сталої гуманітарної допомоги та недопущення її негативного впливу на місцеві магазини і ринки. У зв'язку з розширенням територій, непідконтрольних Уряду України, дані про стан ринку на територіях, що постраждали внаслідок бойових дій, є обмеженими та неповними. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку є заповнити цей брак інформації шляхом надання необхідних оперативних даних про цінові тенденції та показників функціональності ринку.

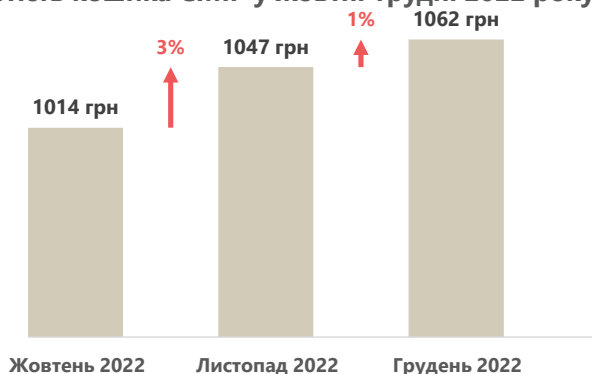
ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕННЯ

- Щомісячне відстеження цін та наявності основних товарів на ринках України.
- Оцінка впливу поточної гуманітарної кризи на ринки країни.
- Допомога гуманітарним організаціям краще зрозуміти ситуацію на ринку в Україні.

МЕТОДОЛОГІЯ:

Щомісяця проводиться оцінка торговельних майданчиків по всій території України. У кожному місці збору даних польові команди реєструють ціни та інші ринкові показники шляхом опитування підприємств роздрібної торгівлі та споживачів, які відображають щомісячні зміни на місцевих ринках.*

Вартість кошика СІМР у жовтні-грудні 2022 року



	Жовтень 2022	Листопад 2022	Грудень 2022
Партнери-учасники	14	12	12
Проведені інтерв'ю	1128	1302	1331
Опитані підприємства	530	643	637
Опитані споживачі	598	659	694
Досліджені області	22	22	23
Досліджені громади	128	140	148

* Огляд методології представлено на стор.15.

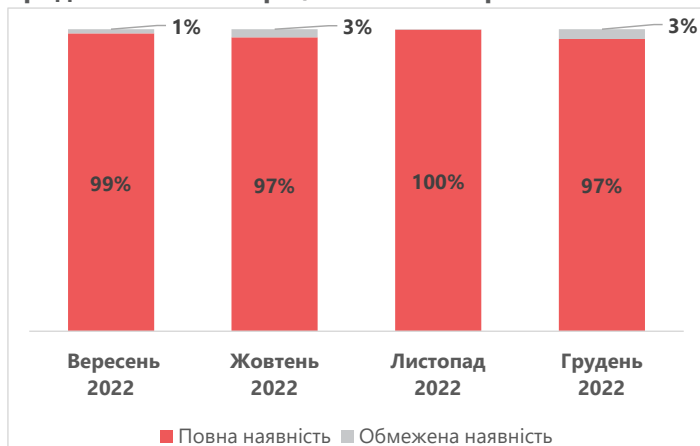
НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

У грудні частка респондентів, які повідомляли про повну доступність продовольчих товарів, зменшилась порівняно з листопадом (Графік 1). Для 3% споживачів продовольчі товари залишалися в обмеженому доступі. Найбільша частка таких респондентів була на Півдні (19% опитаних у цьому регіоні), зокрема у Миколаївській (15%) та Херсонській (80%) областях*.

Засоби гігієни були у широкому доступі для 96% споживачів у жовтні, 98% - у листопаді та 95% - у грудні. Частка респондентів, які повідомляли про обмежену доступність засобів гігієни, збільшилась з 2% у жовтні та 1% у листопаді до 3% у грудні (Графік 2). Найбільші труднощі спостерігались на Півдні, де у грудні 17% споживачів повідомили про обмежену доступність засобів гігієни. Більшість з них була у Миколаївській (16%) та Херсонській (67%) областях. Також 7% респондентів у Волинській та 2% у Чернівецькій областях вказували на недостатню кількість засобів гігієни у місцевих магазинах та на ринках.

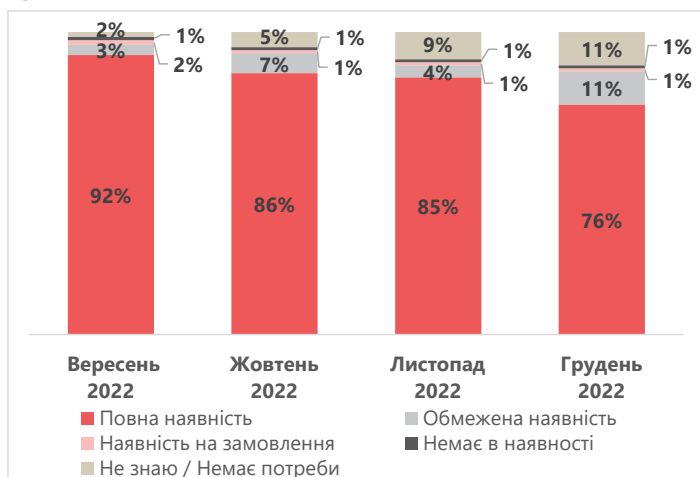
* Погіршення доступності товарів у грудні було пов'язано з початком збору даних СІМР на нещодавно звільненій території Південної України у Херсонській області.

Графік 1: % покупців, які повідомили про наявність продовольчих товарів, загалом по країні



Джерело: СІМР

Графік 3: % покупців, які повідомили про наявність безрецептурних лікарських засобів, загалом по країні

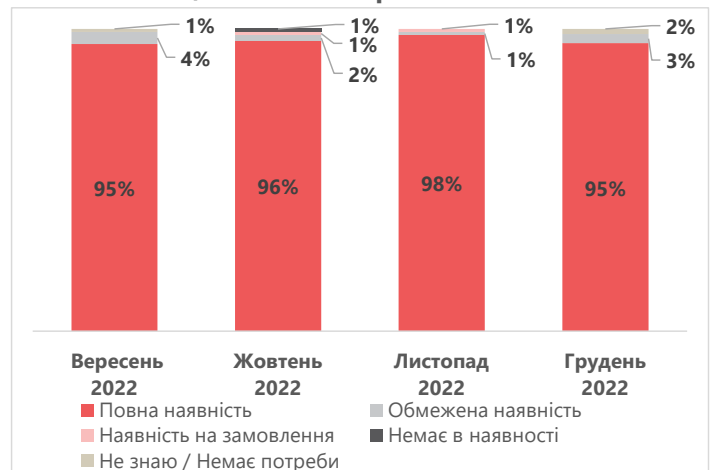


Джерело: СІМР

З жовтня по грудень наявність безрецептурних лікарських засобів для споживачів знизилась загалом по країні. Хоча 86% споживачів у жовтні та 85% у листопаді повідомляли про повну доступність лікарських засобів, у грудні ця частка знизилась до 76%. 11% споживачів вказували на обмежену наявність ліків на початку війни. Найбільша частка таких респондентів спостерігалась на Сході (35%) та Півдні (22%).

У жовтні та листопаді відповідно 88% та 89% споживачів повідомили про наявність теплового одягу, проте у грудні ця частка склала 84%. Слід зазначити, що найбільший дефіцит теплового одягу спостерігався у Херсонській області, що пов'язано з її нещодавнім частковим звільненням: у грудні 43% споживачів повідомили про обмежену наявність теплового одягу, а для 17% споживачів у Херсонській області теплий одяг був недоступним.

Графік 2: % покупців, які повідомили про наявність засобів гігієни, загалом по країні



Джерело: СІМР

Графік 4: % покупців, які повідомили про наявність теплового одягу, загалом по країні



Джерело: СІМР

ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

НАЯВНІСТЬ

Активне використання генераторів призвело до суттєвого зростання попиту на автомобільне паливо. Як наслідок, частка споживачів, які повідомляли про обмежену доступність автомобільного пального, зросла з 3% у жовтні до 5% у грудні (Графік 5). Загалом по країні автомобільне паливо було недоступне для 1% споживачів у листопаді та 2% споживачів у грудні. Активне використання генераторів призвело до суттєвого зростання попиту на автомобільне паливо. Як наслідок, частка споживачів, які повідомляли про обмежену доступність автомобільного пального, зросла з 3% у жовтні до 5% у грудні (Графік 5). Загалом по країні автомобільне паливо було недоступне для 1% споживачів у листопаді та 2% споживачів у грудні.

У грудні автомобільне паливо було недоступне для 23% споживачів у Херсонській, 13% у Миколаївській та 11% у Вінницькій областях. Обмежений доступ до автомобільного пального мали 44% споживачів у Житомирській, 23% у Херсонській та 10% у Черкаській областях.

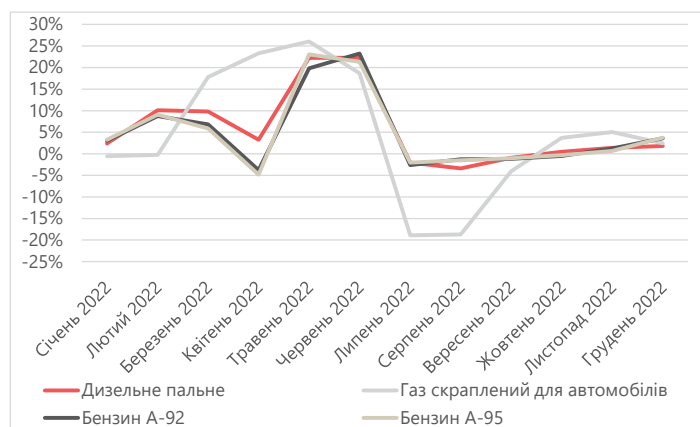
Доступність палива для опалення житлових будинків має важливе значення у зимовий період, однак частка респондентів, які повідомляли про повну доступність палива для опалення, зменшилась з 76% у жовтні та 79% у листопаді до 68% у грудні (Графік 6). Це було викликано значним пошкодженням енергетичної інфраструктури в Україні, що, в свою чергу, призвело до масштабних відключень електроенергії, а отже і опалення, що частіш за все спостерігалось у сільських районах та невеликих містах.

