

Україна | Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

10 - 20 лютого 2024 року

ВСТУП

Повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року призвело до масового переміщення населення та гуманітарної кризи по всій території України. Ураховуючи важливу роль багатоцільової грошової допомоги, ініціатива з моніторингу ринку є надзвичайно важливою для забезпечення ефективної та стабільної гуманітарної допомоги, а також запобігання її негативному впливу на місцеві ринки.

Зважаючи на повномасштабну війну, яка триває в Україні, дані про стан ринку є обмеженими та неповними, зокрема на територіях, які постраждали внаслідок бойових дій. Завдання Спільної ініціативи з моніторингу ринку (СІМР) полягає у заповненні такого браку інформації шляхом надання необхідних та актуальних

даних про цінові тенденції та показники функціонування ринку.

Дослідження торговельних майданчиків по всій території України проводиться кожного місяця. У кожному місці збору даних польові команди фіксують ціни та інші ринкові показники шляхом опитування ключових інформантів (КІ) з числа підприємств роздрібної торгівлі та споживачів, що відображають щомісячні зміни на місцевих ринках.

Метою СІМР є: щомісячне відстеження цін та наявності основних товарів на ринках України; оцінка впливу поточної гуманітарної кризи на системи ринків України; допомога гуманітарним організаціям у кращому розумінні ситуації на ринку в Україні по всіх секторах.

ОХОПЛЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Товари першої необхідності, такі як продукти харчування, засоби гігієни, ліки та теплий одяг були широко доступними по всій країні, за виключенням східних та південних територій ближче до лінії фронту.** Фактори, пов'язані з безпекою, за повідомленнями, обмежували доступ покупців до магазинів на цих територіях, а неспроможність дозволити собі придбати товари, наявні в магазинах, обмежувала доступ до товарів для 36% опитаних покупців на Півдні та 21% на Сході. Крім того, покупці в Запорізькій, Херсонській та Донецькій областях набагато частіше повідомляли про недоступність фінансових послуг через відсутність працюючих банків та банкоматів.
- Питання цінової доступності залишалося актуальним по всій країні, оскільки 55% опитаних покупців зазначили, що зростання цін було основною перешкодою для їхнього доступу до товарів на ринках.** На Півночі та в Києві зафіксовано найвищу вартість продуктового кошика СІМР, а також найбільший відсоток покупців, які повідомили, що високі ціни обмежили їхній доступ до товарів (58% та 78% відповідно). Ритейлери на Півночі також висловили занепокоєння щодо зростання цін (77%) та зниження купівельної спроможності (70%) у найближчі місяці.
- Ураховуючи вищевказане, багатоцільова грошова допомога все ще може бути актуальною для більшої частини країни з точки зору гуманітарного реагування. Однак **диференційований підхід до вибору допомоги, як грошової, так і натуральної, може бути необхідним у Донецькій, Херсонській, Запорізькій та Миколаївській областях, зважаючи на найгіршу ситуацію з наявністю товарів першої необхідності в цих областях та обмежений доступ до фінансових установ, які можуть бути залучені до надання грошової допомоги.** Більше того, постійний моніторинг ситуації на ринку необхідний у цих регіонах і на Півночі через погіршення ситуації з безпекою.

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ

Основні зміни в кошику СІМР за місяць

Медіанна вартість повного кошика СІМР

1071 грн	▼ -2,5%
28,06 дол. США	▼ -1,6%
26,02 євро	▲ +0,4%
Продукти харчування	▼ -3,3%
Засоби гігієни	▼ -1,7%

Медіанна вартість кошика СІМР за регіонами

Захід	1103 грн	+4,3% ▲
Схід*	1047 грн	+0,6% ▲
Північ	1179 грн	-2,7% ▼
Київ	1061 грн	-6,8% ▼
Центр	1025 грн	-6,2% ▼
Південь	1128 грн	+4,8% ▲

* До Сходу віднесено Харківську, Луганську та Донецьку області.

Курси валют**

38,17	38,16	41,15
дол. США/грн	дол. США/грн	євро/грн
офіційний	паралельний ринок	паралельний ринок
▲ +0,9%	▼ -1,0%	▼ -2,8%

**Медіанний курс валют на 15 лютого 2024 року. Дані доступні за посиланням <http://minfin.com.ua>

15	Партнерів-учасників
23	Досліджені області
135	Досліджених громад
1318	Інтерв'ю з ключовими інформантами (КІ)
500	Опитаних підприємств роздрібної торгівлі
818	Опитаних покупців
20	Товарів досліджено

Кошик CIMR

Кошик CIMR - це підгрупа споживчого набору репрезентативних товарів (та послуг) із 335 позицій, який формується Державною службою статистики України (Держстатом) і куди входять основні продукти харчування і засоби гігієни, які регулярно купує середньостатистичне домогосподарство. Вміст кошика CIMR було визначено під час консультацій із Робочою групою з надання грошової допомоги в Україні (РГГД).