Слід зазначити, що у грудні існували деякі проблеми з наявністю палива у Херсонській та Миколаївській областях, де відповідно 30% та 19% споживачів не мали змоги купити паливо для обігріву свого житла. У Києві та Закарпатській областях відповідно 53% та 40% респондентів повідомили про обмежену доступність палива. У Запорізькій та Чернігівській областях відповідно 80% та 52% споживачів могли придбати паливо лише під замовлення.

Ціни на ринку

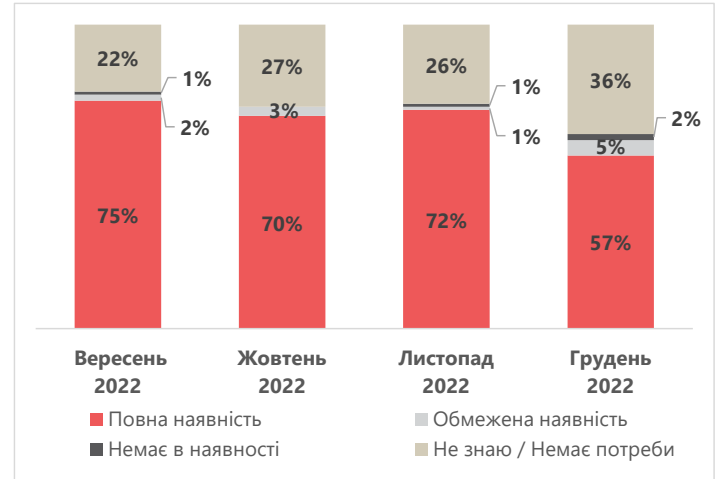
У листопаді та грудні зросли середні ціни на усі види автомобільного пального на споживчому ринку. Зростання цін на паливо було спричинене підвищенням попиту (на генератори) та труднощами з отриманням пального від постачальників¹.

Графік 7: Динаміка зміни ціни на автомобільне паливо, % до попереднього місяця



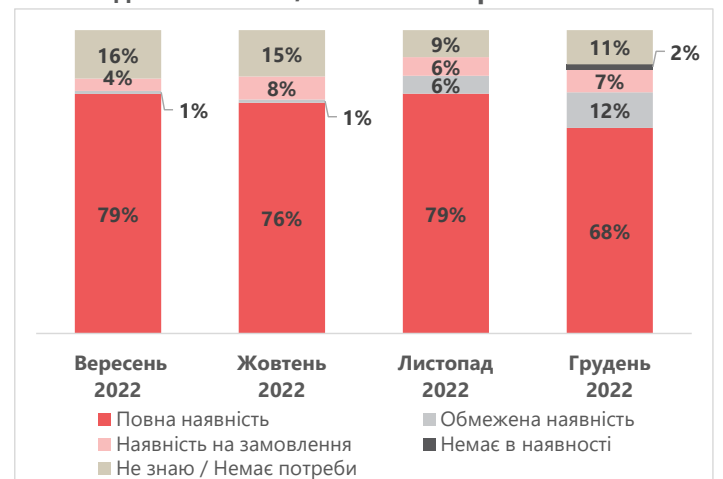
Джерело: Держстат

Графік 5: % покупців, які повідомили про наявність автомобільного пального, загалом по країні



Джерело: CIMP

Графік 6: % покупців, які повідомили про наявність палива для опалення, загалом по країні



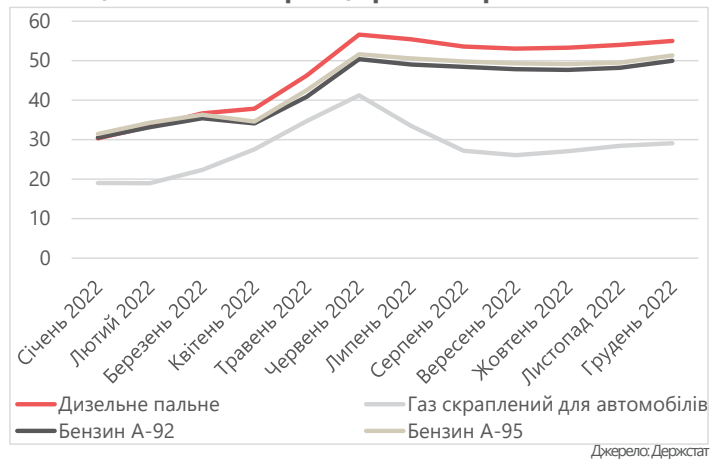
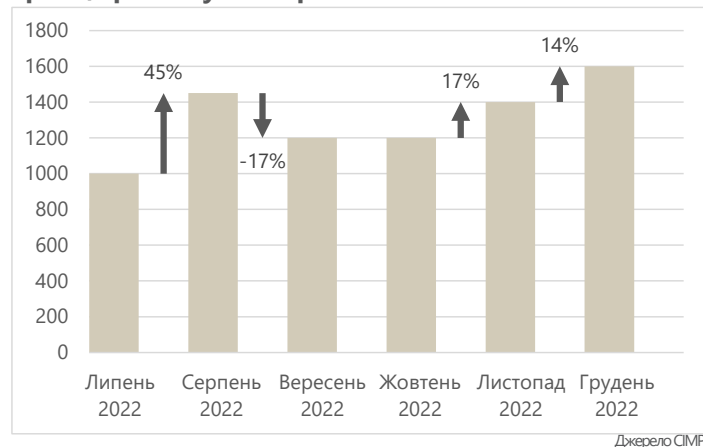
Джерело: CIMP

У період з листопада по грудень бензин А-95 та А-92 подорожчали найбільше (на 4%). Середня споживча вартість дизельного пального та скрапленого газу для автомобілів зросла на 2% (Графік 7).

Слід відзначити, що рівень цін у грудні був значно вищим, ніж до війни. Середня вартість дизельного пального у грудні 2022 року була на 81% вище, ніж у січні 2022 року. Вартість бензину А-92 була на 64% вище, бензину А-95 – на 63%, а скрапленого газу – на 53% (Графік 8)².

Згідно даними опитування ключових інформантів серед покупців, орієнтовна ціна на бензин, придбаний у неофіційних постачальників, була дещо нижчою, ніж ціна на бензин, придбаний через офіційні джерела (відповідно 53 грн та 52 грн у грудні). Водночас, зазначені ціни на дизельне паливо були однаковими.

Мораторій на підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги дозволив стримати зростання цін на природний газ та електроенергію³. Природний газ у всіх регіонах України був доступний для населення за ціною 8 грн за кубометр. Ціна на електроенергію коливалася по всій країні від 1,44 грн до 1,68 грн за кВт/год залежно від обсягів споживання.

Графік 8: Середня споживча ціна на автомобільне паливо, загалом по країні, грн за літр**Графік 9: Орієнтовна ціна на дрова, загалом по країні, грн за кубометр**

Після поступового зниження у вересні та жовтні, у листопаді ціна на дрова зросла на 17%, а у грудні - ще на 14%. У грудні ціна на дрова склала 1 600 грн за 1 кубометр (Графік 9).

У грудні споживачі у Центрі країни купували вугілля для опалення за ціною 6 500 грн за тону, у той час як на Сході та Заході вартість складала відповідно 10 800 грн та 16 500 грн за тону.

СПОЖИВЧИЙ КОШИК

Медіанне значення вартості повного кошика СІМР

Кошик СІМР - це підгрупа споживчого набору товарів (послуг) зі 335 позицій, який формується Державною службою статистики України, до якого входять основні продовольчі товари та засоби гігієни, які купує середньостатистичне домогосподарство на регулярній основі. Вміст кошика СІМР було визначено під час консультацій із Робочою групою з питань грошової допомоги в Україні. Динаміка вартості споживчого кошика відображає рівень інфляції споживчих цін.

Вартість повного споживчого кошика СІМР зросла з 1014 грн у жовтні до 1062 грн у грудні в середньому по країні.

Одним з найвагоміших чинників такої динаміки стало істотне зростання вартості яєць (на 65% у жовтні та на 4% у листопаді). Це пов'язано з руйнуванням птахофабрик (підприємство найбільшого українського постачальника курячих яєць було

зруйновано на початку вторгнення у 2022 році), підвищенням виробничих витрат та порушенням виробничого ланцюга, а також поточними проблемами з енергопостачанням та зменшенням кількості курей, яких тримають у домогосподарствах, у тому числі через переселення⁴.

Протягом цих трьох місяців ціни на курятину продовжували зростати.

З іншого боку, зростання цін на гречку сповільнилося завдяки кращому врожаю, ніж очікувалося.

Ціни на деякі засоби гігієни у кошику СІМР продовжували зростати, оскільки запаси імпортової продукції (придбаної за нижчим курсом) було вичерпано.

Найдорожчий набір товарів з кошику СІМР протягом цих трьох місяців спостерігався на Півночі через ускладнену логістику на деокупованих територіях, а на рівні областей найвища вартість кошику СІМР спостерігалась у Сумській, Чернігівській та Волинській областях.

ВМІСТ КОШИКА СІМР

Продовольчі товари

Хліб	500 г
Крупа гречана	1 кг
Капуста	1 кг
Морква	1 кг
Курятина (стега)	1 кг
Каші для першого прикорму	200 г
Вода питна	1 пляшка (1,5 л)
Яйця (курячі)	10 шт
Молоко (2.5%)	900 мл
Олія (соняшникова)	900 мл
Цибуля	1 кг
Картопля	1 кг
Рис (круглий)	1 кг
Борошно пшеничне (біле)	1 кг

Непродовольчі товари (НПТ)

Туалетне мило	1 брусок (75 г)
Підгузки дитячі (розмір 3)	1 пачка (40-60 шт)
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)
Господарське мило	1 брусок (200 г)
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)
Пральний порошок (автомат)	1 пачка (500 г)

Таблиця 1: Медіанні ціни на продовольчі товари в жовтні 2022 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця
Хліб	500 г	19	19%	19	4%	18	18%	17	4%	19	-6%	14	0%	19	14%
Крупа гречана	1 кг	79	-10%	75	-17%	80	-13%	85	-14%	77	-18%	82	-22%	79	-14%
Капуста	1 кг	14	-17%	17	0%	18	1%	18	6%	14	-33%	18	-5%	17	0%
Морква	1 кг	25	5%	28	12%	24	0%	25	4%	24	-13%	26	9%	25	5%
Курятина (стегна)	1 кг	88	21%	81	11%	77	3%	77	5%	101	-4%	75	4%	79	8%
Каші першого прикорму	200 г	75	1%	70	0%	75	-9%	69	5%	71	-1%	69	-49%	71	-3%
Яйця (курятні)	10 шт	65	71%	65	72%	61	68%	62	64%	63	85%	60	56%	62	65%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	29	6%	32	20%	32	19%	32	24%	25	-17%	30	11%	31	15%
Олія (соняшникова)	900 мл	58	-9%	61	-9%	58	-14%	64	-7%	57	-9%	60	-12%	59	-12%
Цибуля	1 кг	34	10%	34	9%	30	0%	34	10%	32	-9%	33	6%	33	8%
Картопля	1 кг	9	-15%	11	-10%	11	-19%	9	-18%	9	-38%	10	-27%	9	-26%
Рис (круглий)	1 кг	65	5%	63	5%	59	20%	62	3%	59	-4%	61	-4%	62	2%
Вода	1,5 л	14	14%	13	5%	16	7%	18	42%	13	-13%	14	3%	14	9%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	19	-4%	18	1%	20	1%	20	0%	18	-14%	16	-23%	19	-7%
Загалом		592	7%	587	5%	578	3%	591	5%	581	-5%	569	-12%	580	3%

Джерело: CIMR

Таблиця 2: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у жовтні 2022 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	13	-1%	12	0%	14	15%	16	24%	16	15%	10	-23%	13	3%
Підгузки (дитячі, 5-9 кг)	1 упаковка (40-60 шт)	272	-7%	322	1%	303	7%	499	1%	261	-10%	270	-59%	288	-6%
Гігієнічні прокладки	1 пачка (10 шт)	36	0%	34	-15%	33	-15%	40	-2%	31	-5%	32	-38%	33	-15%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	19	0%	20	7%	22	19%	20	6%	19	-8%	18	-3%	20	4%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	38	45%	37	29%	26	15%	47	126%	37	-16%	33	10%	37	35%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	41	4%	44	21%	44	17%	44	46%	41	-11%	44	2%	44	13%
Загалом		419	-2%	469	3%	442	7%	666	8%	405	-10%	406	-50%	435	-2%

Графік 10: Медіанні значення вартості повного кошика CIMR у жовтні 2022 року за регіонами, грн

Джерело: CIMR

Північ	1257	▲ 7%
Центр	1057	▲ 4%
Південь	1021	▲ 4%
Загалом	1014	▲ 1%
Захід	1011	▲ 3%
Київ	986	▼ 7%
Схід	975	▼ 33%

Медіанна вартість кошика CIMR у жовтні 2022 року

1014 грн ▲ 1%

25,01 USD ▲ 3%

26,04 EUR ▲ 5%

Жовтень

Порівняно із вереснем, у жовтні вартість продовольчого кошика зросла в усіх регіонах, окрім Сходу та Києва. Найдорожчі продовольчі кошики було зафіксовано на Заході (592 грн) та Півночі (591 грн), а найдешевші – на Сході (569 грн) та Півдні (578 грн). Ціна на яйця різко зросла в усіх регіонах (від 56% на

Сході до 85% у Києві). Крім того, спостерігалось підвищення вартості молока, хліба, питної води, цибулі, курятини, моркви та риса на 2%-15%.

Ціни на товари у непродовольчому кошику (НПТ) CIMR сильно коливались в залежності від регіону. Особливо це стосувалося підгузків, вартість яких складала від 261 грн у Києві до 499 грн на Півночі. Найдорожчий непродовольчий кошик було зафіксовано на Півночі, загальною вартістю 666 грн, а найдешевші – у Києві та на Сході, вартість яких складала 405 грн та 406 грн відповідно.

У жовтні сильно подорожчала зубна паста (на 35% порівняно із вартістю у вересні). Також зросли ціни на пральний порошок (на 13%), господарське мило (на 4%) та туалетне мило (на 3%).

Таблиця 3: Медіанні ціни на продовольчі товари в листопаді 2022 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця
Хліб	500 г	18	-5%	18	-6%	19	4%	17	1%	21	9%	15	6%	18	-4%
Крупа гречана	1 кг	70	-11%	75	0%	87	8%	80	-6%	74	-3%	79	-3%	77	-3%
Капуста	1 кг	12	-14%	14	-17%	18	-1%	15	-17%	14	-3%	16	-11%	15	-17%
Морква	1 кг	24	-6%	25	-11%	25	4%	27	8%	27	13%	25	-3%	25	1%
Курятина (стегна)	1 кг	86	-1%	82	1%	80	4%	82	7%	109	8%	69	-8%	82	4%
Каші першого прикорму	200 г	80	7%	69	-3%	78	3%	70	1%	66	-7%	68	-1%	69	-2%
Яйця (куряті)	10 шт	63	-4%	65	0%	65	7%	65	5%	67	7%	60	0%	65	4%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	29	2%	31	-3%	32	1%	32	0%	31	23%	31	4%	31	0%
Олія (соняшникова)	900 мл	58	0%	61	0%	61	6%	66	3%	64	11%	60	0%	61	4%
Цибуля	1 кг	31	-7%	33	-2%	31	3%	35	1%	35	9%	33	0%	33	-1%
Картопля	1 кг	9	-1%	10	-7%	11	0%	9	0%	10	16%	10	10%	10	8%
Рис (круглий)	1 кг	63	-3%	64	2%	61	4%	62	0%	62	5%	63	2%	62	1%
Вода	1,5 л	14	-3%	14	5%	15	-6%	18	0%	15	16%	14	-4%	14	-1%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	18	-6%	19	4%	20	0%	20	0%	19	7%	19	15%	19	2%
Загалом		574	-3%	579	-1%	603	4%	598	1%	613	6%	563	-1%	581	0%

Джерело: CIMR

Таблиця 4: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у листопаді 2022 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	13	1%	12	-4%	13	-7%	15	-6%	13	-19%	12	20%	13	-3%
Підгузки дитячі (5-9 кг)	1 упаковка (40-60 шт)	292	7%	296	-8%	325	7%	499	0%	309	18%	329	22%	317	10%
Гігієнічні прокладки	1 пачка (10 шт)	35	-3%	35	2%	33	0%	39	-3%	30	-2%	40	25%	35	4%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	19	-2%	18	-9%	22	-2%	20	0%	21	11%	21	17%	21	5%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	34	-11%	38	3%	36	37%	49	4%	35	-6%	31	-4%	35	-4%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	44	6%	43	-2%	44	0%	46	4%	45	10%	46	4%	44	1%
Загалом		436	4%	442	-6%	473	7%	668	0%	453	12%	479	18%	465	7%

Графік 11: Медіанні значення вартості повного кошика CIMR у листопаді 2022 року за регіонами, грн

Джерело: CIMR

Північ	1265	▲ 1%
Південь	1075	▲ 5%
Київ	1067	▲ 8%
Загалом	1047	▲ 3%
Схід	1042	▲ 7%
Центр	1021	▼ 3%
Захід	1010	▼ 0%

Медіанна вартість кошика CIMR у листопаді 2022 року

1047 грн ▲ 3%

25,88 USD ▲ 3%

25,68 EUR ▼ 1%

Листопад

У листопаді загальна вартість продовольчого кошика (581 грн) залишалась майже незмінною порівняно з жовтнем. Найдорожчий продовольчий кошик спостерігався у Києві (613 UAH), а найдешевший – на Сході (563 грн).

Серед продовольчих товарів зросли ціни на картоплю (на 8%), яйця, куряті стегна та соняшкову олію (на 4%), пшеничне борошно (на 2%), моркву та рис (на 1%).

Проте ціна на капусту значно знизилася (на 17%).

Вартість непродовольчого кошика (засоби гігієни) різко зросла на Сході та у Києві (на 18% та 12% відповідно). Це відбулося в основному через зростання цін на підгузки на Сході на 22%, а у Києві – на 18%.

Непродовольчі товари CIMR залишалися найдорожчими у північній частині країни (668 грн), а найнижчі ціни спостерігались на Заході (436 грн).