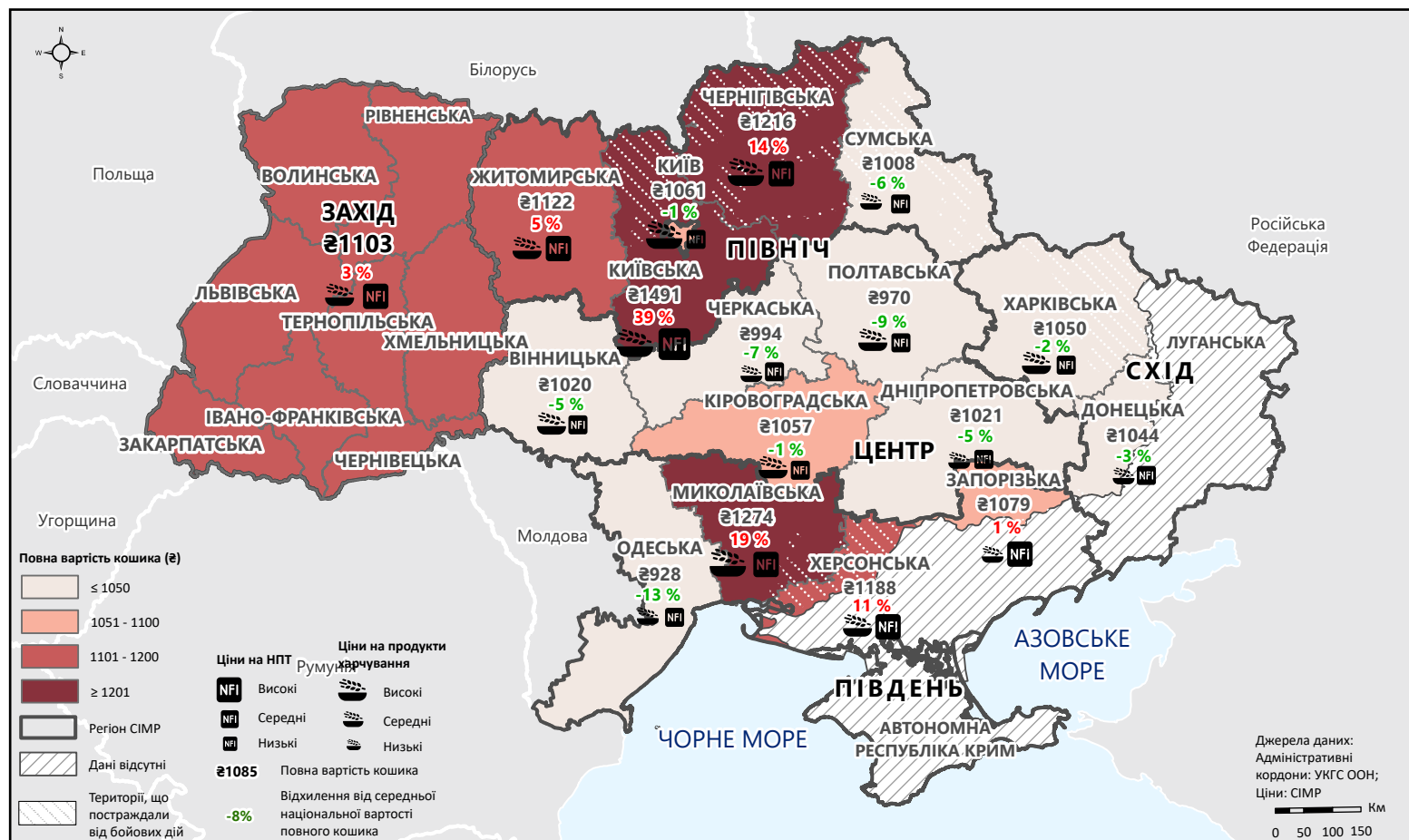
Продукти харчування

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

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

Карта 2: Медіанні значення вартості продуктового та непродовольчого кошиків у лютому 2024 року, за областями, грн



525 грн

Медіанна ціна продуктового кошика

546 грн

Медіанна ціна непродовольчого (гігієнічного) кошика

Основні тенденції кошика CIMR

- Вартість повного кошика CIMR у лютому 2024 року, розрахована в цілому по країні, становила 1071 грн, що на 2% менше порівняно з цінами, про які повідомлялося як у січні 2024 року, так і в лютому 2023 року.
- Найдорожчий кошик CIMR був розрахований на основі цін, повідомлених на Півночі (1179 грн) та Півдні (1128 грн), тоді як найнижча вартість кошика CIMR була зафіксована в Центрі (1025 грн).
- Зниження вартості повного кошика CIMR у лютому порівняно з аналогічним місяцем попереднього року відбулося переважно за рахунок зниження цін у продуктовому кошику (на 12%), у той час як вартість непродовольчого (гігієнічного) кошика зросла за рік на 9%.

Таблиця 1: Медіана ціни на продовольчі товари в лютому 2024 року, за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року
Хліб	500 г	20	▲1%	18	▲1%	18	▲7%	17	▼29%	24	▼2%	18	▼12%	18	▼9%
Крупа гречана	1 кг	28	▼4%	27	▼10%	33	▲6%	34	▲1%	30	0%	30	▼1%	30	0%
Капуста	1 кг	15	▲4%	14	▼2%	15	▲6%	16	▲3%	16	▲3%	14	▼4%	15	▲4%
Морква	1 кг	14	▼11%	15	▼5%	16	▼17%	14	▼17%	17	0%	14	▼5%	15	▼9%
Курятина (стегна, свіжі)	1 кг	109	▲3%	105	▼7%	104	▼2%	104	▼5%	127	0%	90	▼16%	105	▼4%
Каші для першого прикорму	200 г	90	▼11%	83	▲17%	73	▼6%	98	▼2%	88	▼11%	81	▼3%	86	▼6%
Яйця (курячі)	10 шт	50	▼6%	50	▼5%	51	▼3%	50	▼8%	51	▼9%	52	▲6%	50	▼4%
Молоко (2.5%, свіже)	900 мл	33	▼2%	33	▼6%	36	▼1%	36	▲2%	33	▼6%	34	▼3%	34	▼5%
Олія соняшникова (рафінована)	900 мл	44	0%	45	▼5%	45	▼8%	52	▲3%	50	▼3%	48	▲3%	47	▼3%
Цибуля	1 кг	18	▲7%	16	0%	17	0%	18	▲3%	18	▼2%	20	▲12%	18	▲3%
Картопля	1 кг	23	▲4%	24	▲11%	24	▲8%	22	▲10%	25	▲9%	25	▲14%	24	▲10%
Рис (круглий)	1 кг	50	▼6%	50	▼12%	52	▼2%	52	▼1%	55	▼8%	48	▼2%	51	▼5%
Вода	1.5 л	15	▼6%	15	0%	16	▲11%	17	▲15%	14	▼6%	15	▲6%	15	▲2%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	18	▼8%	16	▼8%	19	▲3%	17	▼14%	20	▲6%	15	▼15%	18	▼4%
Загалом		526	▼3%	511	▼3%	519	▼2%	547	▼3%	568	▼4%	504	▼3%	525	▼3%

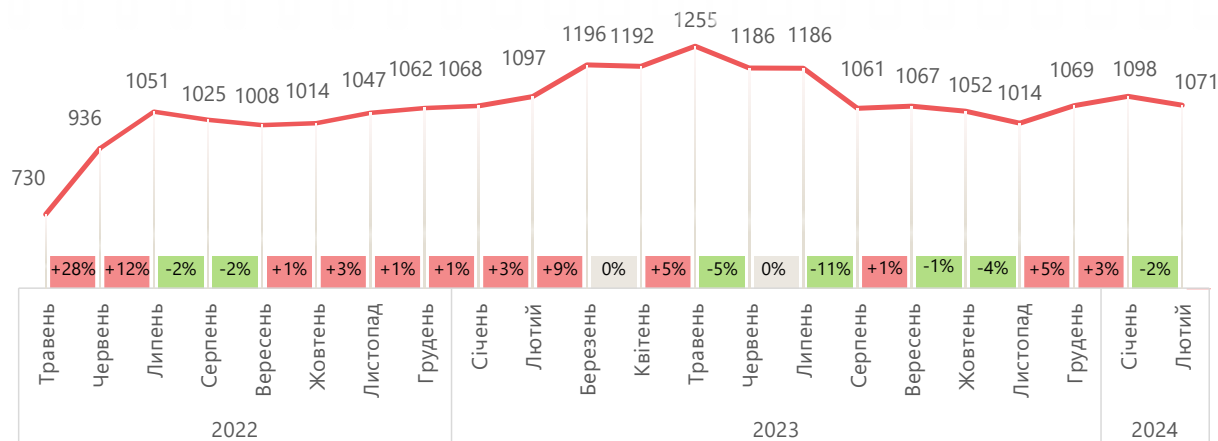
Таблиця 2: Медіана ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) в лютому 2024 року, за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Медіанна ціна, грн	Зміна із січня 2024 року
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	13	▼7%	12	0%	16	▲3%	12	▲1%	12	▼5%	11	▼17%	12	▼6%
Підгузки дитячі (5-9 кг)	1 упаковка (40-60 шт)	405	▲20%	354	▼12%	442	▲14%	457	▼5%	348	▼13%	361	▲4%	383	▼2%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	45	0%	41	▼8%	43	▲1%	42	▲6%	38	▼4%	41	▲2%	41	0%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	23	▲27%	20	0%	22	▼1%	22	▼7%	21	▼12%	19	▼7%	21	▲1%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	40	▼9%	36	▼1%	37	▲18%	50	▲8%	33	▲13%	64	▲23%	39	▼3%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	50	▼7%	50	▼7%	49	▲2%	49	▲7%	41	▼9%	46	▲6%	49	▲4%
Загалом		576	▲12%	513	▼9%	609	▲11%	632	▼2%	493	▼10%	543	▲5%	546	▼2%

Карта 3: Медіанна вартість продуктивних кошиків у лютому 2024 року, за областями, грн



Рисунок 1: Щомісячна динаміка вартості кошика СІМР, загалом по країні, грн



ЦІНИ В КОШИКУ СІМР

У лютому вартість продуктового кошика знизилася у всіх регіонах: від 2% на Півдні до 4% у Києві. Загалом по країні вона становила 525 грн, що на 3% менше, ніж у січні.

Зниження цін у продуктовому кошику відбулося головним чином за рахунок зниження цін на моркву та хліб (на 9% на кожний із цих товарів). На думку експертів, зниження ціни на моркву пов'язане з досить теплою погодою, що призвело до псування цього продукту на складах місцевих виробників¹. І навпаки, значно зросли ціни на картоплю - від 14% на Сході до 4% на Заході. Слід зазначити, що ціна на картоплю в лютому була на 147% вищою порівняно з ціною, про яку повідомляли підприємства роздрібної торгівлі в лютому минулого року. Таке суттєве зростання ціни було зумовлене здебільшого обмеженими запасами високоякісної картоплі в господарствах у поєднанні зі збільшеним попитом на цей продукт².

Як і минулого місяця, найдорожчий продуктивний кошик був розрахований на основі цін, які повідомляли підприємства роздрібної торгівлі в Києві (568 грн) та на Півночі (547 грн), тоді як на Сході він був найдешевшим (504 грн).

Вартість кошика непродовольчих товарів (НПТ) (засобів гігієни) у лютому становила 546 грн по країні, що на 2% менше, ніж у січні. Найбільша вартість кошика НПТ була зафіксована на Півночі (632 грн), а найменша - у Києві (493 грн).

РИНКОВІ ЦІНИ

За даними Державної служби статистики України (Держстату), середні споживчі ціни на автомобільне паливо залишилися майже незмінними порівняно із січнем³ (див. рисунок 2).

Однак очікується відновлення тенденції до зростання, зважаючи на збільшення світових цін на сиру нафту, а також перебої в ланцюгах постачання, які здебільшого впливають на ціну на газ скраплений для автомобілів⁴.

Рисунок 2: Середня споживча ціна на автомобільне паливо, загалом по країні, грн за літр

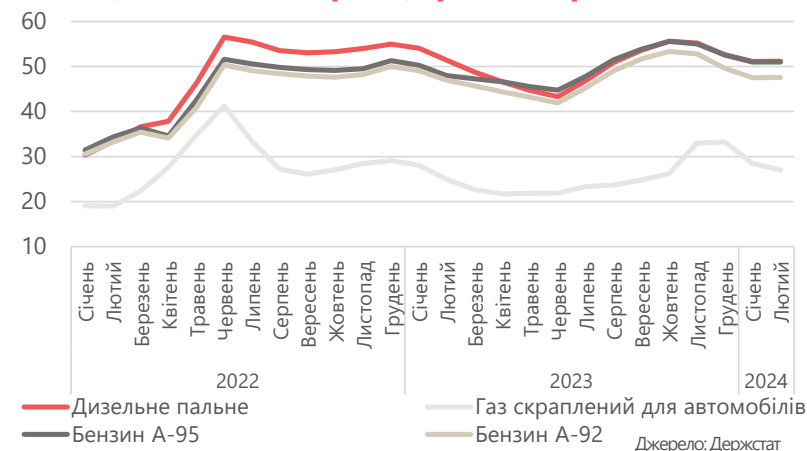
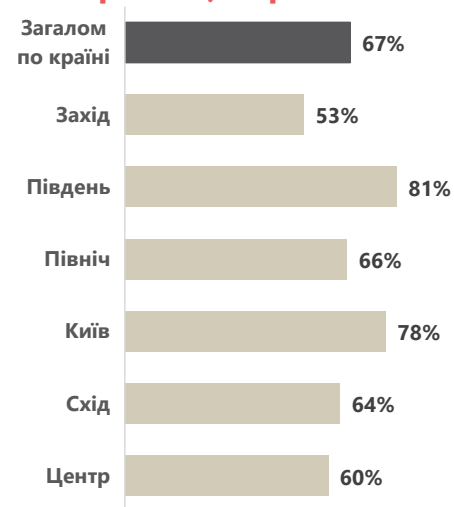


Рисунок 3: % покупців, які повідомили про вплив фінансових факторів на їхній доступ до товарів у магазинах та на ринках, за регіонами



ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

У лютому 25% покупців по всій країні зазначили, що повномасштабна війна впливала на їхню можливість фізичного доступу до магазинів та ринків. Серед ритейлерів цей показник був дещо нижчим - 21% (рисунок 5).