Таблиця 5: Медіанні ціни на продовольчі товари в грудні 2022 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця
Хліб	500 г	18	2%	18	-2%	19	0%	18	5%	21	-2%	15	2%	18	3%
Крупа гречана	1 кг	69	-2%	70	-6%	86	-1%	75	-6%	75	1%	74	-7%	74	-3%
Капуста	1 кг	12	0%	14	3%	17	-5%	15	0%	15	6%	16	0%	15	3%
Морква	1 кг	25	5%	27	6%	24	-4%	26	-4%	22	-17%	25	-2%	25	-1%
Курятина (стегна)	1 кг	83	-4%	88	7%	87	9%	85	4%	105	-4%	76	9%	86	5%
Каші першого прикорму	200 г	74	-7%	68	0%	75	-3%	70	0%	71	7%	68	-1%	70	1%
Яйця (курячі)	10 шт	63	1%	60	-7%	66	2%	62	-5%	60	-11%	60	0%	61	-6%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	30	5%	32	2%	34	5%	33	3%	30	-2%	31	0%	31	1%
Олія (соняшникова)	900 мл	58	1%	62	1%	65	7%	64	-3%	61	-5%	60	0%	61	0%
Цибуля	1 кг	32	2%	34	3%	29	-5%	33	-4%	33	-6%	35	6%	33	0%
Картопля	1 кг	9	0%	10	3%	12	10%	9	-6%	10	0%	10	-5%	10	-1%
Рис (круглий)	1 кг	65	2%	65	1%	62	2%	62	0%	61	-2%	59	-6%	62	0%
Вода	1,5 л	12	-14%	14	0%	13	-12%	16	-10%	16	8%	14	1%	14	-2%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	19	3%	19	-1%	23	15%	19	-3%	20	3%	17	-9%	19	1%
Загалом		568	-1%	580	0%	612	2%	587	-2%	598	-2%	559	-1%	581	0%

Джерело: СІМР

Таблиця 6: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у грудні 2022 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця	Медіанна ціна	Зміна до минулого місяця
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	13	2%	11	-6%	15	17%	15	0%	13	-3%	12	-2%	13	1%
Підгузки дитячі (5-9 кг)	1 упаковка (40-60 шт)	336	15%	289	-2%	335	3%	491	-2%	324	5%	296	-10%	330	4%
Гігієнічні прокладки	1 пачка(10 шт)	35	0%	36	4%	40	21%	38	-3%	36	18%	40	-1%	37	6%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	18	-3%	20	5%	25	13%	20	0%	21	-3%	19	-11%	20	-5%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	34	1%	38	-1%	34	-6%	48	-2%	37	6%	38	22%	37	5%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	45	3%	46	6%	44	0%	44	-4%	44	-2%	44	-3%	44	0%
Загалом		482	11%	439	-1%	493	4%	655	-2%	475	5%	448	-7%	481	3%

Джерело: СІМР

Графік 12: Медіанні значення вартості повного кошику СІМР у грудні 2022 року за регіонами, грн

Північ	1243	▼ 2%
Південь	1106	▲ 3%
Київ	1073	▲ 1%
Загалом	1062	▲ 1%
Захід	1050	▲ 4%
Центр	1019	▼ 0%
Схід	1008	▼ 3%

Медіанна вартість кошика СІМР у грудні 2022 року

1062 грн ▲ 1%

26,61 USD ▲ 3%

25,31 EUR ▼ 1%

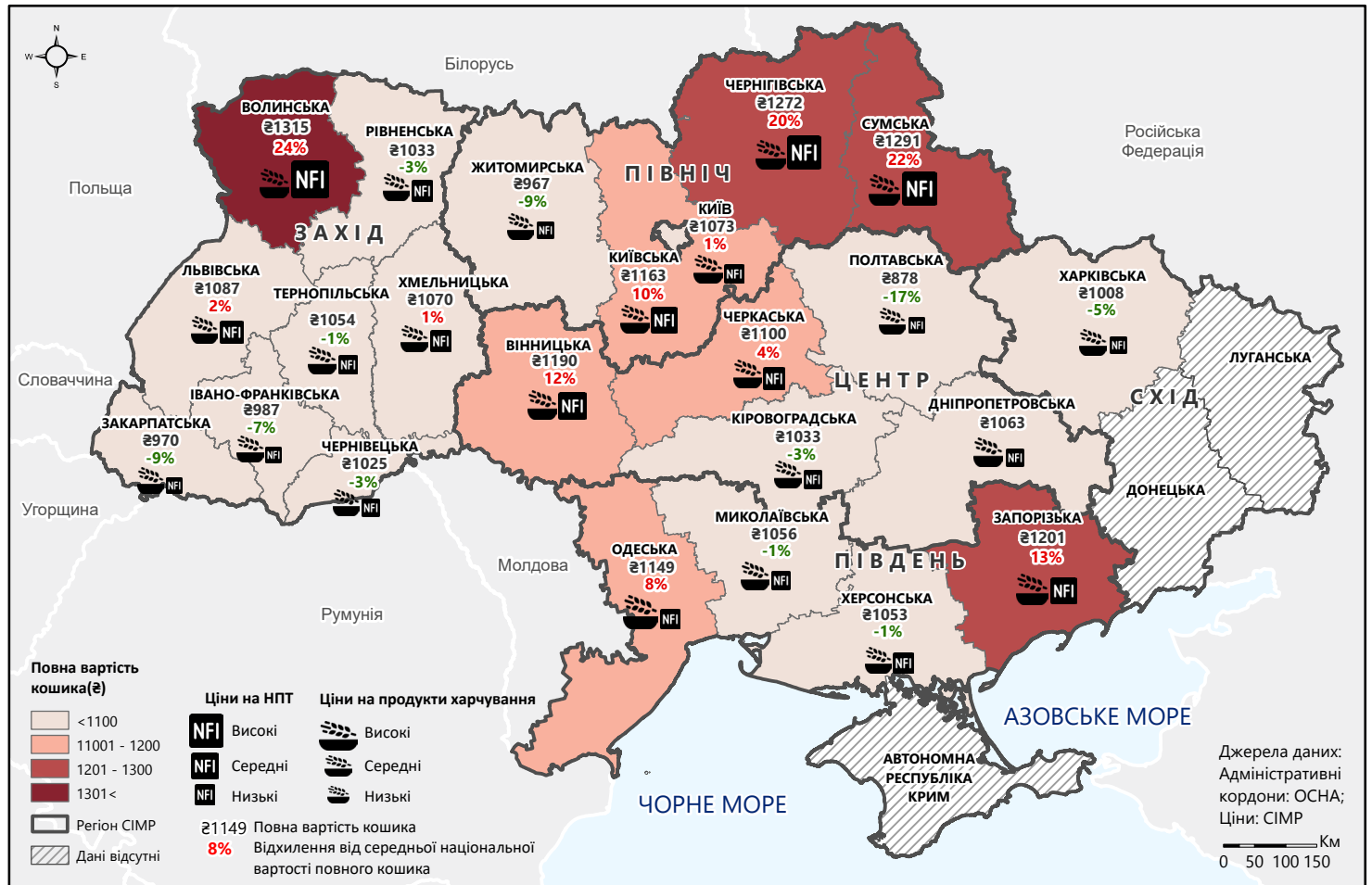
Грудень

У грудні загальна вартість продуктового кошика СІМР була такою ж, як у листопаді та складала 581 грн. Найдорожчі продовольчі кошики було зафіксовано на Півдні (612 грн) та у Києві (598 грн), а найдешевший – на Сході (559 грн).

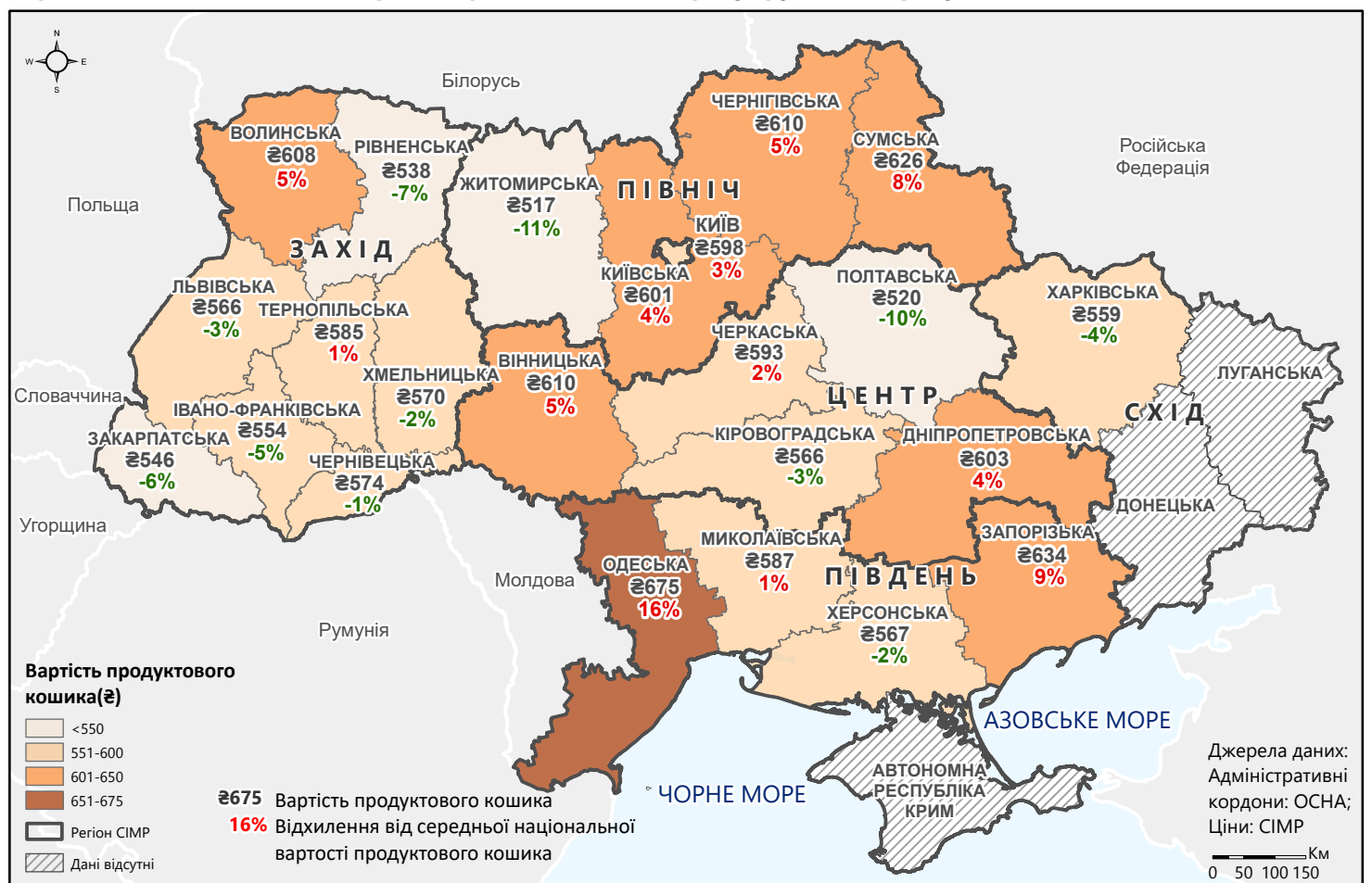
У грудні подорожчали курячі стегна, хліб, капуста, каші для першого прикорму, молоко та пшенична мука (на 1%-5%).