Про труднощі в доступі до магазинів найчастіше повідомляли в східних Харківській та Донецькій областях, а також у південних Херсонській, Миколаївській і Запорізькій областях, де покупці стикалися з різними факторами, пов'язаними з безпекою.

Зокрема, опитані покупці в цих областях повідомляли про активні бойові дії та обстріли, причому найчастіше - у Донецькій (87%) та Херсонській (33%) областях. Обмеження на пересування,

ЦІНОВА ДОСТУПНІСТЬ

Результати CIMR продовжують свідчити про фінансові труднощі, які постійно впливають на доступ покупців до товарів у магазинах та на ринках по всій країні, про що повідомили 67% респондентів у лютому (рисунок 3).

Зростання цін було названо основною причиною фінансових труднощів для 55% опитаних покупців (див. рисунок 4). Найбільша частка таких респондентів спостерігалася в Києві (78%) та на Півночі (58%).

Більше того, 36% опитаних покупців на Півдні, 21% на Сході та 20% на Півночі вказали, що не можуть дозволити собі товари, наявні в магазинах.

Висока ціна на автомобільне паливо стала ще однією фінансовою перешкодою, що вплинула на доступ покупців до магазинів по всій країні, про що повідомили 22% опитаних на Півночі та 10% на Півдні.

пов'язані з воєнним станом, найбільше впливали на покупців у Донецькій (67%) та Миколаївській (21%) областях. Опитані жителі Донецької (73%) та Херсонської (24%) областей в основному обмежували доступ до місцевих магазинів та ринків через страх потрапити під обстріл під час перебування в магазинах або дорогою до них.

Крім того, покупці в Херсонській та Донецькій областях повідомили про пошкодження будівель або інфраструктури магазинів або ринків (33% у кожній області), а також пошкодження чи блокування доріг, якими можна дістатися до цих місць (13%-14%). Відсутність транспорту найчастіше обмежувала доступ до магазинів покупців у Донецькій області (47%).

Висока вартість проїзду в громадському транспорті також була названа серед перешкод, особливо на Заході (18%) та Сході (11%). За даними Держстату, найвища середня вартість квитка на громадський транспорт була у Львівській (15,74 грн), Чернігівській (12 грн) та Чернівецькій (11,83) областях⁵.

Варто зазначити, що покупці на Півдні стикалися з проблемами оплати, оскільки 10% з них зазначили, що їм не вистачало готівки, а продавці неохоче приймали інші способи оплати. Про такі труднощі найчастіше повідомляли в Донецькій, Миколаївській, Запорізькій та Херсонській областях.

Загалом проблема цінової доступності залишалася актуальною по всій країні, однак найчастіше створювала суттєві перешкоди в доступі до товарів у магазинах та на ринках для покупців на Півдні, Півночі, Сході та в Києві.

Рисунок 4: Основні фінансові перешкоди* в доступі до товарів у магазинах та на ринках, про які повідомляли покупці, загалом по країні



* Відсотки були отримані на основі відповідей на питання з декількома варіантами відповідей.

Рисунок 5: % покупців та підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили про негативний вплив повномасштабної війни на можливість доступу до магазинів, за регіонами



Більше цього, 33% опитаних покупців у Донецькій, 16% у Херсонській, а також 11% у Запорізькій та Харківській областях вказали на тимчасові перерви в роботі магазинів через відключення електропостачання.

Варто зазначити, під час повітряних тривог доступ покупців до магазинів також тимчасово обмежувався, про що найчастіше повідомляли на Півночі (25%), з найвищим відсотком таких респондентів у Чернігівській області (67%).

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продукти харчування та засоби гігієни

У лютому 98% опитаних покупців загалом по країні повідомили про повну наявність продуктів харчування.

Однак на відсутність або недостатню кількість продуктів харчування вказали опитані покупці на південних та східних територіях поблизу лінії фронту. При цьому найнижчі відсотки повної наявності продуктів зафіксовано в Донецькій (74%), Миколаївській (90%) та Херсонській (92%) областях (рисунок 7).

Слід зазначити, що жоден респондент у Березнегуватській громаді Миколаївської області не повідомив про повну наявність продуктів харчування (n=5). Також у Бериславській громаді Херсонської області та Мар'їнській громаді Донецької області лише 2 з 5 опитаних покупців повідомили про їхню повну наявність.

Рисунок 7: % покупців, які повідомили про наявність продуктів харчування, за областями*



Рисунок 8: % покупців, які повідомили про наявність засобів гігієни, за областями*

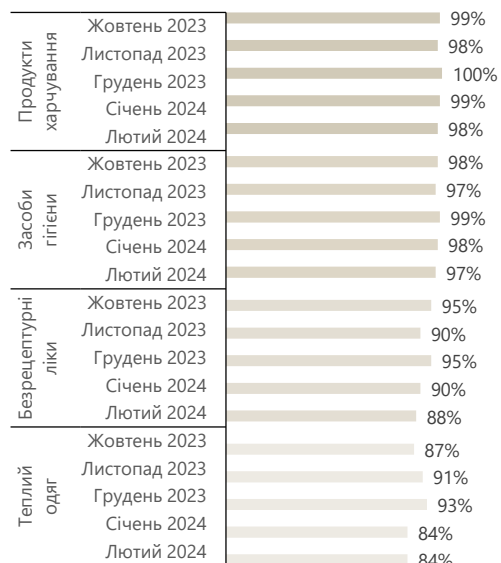


Ліки

Ситуація з наявністю безрецептурних ліків дещо погіршилася порівняно з попередніми місяцями. Якщо в грудні та січні про повну наявність ліків повідомили 95% і 90% покупців, відповідно, то в лютому цей показник зменшився до 88%.

Особливо тривожною ситуація була на Півдні, де 14% опитаних покупців повідомили про відсутність ліків, а ще 11% відзначили їхню обмежену наявність. Найбільше занепокоєння викликає ситуація в Запорізькій області, де 40% покупців вказали на повну відсутність ліків, а 8% - на їхню обмежену наявність. Схожі труднощі виникали в Миколаївській (9% і 15%) та Херсонській (10% і 12%) областях. Крім того, 13% покупців у Донецькій області також повідомили про відсутність ліків, а 13% - про їх обмежену наявність.

Рисунок 6: % покупців, які повідомили про повну наявність товарів, загалом по країні



Засоби гігієни також були найменш доступними в південних та східних областях поблизу лінії фронту: 26% покупців у Донецькій, 16% у Миколаївській і 10% у Херсонській областях повідомили, що засоби гігієни не були повністю доступними*. Це контрастує з показником повної доступності, розрахованим загалом по країні, який у лютому становив 97%. Також жоден респондент у Березнегуватській громаді Миколаївської області не повідомив про наявність засобів гігієни (n=5). Про повну наявність цих товарів повідомив лише 1 із 5 покупців у Бериславській громаді Херсонської області, а також 2 з 5 опитаних у Мар'їнській громаді Донецької області.

Водночас ритейлери в Запорізькій області відзначили проблеми з наявністю 19 з 20 товарів, що входять до кошика СИМР, зокрема овочів і товарів для дітей. Про нестачу або потребу замовляти картоплю, капусту, моркву та цибулю повідомили від 13% до 19% опитаних підприємств роздрібною торгівлі, а 25% відзначили нестачу каш для першого прикорму, а також дитячих підгузків.

Рисунок 9: % покупців, які повідомили про наявність ліків, за областями*

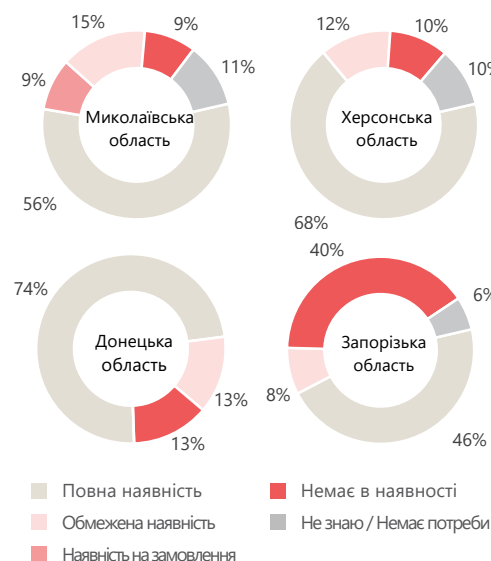


Рисунок 10: % покупців, які повідомили про наявність теплої одягу, за областями*



Теплий одяг

Результати опитування покупців у рамках CIMP продовжують вказувати на значні проблеми з наявністю теплового одягу, зокрема на східних та південних територіях поблизу лінії фронту.

Так, найнижчі відсотки повної наявності теплового одягу були зафіксовані на Півдні та Сході й становили 67% та 79%, відповідно, тоді як показник загалом по країні в лютому становив 84%. Ситуація в Запорізькій області була особливо тривожною, оскільки 43% покупців повідомили про відсутність теплового одягу. У Донецькій області цей показник був на рівні 20%.

Крім того, покупці в Миколаївській та Херсонській областях також стикалися з різними проблемами щодо наявності теплового одягу, такими як його відсутність, дефіцит або можливість придбати лише через замовлення (див. рисунок 6 на попередній сторінці).

ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Згідно з результатами опитування покупців у рамках CIMP, менше половини опитаних КІ (40%) регулярно купували автомобільне паливо для власних потреб або для роботи. Найчастіше це був бензин, дизельне паливо та газ. Лише незначна частка респондентів зазначила, що користувалася електромобілями.

Завдяки достатньому обсягу пропозиції на ринку, у лютому автомобільне паливо було повністю доступне для більш ніж половини опитаних покупців (68%), що майже на рівні попереднього місяця (70%).

Проте спостерігалися деякі проблеми з наявністю пального для автомобілів в Донецькій області, де 27% респондентів повідомили про його відсутність, а також

Рисунок 11: % покупців, які повідомили про наявність автомобільного пального, за областями*



у Запорізькій та Херсонській областях, де на відсутність або обмежену наявність пального вказали 17% та 14% респондентів відповідно.

Стосовно палива для опалення, найнижчий відсоток його повної наявності було зафіксовано на Півдні (71%) та Сході (78%), а показник по країні загалом становив 86%, що майже на рівні показника попереднього місяця (87%).

Найбільші проблеми з наявністю спостерігалися в Херсонській області, де 24% респондентів повідомили про його недостатню наявність. Крім цього, респонденти в Донецькій (40%) та Чернігівській (20%) областях зазначили, що паливо для опалення неможливо було купити відразу та потрібно було замовляти.

ДОСТУПНІСТЬ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

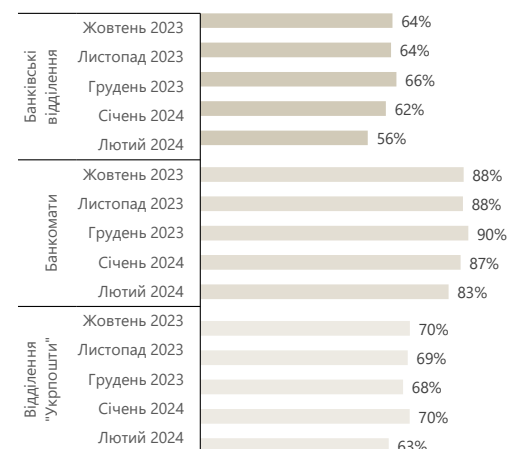
Банки

У лютому 56% опитаних покупців повідомили про повну доступність банківських відділень, що надавали весь спектр послуг, що дещо менше, ніж 62% в січні. **Таке зниження можна пояснити подвоєнням частки респондентів, які повідомили про недоступність банківських відділень в їхніх громадах (з 9% у січні до 18% у лютому).**

За повідомленнями, повітряні атаки обмежили години роботи банківських відділень по всій країні, крім Києва, а найбільша частка респондентів, які відзначили це, була зафіксована на Півночі (43%) та в Центрі (38%).

Проте з найбільшими труднощами в доступі до повного спектру банківських послуг стикалися

Рисунок 12: % покупців, які повідомили про повну доступність фінансових послуг, загалом по країні



респонденти на Півдні та Сході: 42% та 24% опитаних покупців, відповідно, вказали на недоступність працюючих банків в їхніх громадах. Про такі труднощі найчастіше повідомляли в Запорізькій (71%), Херсонській (69%) та Донецькій (40%) областях.