Різко зросла вартість непродовольчого кошика (засоби гігієни) на Заході (на 11%) та помітно знизилась на Сході (на 7%). Як і у попередньому місяці найдорожчий непродовольчий кошик СІМР спостерігався на Півночі (655 грн). Це було пов'язано із надзвичайно високою ціною на підгузки у регіоні (491 грн). У інших регіонах ціна на підгузки коливалась від 289 грн до 336 грн. Ціни на гігієнічні прокладки, зубну пасту, підгузки та туалетне мило зросли в середньому по країні (на 6%, 5%, 4% та 1% відповідно).

Карта 1: Медіанні значення вартості продовольчих та непродовольчих товарів у грудні 2022 року, за областями



Карта 2: Медіанні значення вартості продовольчих товарів у грудні 2022 року, за областями



ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

Кількість споживачів, що повідомили про негативний вплив повномасштабної війни в Україні на можливість фізичного доступу до магазинів і ринків зросла з 27% у жовтні до 28% у грудні. Водночас, серед підприємств роздрібною торгівлі цей показник впав з 30% у жовтні до 22% у грудні (Графік 14). Протягом усіх трьох місяців найвищі показники спостерігалися на Сході, де про труднощі з доступом до магазинів повідомили 78% споживачів у жовтні, 85% - у листопаді та 71% - у грудні. Також на Півночі частка споживачів, які повідомляли про труднощі, зросла з 18% у жовтні до 37% у грудні, а на Півдні – з 13% до 36% (Графік 13).

У грудні основними перешкодами у доступі до магазинів та ринків були обмеження на пересування, пов'язані з військовим станом (10% споживачів), та відсутність транспортного сполучення (7% підприємств роздрібною торгівлі та споживачів). Обмеження на пересування найбільше вплинули на споживачів на Сході та Півночі, на що вказували відповідно 38% та 11% споживачів, які проживають у цих регіонах. Відсутність транспортного сполучення найбільше вплинула на доступ до магазинів у Східних регіонах (31% споживачів). Крім того, 18% споживачів на Півдні відчували на собі вплив бойових дій або обстрілів.

Слід зазначити, що 100% споживачів, опитаних у грудні у Херсонській області, повідомляли про труднощі з доступом до магазинів через небезпечну ситуацію у регіоні, постійні обстріли, обмеження на пересування та зруйновані магазини та дороги.

Споживачі по всій країні також зазначали, що авіаційні удари та довготривалі відключення електроенергії вплинули на їхню можливість доступу до магазинів та ринків.

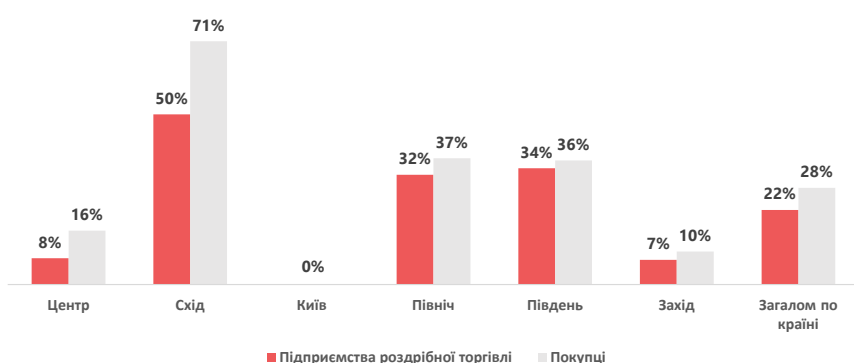
Фінансові фактори

Фінансові фактори також негативно вплинули на доступ споживачів до магазинів або ринків по всій країні. Зокрема, частка споживачів, які про це повідомляли, зросла з 72% у жовтні до 77% у грудні (Графік 15).

У грудні значно більша частка таких респондентів спостерігалась на Півночі (93%) та Сході (83%), де про фінансові труднощі повідомила переважна більшість ключових інформантів серед споживачів. На рівні областей на фінансові проблеми вказували 100% споживачів у Київській, Херсонській та Черкаській областях.

Найчастіше згадуваними фінансовими факторами у грудні були підвищення цін (41%) та неможливість дозволити собі певні товари (14%), як показано на Графіку 16. Кожен другий респондент у Києві та на Півночі вказував, що зростання цін є головною фінансовою перешкодою. Крім того, 21% споживачів на Півночі та така ж частка

Графік 13: % покупців та підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про негативний вплив війни на можливість доступу до магазинів у грудні, за регіонами

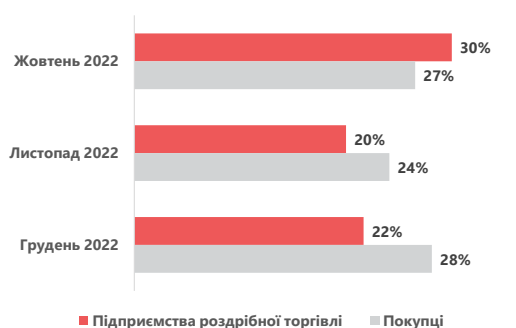


Джерело: CIMP

на Сході зазначали, що не можуть собі дозволити товари у місцевих магазинах та на ринках. Вартість проїзду була занадто високою для 18% споживачів на Сході та 10% споживачів на Півночі. Висока вартість пального для власних автомобілів негативно вплинула на 13% споживачів у Центрі і на Заході та на 10% на Півночі і у Києві.

Таким чином, питання цінової доступності залишається критично важливим, особливо на Сході та Півночі, де воно є суттєвою перешкодою у доступі до ринків.

Графік 14: % покупців та підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про негативний вплив війни на можливість доступу до магазинів або ринків, загалом по країні



Джерело: CIMP

Графік 15: % покупців, які повідомили про негативний вплив фінансових факторів на можливість доступу до магазинів або ринків, загалом по країні



Джерело: CIMP

Графік 16: Основні фінансові перешкоди в доступі до магазинів, на які вказували покупці в грудні, загалом по країні



Джерело: CIMP

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

Дефіцит електроенергії, викликаний масштабними обстрілами, призвів до послаблення економічної активності, скорочення виробництва та збільшення витрат підприємств. Водночас, підприємства намагалися адаптуватись до обмежень, купуючи генератори. Так, кожне друге підприємство роздрібною торгівлі, опитане у жовтні та грудні, вказувало на **труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом** (Графік 18).

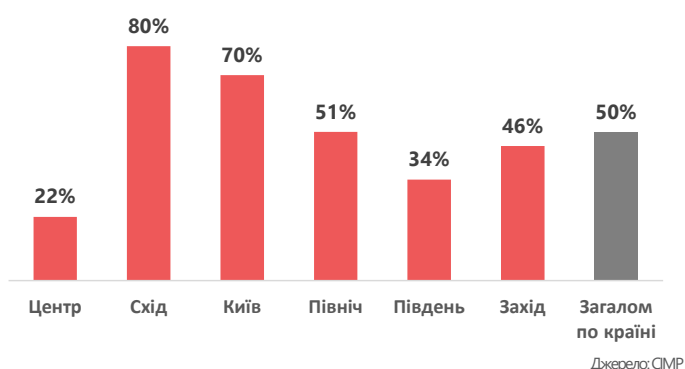
Протягом трьох місяців з жовтня по грудень надзвичайно висока частка підприємств роздрібною торгівлі на Сході повідомляла про труднощі з підтриманням роботи своїх магазинів та забезпеченням їх асортиментом, що становило 79% підприємств роздрібною торгівлі у жовтні, 78% у листопаді та 80% грудні. На Півночі частка підприємств, які повідомляли про труднощі, збільшилась з 33% у жовтні до 51% у грудні, а у Києві - з 45% до 70% (Графік 17).

Основними труднощами по країні у грудні були підвищення цін постачальниками (17% підприємств роздрібною торгівлі) та обмеження на пересування (7%). Підвищення цін постачальниками головним чином вплинуло на діяльність підприємств роздрібною торгівлі на Півночі (30%), Заході (22%), Сході (21%) та у Києві (16%). Труднощі, пов'язані з обмеженнями на пересування, негативно вплинули на діяльність 29% підприємств роздрібною торгівлі на Сході. Крім того, 15% підприємств роздрібною торгівлі, опитаних в цьому регіоні, повідомили про труднощі з доступом до грошей або готівки, щоб розрахуватися з постачальниками. Фізична небезпека у регіоні вплинула на 19% підприємств роздрібною торгівлі на Півдні, головним чином, на територіях, близько розташованих до лінії фронту, таких як Запорізька (52%), Херсонська (33%) та Миколаївська (17%) області. Також 12% підприємств роздрібною торгівлі, опитаних у Києві, повідомили про проблеми із забезпеченням асортименту основних товарів (Графік 19 на наступній сторінці).

Слід зазначити, що частка підприємств роздрібною торгівлі, які **найближчим часом очікували нові труднощі через війну**, зменшилась з 87% у жовтні до 73% у грудні (Графік 18).

Зростання цін (34%) було найбільш очікуваним у грудні, про що найчастіше повідомляли на Півночі, у Києві (43%) респондентів у кожному з цих регіонів) та на Заході (38%). Зниження купівельної спроможності споживачів (23%) було на другому місці серед очікуваних проблем. Також 18% підприємств роздрібною торгівлі на Сході та 12% у Києві очікували погіршення мобільності споживачів. А 10% підприємств роздрібною торгівлі, опитаних на Сході, очікували зменшення наявності готівки.