Банкомати

Відсоток покупців, які повідомляли про повну доступність працюючих банкоматів, зменшився з 87% у січні до 83% у лютому.

Проблеми з доступом ще залишалися на Півдні, де 38% покупців у лютому повідомили про відсутність банкоматів у їхніх громадах. На обласному рівні найвищі відсотки зафіксовано в Херсонській (65%), Запорізькій (63%) та Донецькій (33%) областях. Крім того, 13% опитаних покупців у Донецькій області повідомили про тривалі перебої в наданні послуг, таких як зняття готівки.

Укрпошта**

У лютому 63% опитаних покупців повідомили, що відділення Укрпошти працювали щодня й надавали всі звичайні фінансові послуги, що вказує на незначне зниження порівняно із 70%, зафіксованими в січні.

Так само, як і банківські відділення, відділення Укрпошти тимчасово зачинялися під час повітряних тривог. З такими перешкодами в доступі до послуг Укрпошти найчастіше стикалися покупці на Півночі та в Центрі (про це повідомили 44% та 33% респондентів відповідно).

Додатковою перешкодою в доступі до послуг Укрпошти була нерегулярна робота її відділень - декілька днів на тиждень. Про це найчастіше повідомляли респонденти в Запорізькій області (31%). Крім цього, 47% покупців у Херсонській та 33% в Донецькій областях зазначили, що в їхніх громадах були доступні лише пересувні поштові відділення.

* У південних та східних областях, де повідомлялося про найнижчий відсоток наявності впродовж досліджуваного періоду.

** Укрпошта є національним постачальником поштових послуг в Україні.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

Поточні труднощі

У лютому 28% підприємств роздрібно́ї торгівлі повідомили про труднощі з організацією роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом товарів. Підприємства на Півдні стикалися з труднощами частіше, ніж в інших регіонах: 49% повідомили про складнощі. Найбільша частка ритейлерів, що повідомляли про проблеми, була в Миколаївській, Херсонській (78%) та Донецькій (80%) областях.

Як і в попередні місяці, основною проблемою, на яку вказали підприємства роздрібно́ї торгівлі по всій країні, були високі ціни від постачальників, що вплинуло на 19% опитаних ритейлерів по всій країні. Ця проблема була особливо вираженою на Заході (33%), Півдні (26%) та Сході (21%).

Труднощі, пов'язані з повним укомплектуванням магазину персоналом та зберіганням товарів під час відключень електроенергії, посіли друге місце серед проблем, з якими стикалися підприємства роздрібно́ї торгівлі. Про проблеми з пошуком персоналу найчастіше згадували ритейлери в Миколаївській області (17%), тоді як у Херсонській (61%) та Донецькій (60%) областях переважно відзначали проблеми зберігання товарів за відсутності електроенергії.

Карта 4: Орієнтовна частка працюючих підприємств роздрібно́ї торгівлі в лютому 2024 року від довоєнного рівня, за повідомленнями підприємств роздрібно́ї торгівлі, за громадами



Слід зазначити, що підприємства роздрібно́ї торгівлі в деяких громадах Харківської, Миколаївської, Дніпропетровської та Сумської областей стикалися з проблемами поповнення запасів товарів, оскільки, за повідомленнями, їм потрібно було від 7 до 30 днів для поповнення запасів деяких товарів, що входять до кошика СІМР.

За оцінками ритейлерів у лютому, найменша частка зазвичай працюючих підприємств роздрібно́ї торгівлі, порівняно з довоєнним рівнем, була зафіксована на Півдні та Сході, зокрема в деяких громадах Харківської і Херсонської областей, а також у Конотопській громаді Сумської області, та коливалася від 25% до 50%. За підрахунками, їхня частка загалом по країні варіювалася від 75% до 100%.

Більше того, ритейлери на Півдні, Сході та Півночі частіше повідомляли, що магазини на їхніх торгових майданчиках постраждали внаслідок війни, зазнавши серйозних або незначних пошкоджень. Найчастіше про такі пошкодження повідомляли в Херсонській, Миколаївській, Донецькій, Харківській та Київській областях.

Очікувані труднощі

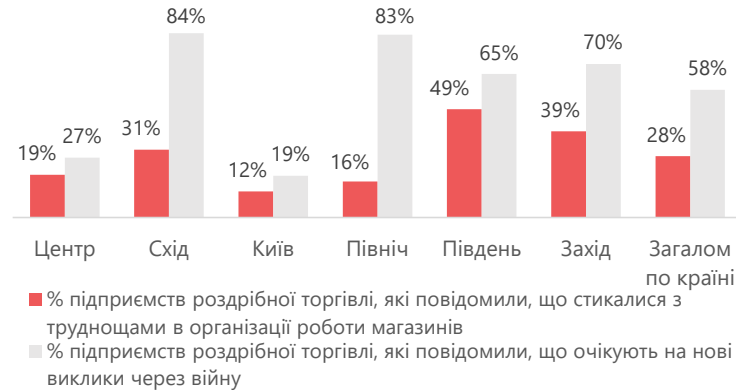
Результати опитування показали, що 58% опитаних загалом по країні підприємств роздрібно́ї торгівлі в лютому очікували на нові труднощі в найближчому майбутньому через повномасштабну війну (незначне зростання порівняно з 53% у січні).

Топ-2 виклики, з якими роздрібно́ї продавці очікують зіткнутися в найближчі місяці через повномасштабну війну, загалом по країні

- 1 47% Зростання цін
- 2 40% Зниження купівельної спроможності покупців

Найтривожнішою ситуацією була на Півночі, де 77% ритейлерів повідомили, що очікують на зростання цін, а 70% передбачали зниження купівельної спроможності покупців. Найбільший відсоток таких ритейлерів було зафіксовано в Сумській області (92% і 96% відповідно).