Графік 17: % підприємств роздрібною торгівлі, які в грудні повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпечення їх асортиментом, за регіонами



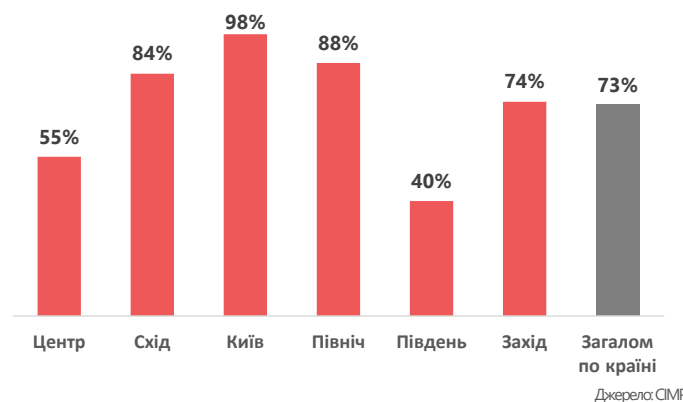
Графік 18: % підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та очікували на нові виклики у зв'язку з війною, загалом по країні



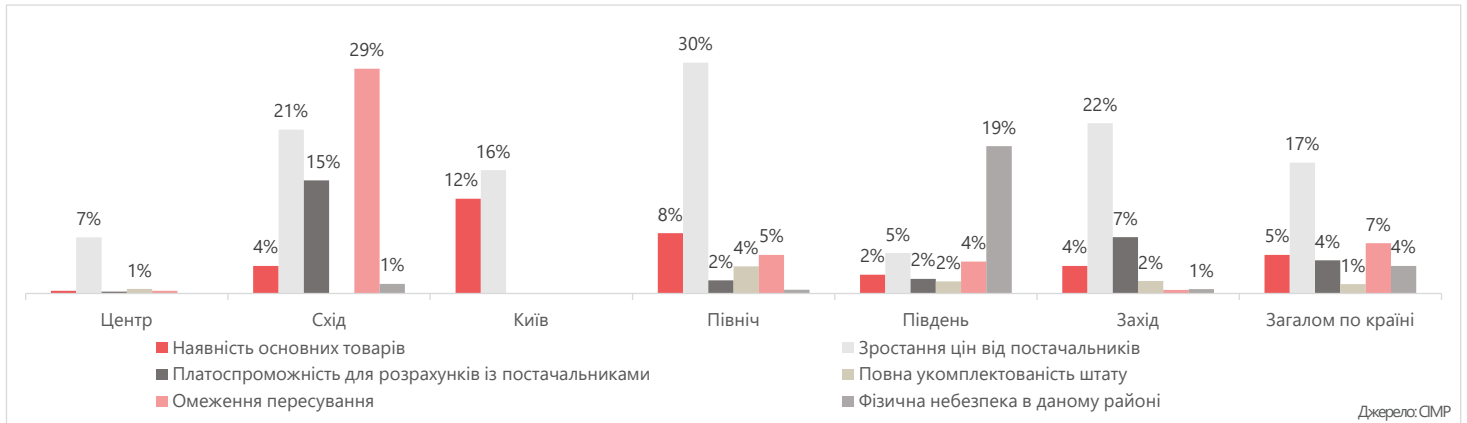
Графік 19: % підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили, що стикалися з труднощами з початку війни, за типом виклику, загалом по країні



Графік 20: % підприємств роздрібною торгівлі, які в грудні очікували на нові виклики у зв'язку з війною, за регіонами



Графік 21: % підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили в грудні про нові виклики, з якими вони зіткнулися з початку війни, за типом виклику та регіонами



ПОСТАЧАННЯ

Частка підприємств роздрібної торгівлі, які повідомляли про **закупівлю продовольчих товарів лише в одного постачальника**, збільшилась з 29% у жовтні до 34% у грудні. Для магазинів це є потенційним джерелом вразливості, оскільки може поставити під загрозу їхню спроможність підтримувати відповідний асортимент. Протягом цих трьох місяців найбільш схильними до цього ризику були підприємства роздрібної торгівлі на Півдні: 74% підприємств у жовтні, 54% у листопаді та 72% у грудні мали лише одного постачальника продуктів харчування.

Частка респондентів, чий бізнес залежить переважно від **одного постачальника основних засобів гігієни**, зросла з 32% у жовтні до 41% у грудні. Найбільші загрози в цьому контексті спостерігались у Північних та Південних регіонах, де у грудні цей показник становив 59% та 79% відповідно.

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

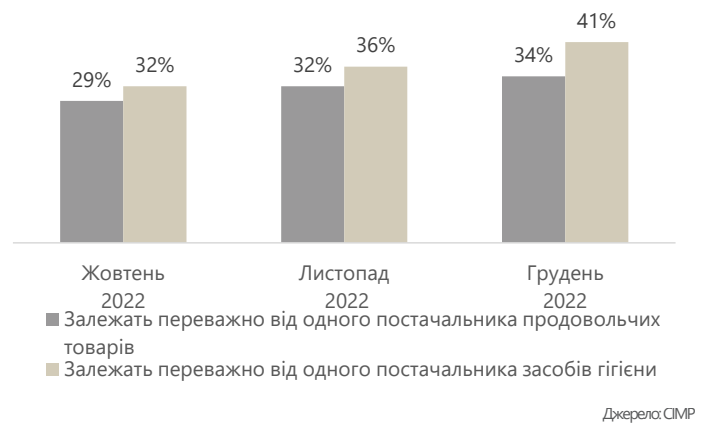
Авіаудари та перебої в електропостачанні обмежували час роботи банків та відділень «Укрпошти» по всій країні, а також впливали на доступність банкоматів.

Хоча у жовтні та листопаді відповідно 81% та 83% споживачів повідомляли про повну доступність відділень банків, у грудні ця частка зменшилась до 72%. На Сході доступ до банків був більш обмежений, ніж у інших регіонах: у грудні тільки 20% споживачів повідомили про повний доступ до відкритих відділень банків. Крім того, усі споживачі, опитані у Херсонській області, не мали жодного працюючого банку у своєму районі.

У грудні відділення банків не могли надавати свої послуги через війну, про що повідомили 14% респондентів по всій країні, більшість з яких знаходилась у Харківській області (75%). Також 28% споживачів на Півдні та 11% на Заході не мали працюючих відділень банків у своїх громадах та були вимушені користуватися послугами відділень банків у інших громадах.

Частка споживачів, які повідомляли про повну доступність банкоматів, зменшилась з 77% у жовтні та 78% у листопаді до 71% у грудні. Найбільші проблеми із доступом спостерігались на Сході та Півдні, а саме у Харківській та у Херсонській областях, де тільки 20% та 17% респондентів відповідно повідомили про повну доступність працюючих банкоматів у грудні.

Графік 22: % підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили, що здебільшого покладаються на одного постачальника продовольчих товарів та засобів гігієни, за регіонами



За словами 12% респондентів по всій країні кількість працюючих банкоматів у грудні була дуже обмеженою, причому найбільша частка спостерігалась на Сході (55% опитаних у цьому регіоні). Загалом по країні 10% споживачів повідомили про відсутність банкоматів у їхніх громадах. Більшість з них знаходились на Півдні (27%), Півночі (11%) та Заході (10%). Також 15% споживачів на Сході зазначали, що доступні банкомати у їхніх громадах не могли надавати звичайні послуги через війну.

У грудні менше респондентів повідомляли про щоденну роботу «Укрпошти» (76% порівняно з 80% та 82% у жовтні та листопаді). За словами 8% споживачів по всій країні, відділення «Укрпошти» у їхніх громадах працювали тільки декілька днів на тиждень. Більшість респондентів проживали у Східній частині країни (20%), а Північ (13%) та Південь (11%) становлять наступні дві великі групи. Також 11% споживачів на Півночі вказували на наявність тільки мобільних поштових відділень у їхніх населених пунктах та на відсутність відділень «Укрпошти». Крім того, 6% споживачів на Півдні повідомили про відсутність працюючих відділень «Укрпошти» та мобільних поштових відділень, найбільша частка яких (13%) знаходилась у Херсонській області.

Основними способами оплати, які приймали підприємства роздрібної торгівлі в грудні, були готівкові кошти (40%), кредитні картки (27%), дебетові картки (20%) та мобільні додатки (13%).

МАКРОЕКОНОМІКА

Інфляція

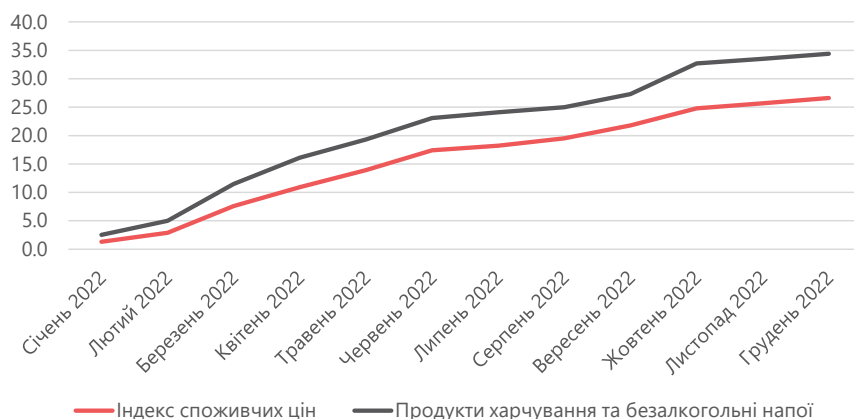
Динаміка цін на споживчому ринку характеризувалася значним темпом інфляції: зростання цін у 2022 році було більш ніж у два рази більше порівняно з 2021 роком та найбільшим за останні 7 років.

У грудні 2022 року інфляція склала 0,7% порівняно з листопадом 2022 року та 26,6% порівняно із груднем 2021 року (Графік 23)⁵.