Рисунок 13: % ритейлерів, які повідомили про труднощі з організацією роботи їхніх магазинів та очікували на нові виклики через повномасштабну війну, за регіонами



Таблиця 3: громади, в яких ритейлери повідомили, що потребують 7 або більше днів для поповнення запасів продуктів харчування, що входять до кошика СІМР

Область	Громада	Найменування товару
Харківська	Барвінківська	картопля, морква, капуста, цибуля, борошно, рис, олія, крупа гречана, каша для прикорму
Харківська	Ізюмська	картопля, морква, капуста, цибуля, борошно, рис, олія, крупа гречана, каша для прикорму
Харківська	Савинська	картопля, морква, капуста, цибуля, борошно, рис, олія, крупа гречана, каша для прикорму
Миколаївська	Дорошівська	картопля, морква, капуста, цибуля, борошно, рис, олія, крупа гречана, каша для прикорму, курятина, вода
Миколаївська	Новоодеська	олія, крупа гречана, каша для прикорму
Дніпропетровська	Слов'янська	цибуля, борошно, рис, олія, крупа гречана, вода
Сумська	Лебединська	каша для прикорму

МАКРОЕКОНОМІКА

За даними Держстату, у лютому 2024 року інфляція в річному вимірі сповільнилася до 4,3%⁶, що є найнижчим показником з листопада 2020 року⁷. У місячному вимірі інфляція сповільнилася з 0,4% в січні до 0,3% в лютому^{8,9}. Продукти харчування та безалкогольні напої подорожчали на 0,4% (див. рисунок 15).

Інфляція сповільнювалася швидше, ніж це прогнозував Національний банк України (НБУ)¹⁰. Така динаміка була пов'язана зі збільшенням пропозиції окремих продуктів харчування, вторинними ефектами від значних врожаїв, контрольованою ситуацією на валютному ринку та подальшою дією мораторію на підвищення комунальних тарифів. При цьому показник базової інфляції знижувався повільніше за прогноз під тиском скорочення імпорتنної пропозиції деяких товарів і зростання витрат на оплату праці¹⁰.

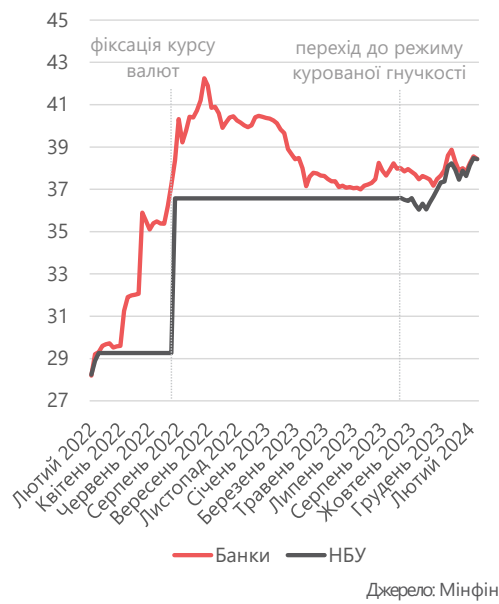
Стабілізація ситуації в енергетичному секторі, зростання обсягів морських та залізничних перевезень, а також

тепла погода сприяли поживленню економічної діяльності протягом лютого¹¹. Однак **труднощі з логістикою через блокаду на кордоні з Польщею та брак персоналу слугували факторами, що обмежували роботу торговельних підприємств¹¹.**

Через блокаду на українсько-польському кордоні оператори були змушені шукати альтернативні шляхи постачання продукції, що збільшувало вартість кожної доставки на 600-1000 євро¹². **Це неминуче призведе до зростання цін на низку продуктів у супермаркетах¹².** Найкритичнішою ситуацією була для ритейлерів, які імпортують продовольчі товари, зокрема овочі, фрукти, рибу, крупи та молочні продукти, оскільки їм потрібно забезпечити відповідні температурні режими зберігання такої продукції.

З іншого боку, причинами нестачі персоналу була міграція, мобілізація, зниження споживчого попиту, а також небажання чоловіків офіційно працевлаштовуватися на роботу¹³.

Рисунок 14: Середньоринковий обмінний курс долара США

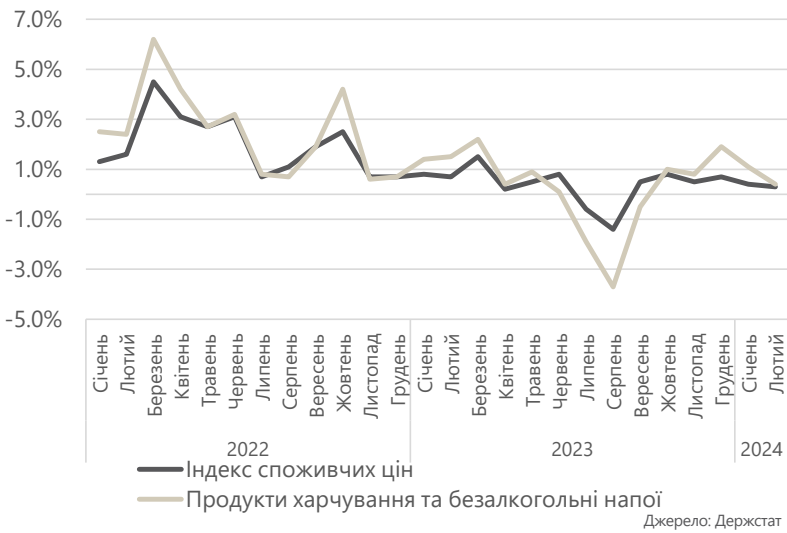


Таблиця 4: Топ-10 областей із найвищою середньомісячною вартістю оренди 1-кімнатної квартири в лютому 2024 року, грн

Область	Середня вартість оренди, грн	Зміна із січня 2024 року	Зміна з лютого 2023 року
Закарпатська	11918	▼1%	▼9%
Львівська	11686	▼2%	▲6%
Рівненська	9744	0%	▲71%
м.Київ	8989	0%	▲22%
Чернівецька	8051	0%	▲13%
Хмельницька	7750	0%	▲10%
Черкаська	7518	0%	▲23%
Волинська	7473	0%	▲35%
Івано-Франківська	7157	0%	▲49%
Вінницька	6480	▲2%	▲23%
Україна	6819	0%	▲14%