Темп споживчої інфляції прискорився внаслідок впливу війни Росії проти України, зокрема через перебої у ланцюгах постачання, руйнування виробничих потужностей, скорочення поставок товарів та послуг, підвищення виробничих витрат підприємств та дефіцит електроенергії¹.

Найвищі річні темпи зростання споживчих цін спостерігались у нещодавно звільненій Херсонській області (42,3%), а

Графік 23: Темпи інфляції у 2022 році, у % до грудня 2021 року



Джерело: Держстат

також у Чернігівській та Сумській областях (28,4% та 28,2% відповідно), що, ймовірно, пов'язано з наземними атаками, іншими ризиками для безпеки та ускладненою логістикою. Водночас, у Херсонській області було зафіксовано величезне зростання цін на продукти харчування та безалкогольні напої у річному вимірі (на 73,5%)⁶.

Завдяки деокупації частини Херсонської області стало можливим поновити ланцюги постачання дешевших товарів кращої якості з інших регіонів України.

Так у грудні 2022 року у цьому регіоні щомісяця фіксувалася дефляція, яка допомогла скоротити розрив у річній інфляції у даному регіоні порівняно з середнім показником по країні. Проте через близьке розташування лінії фронту, цей процес відбувається досить повільно⁷.

Найбільше за останній рік зросли ціни на транспорт, продукти харчування та безалкогольні напої, предмети домашнього вжитку, побутову техніку та поточне утримання житла (на 42,9%, 34,4% та 26,5% відповідно), як показано на Графіку 24¹.

Одним з ключових факторів на продовольчому ринку у період з грудня 2021 по грудень 2022 року було значне зростання цін на яйця (на 76,6%) та фрукти (на 73,8%). Ціни на овочі та рибу також помітно зросли (на 51,8% та 45,8% відповідно), як показано на Графіку 25.

Зростання цін у транспортній галузі було зумовлене значним подорожчанням паливно-мастильних матеріалів (на 69,4%), що, у свою чергу, призвело до підвищення цін на пасажирські автоперевезення (на 30,3%).

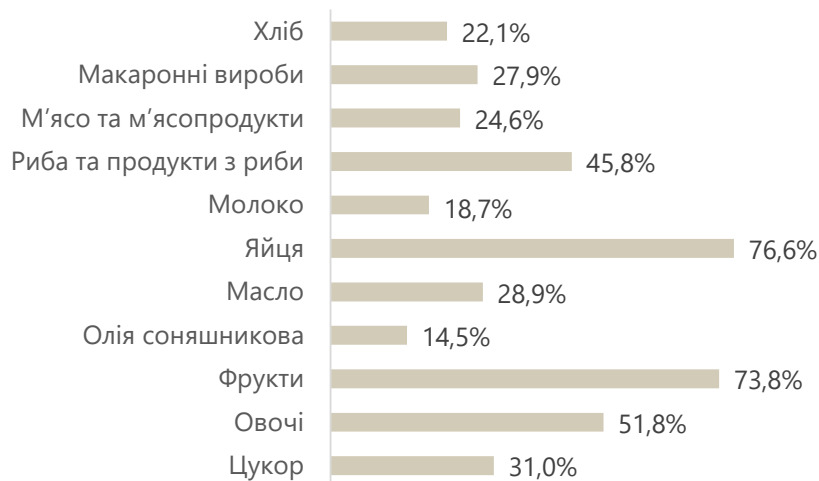
Коригування офіційного обмінного курсу гривні в липні 2022 року (Графік 26) призвело до зростання цін у товарних групах з високою часткою імпорту. Зокрема за рік побутова техніка подорожчала на 29,9%, а найбільший стрибок цін спостерігався у серпні 2022 року.

Графік 24: Зміни споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у грудні 2022 року, % до грудня 2021 року



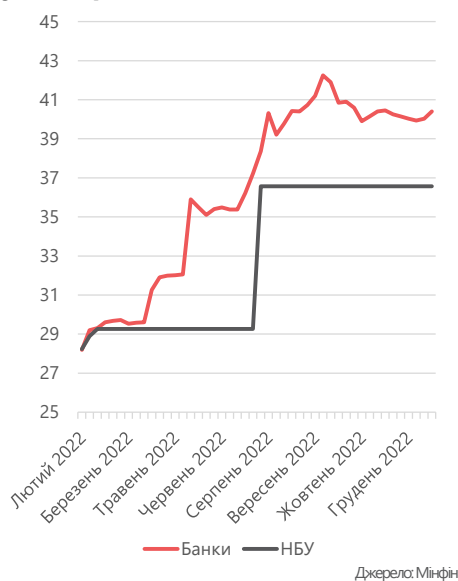
Джерело: Держстат

Графік 25: Зміни споживчих цін на окремі продукти харчування у грудні 2022 року, % до грудня 2021 року



Джерело: Держстат

Графік 26: Середньоринковий обмінний курс долара США у 2022 році

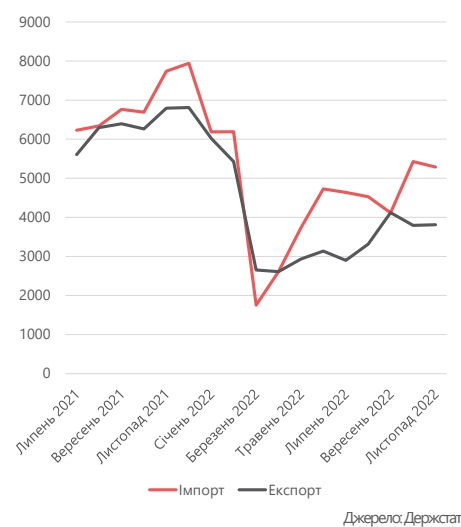


Економічна активність та торгівля

Дефіцит електроенергії продовжував заважати економічній активності у грудні. Переважна більшість підприємств скоротила виробництво, хоча деяким вдалося стабілізувати свою роботу завдяки обладнанню для автономного енергопостачання, зміні графіку роботи або отриманню електроенергії для виробничих потреб. Проте це призвело до зростання виробничих витрат. Передсвятковий попит та пільгові умови імпорту енергопостачального обладнання наприкінці року сприяли поживленню торгівлі, а тепла погода – збиранню кукурудзи¹.

У листопаді дефіцит торговельного балансу товарами збільшився, оскільки підприємства та домогосподарства готувалися до складної зими (Графік 27).

Графік 27: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, млн. доларів США



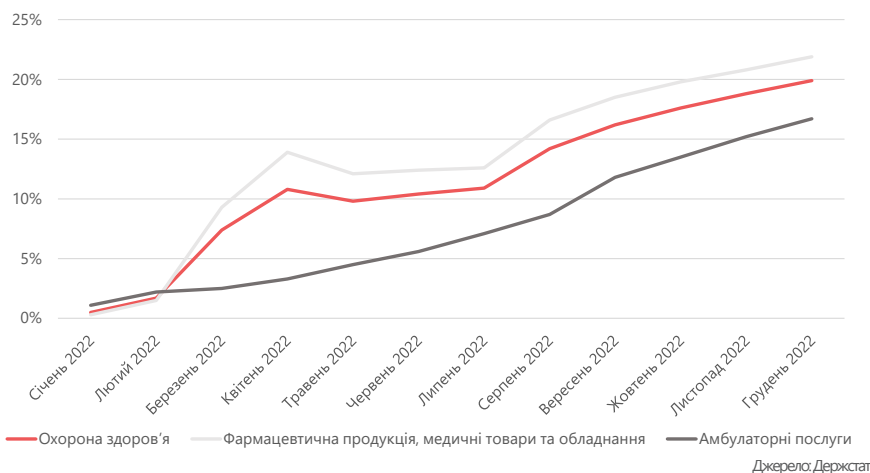
ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я ТА ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

Протягом 2022 року постійно фіксувалося значне зростання цін на медичні послуги.

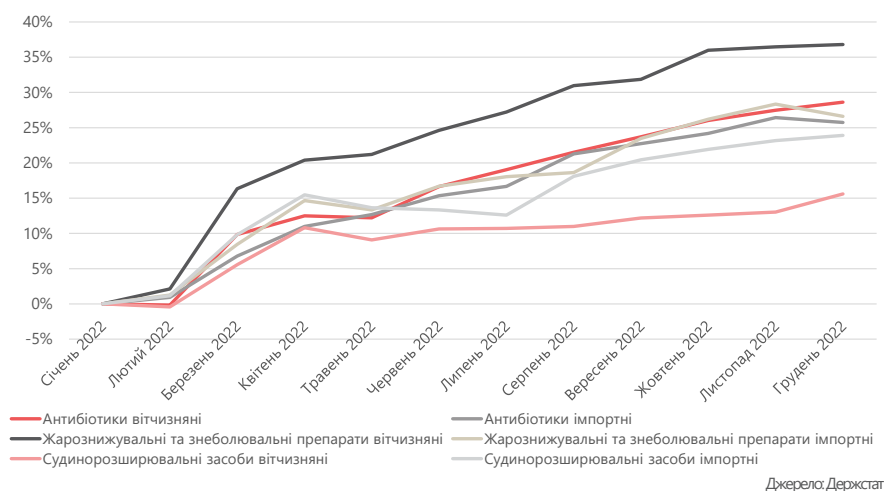
У грудні 2022 року їх вартість була на 20% вище, ніж у грудні 2021 року (Графік 28)³. Фармацевтична продукція, медичні препарати, прилади та обладнання подорожчали на 22%, а вартість амбулаторного лікування зросла на 17%.

Суттєво зросли ціни на основні ліки. Порівняно з січнем 2022 року жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняних торгових марок у грудні 2022 року в середньому подорожчали на 37%, антибіотики вітчизняних торгових марок – на 29%, імпорتنі жарознижувальні та знеболювальні препарати – на 27%, імпорتنі антибіотики – на 26%, імпорتنі судинорозширювальні засоби – на 24%, судинорозширювальні засоби вітчизняних торгових марок – на 16% (Графік 29)².