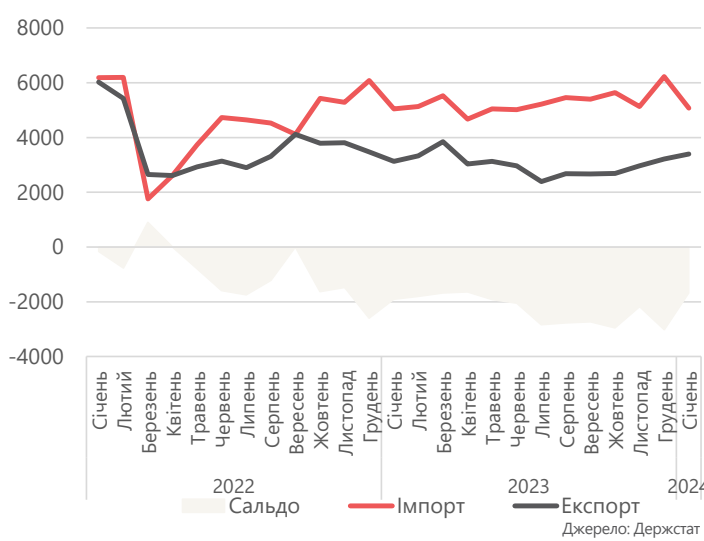
Джерело: Держстат

Рисунок 15: Темпи інфляції, % до попереднього місяця



Джерело: Держстат

Рисунок 16: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, млн дол. США



Джерело: Держстат

Таблиця 5: Зростання цін на окремі лікарські засоби, загалом по країні

Товари-представники	Середня споживча ціна, грн	Зміна із січня 2024 року	Зміна з лютого 2023 року
Антибіотики вітчизняні	53,83	0%	▲21%
Антибіотики імпорتنі	197,05	▲1%	▲5%
Жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні	21,06	▲1%	▲25%
Жарознижувальні та знеболювальні препарати імпорتنі	27,87	▲1%	▲9%
Судинорозширювальні засоби вітчизняні	15,62	▲1%	▲14%
Судинорозширювальні засоби імпорتنі	71,26	▲1%	▲7%

Джерело: Держстат

Методологія

Збір даних в рамках CIMR 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 опитувальники, один з яких призначений для підприємств роздрібною торгівлі, які виступають в ролі ключових інформантів (КІ) щодо ситуації у відповідних сегментах ринку, а інший - для споживачів 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 КІ з числа підприємств роздрібною торгівлі, а також провести щонайменше 5 інтерв'ю з КІ з числа покупців у кожній досліджуваній громаді. По кожному найменуванню реєструється ціна найдешевшого бренду або сорту, які користуються широким попитом. Усі дані збираються польовими командами, які володіють загальною методологією та інструментами CIMR. Далі ці дані надходять на загальний сервер РГГД - KoBo, після чого дані очищаються та аналізуються фахівцями REACH від імені РГГД.

У рамках CIMR 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 місцевостей. Спочатку розраховується медіана цін на кожну досліджувану позицію в межах кожної досліджуваної громади; після чого, керуючись отриманим переліком медіан на рівні громад, експерти REACH розраховують медіану на кожну позицію для більших територіальних одиниць (райони, області, регіони та загалом по Україні).

Детальнішу інформацію про методологію

можна знайти в Технічному завданні CIMR (ТЗ) (англійською) [за цим посиланням](#).

Труднощі та обмеження

Оскільки CIMR спирається на методологію цільової вибірки, результати слід розглядати як індикативні, 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, який користується 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 партнери не можуть провести мінімальну кількість інтерв'ю з підприємствами роздрібною торгівлі або споживачами, передбачене методологією CIMR. Тому з метою відтворення відсутніх цін та розрахунку вартості кошика CIMR може застосовуватися 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.

Про Ініціативу REACH

Ініціатива REACH сприяє розробці інформаційних інструментів та продуктів, які підвищують спроможність суб'єктів гуманітарної діяльності ухвалювати рішення на основі фактичних даних у контекстах надзвичайних ситуацій, відновлення та розвитку. Методології, які використовує REACH охоплюють збір первинних даних і глибинний аналіз, а вся діяльність здійснюється через механізми міжвідомчої координації гуманітарної допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій IMPACT Initiatives, ACTED і Навчального та наукового дослідного інституту - Програми ООН з використання супутникової інформації в оперативних цілях (UNITAR-UNOSAT).

Кінцеві примітки

Сторінка 4

¹ AgroPortal, Українська картопля дорожчає, а морква дешевшає, 8 березня 2024 року, доступно [тут](#)

² EastFruit. В Україні знову дорожчає картопля, 5 березня 2024 року, доступно [тут](#)

³ Державна служба статистики України, Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2024 році, 13 березня 2024 року, доступно [тут](#)

⁴ Національний банк України, Коментар Національного банку щодо рівня інфляції в лютому 2024 року, 14 березня 2024 року, доступно [тут](#)

Сторінка 5

⁵ Державна служба статистики України, Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2024 році, 13 березня 2024 року, доступно [тут](#)

Сторінка 9

⁶ Державна служба статистики України. Індекси цін, 8 березня 2024 року, доступно [тут](#)

⁷ Trading Economics, Інфляція в Україні сповільнилася у січні, 8 березня 2024 року, доступно [тут](#)

⁸ Державна служба статистики України. Індекси цін, 8 лютого 2024 року, доступно [тут](#)

⁹ Державна служба статистики України. Індекси цін, 8 березня 2024 року, доступно [тут](#)

¹⁰ Національний банк України, Коментар Національного банку щодо рівня інфляції в лютому 2024 року, 14 березня 2024 року, доступно [тут](#)

¹¹ Національний банк України, Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд, березень 2024 року, 6 березня 2024 року, доступно [тут](#)

¹² Українська Рада Торгових Центрів, Втрати 100 млн гривень щотижня: як блокада польського кордону може вплинути на українських ритейлерів, 22 лютого 2024 року, доступно [тут](#)

¹³ Українська Рада Торгових Центрів, АТБ, Фокстрот, Comfy та інші. Найбільшим українським ритейлером не вистачає чоловіків для роботи, 21 лютого 2024 року, доступно [тут](#)

Про РГГД

Робоча група з надання грошової допомоги в Україні (РГГД) була створена у 2016 році і на сьогоднішній день її очолює ACTED спільно з УГКС ООН. Ця технічна робоча група входить до складу Міжкластерної координаційної групи (МКГ) та провадить діяльність на основі загальних стратегічних та програмних напрямків роботи Координаційної групи з питань гуманітарної допомоги в Україні (НСТ). Основна діяльність РГГД зосереджена на операційному координуванні планування багатоцільової грошової допомоги та узгодженні використання грошової допомоги в якості форми більш широкого гуманітарного реагування.

Партнери-учасники



Донори