Графік 28: Динаміка споживчих цін на медичні послуги у 2022 році, у середньому по країні, у % до грудня 2021 року



Графік 29: Кумулятивне зростання цін на окремі лікарські засоби у 2022 році, у середньому по країні, у % від січня 2022 року



ВАРТІСТЬ ОРЕНДИ ЖИТЛА

Ціни на оренду 1-кімнатних квартир в Україні продовжували зростати.

У грудні 2022 року середня вартість оренди 1-кімнатної квартири була на 30% вище, ніж у січні цього року. Найбільше зростання вартості оренди порівняно з січнем 2022 року зафіксоване у Закарпатській (на 102%), Львівській (на 101%) та Івано-Франківській (на 83%) областях (Графік 24)².

Найвища вартість оренди спостерігалась у Львівській області (10977 грн), а найнижча – у Сумській (2473 грн).

Графік 30: Області-лідери за темпами зростання орендної плати за 1-кімнатну квартиру, у % до січня 2022 року



Джерело: Держстат

МЕТОДОЛОГІЯ

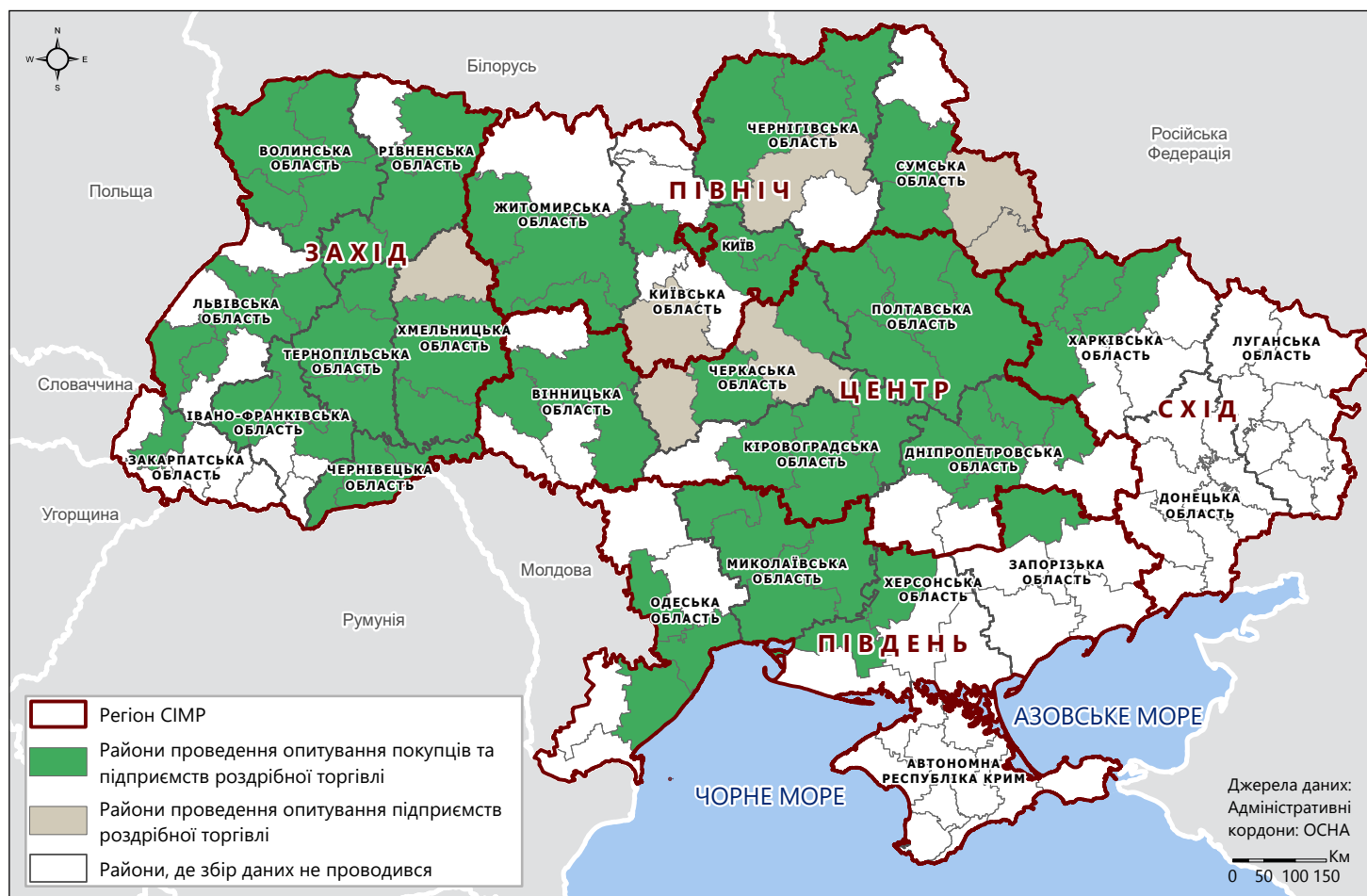
Збір даних в рамках СІМР проводиться один раз на місяць по всій території України спільними зусиллями організацій-членів Робочої групи з надання грошової допомоги (РГГД). Методологія збору первинних даних базується на кількісних структурованих інтерв'ю з респондентами, відібраними для цієї мети. Для цього використовуються два узгоджені запитальники, один з яких призначений для підприємств роздрібної торгівлі, які виступають в ролі ключових інформантів (КІ) щодо ситуації у відповідних сегментах ринку, а інший - для покупців у досліджуваних магазинах і на ринках для проведення індивідуальних інтерв'ю.

Завдання польових команд - зібрати мінімум 3 ціни на певний товар у кожній досліджуваній громаді шляхом опитування підприємств роздрібної торгівлі, а також провести щонайменше 5 інтерв'ю з покупцями в кожній досліджуваній громаді. По кожному найменуванню реєструється ціна найдешевшого бренду

або сорту, які користуються широким попитом. Усі дані збираються польовим персоналом, який володіє загальною методологією та інструментами СІМР. Далі ці дані надходять на загальний сервер РГГД - KoBo, очищаються та аналізуються фахівцями REACH. У рамках СІМР також передбачене інтегрування вторинних даних, зокрема даних Державної служби статистики України, які використовуються для триангуляції там, де це можливо.

Ціни, наведені в цьому інформаційному бюлетені, є «медіанами місцевостей», призначеними для мінімізації впливу відхилень та неоднакової кількості цін, отриманих із різних громад. Спочатку розраховується медіана цін на кожну досліджувану позицію в межах кожної досліджуваної громади; далі, по кожній позиції експерти REACH розраховують медіану з цього переліку медіан на рівні громади для більших територіальних одиниць (райони, області, регіони, та загалом по Україні).

ГЕОГРАФІЧНЕ ОХОПЛЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



ТРУДНОЩІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Оскільки CIMR спирається на методологію цільової вибірки, результати слід розглядати як орієнтовні, а не репрезентативні. Окрім того, результати дослідження відображають ситуацію на ринку на момент збору даних.

У методології CIMR для кожного товару реєструється ціна найдешевшого наявного бренду або сорту, які користуються широким попитом. Оскільки в різних регіонах той чи інший бренд може бути відсутнім, порівняння цін між регіонами іноді базується на товарах з дещо відмінними характеристиками.

У деяких випадках проведення мінімальної кількості інтерв'ю з підприємствами роздрібною торгівлі або споживачами, передбачену методологією CIMR, є неможливим. Тому з метою відтворення відсутніх цін та розрахунку вартості кошика CIMR може застосовуватись розрахункова ціна, яка базується на медіані відповідного району чи області.

Методологія віддаленого моніторингу CIMR дозволяє отримати достовірні дані про ціни та доступність товарів і послуг. Однак, вона не передбачає збору додаткових даних про функціональність ринку.

З огляду на подальше розширення території проведення CIMR деякі зміни в загальних медіанних цінах можуть бути зумовлені змінами в географічному охопленні, а не фактичними цінами.

КІНЦЕВІ ВИНОСКИ

¹ Національний банк України «Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд, січень 2023 року», 5 січня 2023 року, доступно [тут](#)

² Державна служба статистики України «Середні споживчі ціни на товари (послуги) в Україні у 2022 році», 13 січня 2023 року, доступно [тут](#)

³ Міністерство економіки: Споживча інфляція за підсумками 2022 року становила 26,6% - значно нижче прогнозу, доступно [тут](#)

⁴ MIND «Золоті яйця: ціни на базовий продукт історично високі. Чого в цьому більше – ринкових реалій чи спекуляції?», 14 жовтня 2022 року, доступно [тут](#)

⁵ Державна служба статистики України «Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2022 році», 12 січня 2023 року, доступно [тут](#)

⁶ Державна служба статистики України «Індекси споживчих цін на продукти харчування та послуги по регіонах у грудні 2022 року», 12 січня 2023 року, доступно [тут](#)

⁷ Національний банк України «Інфляційний звіт, січень 2023 року», 2 лютого 2023 року, доступно [тут](#)

ДОНОРИ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

UHF Ukraine Humanitarian Fund

ПАРТНЕРИ



acted



CARITAS UKRAINE



MERCY CORPS



JOINT EMERGENCY RESPONSE IN UKRAINE



Save the Children



People in Need



World Food Programme



Community Organized Relief Effort



BEST PAGULSARI



Global Communities Ukraine



HEKS EPER

World Vision

REACH Informing more effective humanitarian action

ПРО ІНІЦІАТИВУ REACH

Метою Ініціативи REACH є допомога у розробці інформаційних інструментів та продуктів, які покращують здатність гуманітарних організацій приймати рішення на основі фактичних даних в контексті надзвичайних ситуацій, відновлення та розвитку. Методології, які використовує REACH, передбачають збір первинних даних та поглиблений аналіз. Діяльність REACH відбувається в рамках механізмів міжвідомчої координації надання гуманітарної допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій Ініціативи IMPACT, ACTED та Програми оперативного застосування супутникової інформації Навчального і науково-дослідного інституту ООН (UNITAR-UNOSAT).