

Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

Травень 2023 року
Україна

КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Медіанна вартість повного споживчого кошика СІМР помітно зросла в усіх макрорегіонах, особливо на Сході* (на 15%) та в Києві (на 12%). **Найдорожчий набір товарів був зафіксований на Сході (1344 грн), а саме в Донецькій області (1543 грн).** Суттєве зростання цін на овочі було зафіксоване по всій країні.
- Головною проблемою залишається **цінова доступність, оскільки 61% споживачів назвали підвищення цін основною фінансовою перешкодою у доступі до товарів.** Найвищий відсоток таких респондентів зафіксовано на Півночі (79%) та Сході (73%).
- **Очікується, що ринкові ціни зростуть через відновлення довоєнного рівня податків на пальне та підвищення цін на електроенергію.** Водночас, руйнування Каховської ГЕС істотно вплине на підприємницьку діяльність та призведе до часткової втрати врожаю.
- **Безпекові фактори обмежили діяльність підприємств роздрібною торгівлі на Півдні та Сході, особливо в областях, розташованих поблизу лінії фронту, зокрема, у Херсонській, Запорізькій та Донецькій.** Опитані споживачі на Півдні та Сході частіше повідомляли, що активні бойові дії або обстріли мали негативний вплив на їхній доступ до магазинів.
- **Предмети першої необхідності, зокрема продукти харчування та засоби гігієни, були в широкому доступі.** Наявність ліків дещо знизилася з 93% у квітні до 89% у травні. Відсутність або обмежена наявність ліків, продовольчих товарів та засобів гігієни була більш поширеною на Півдні. Найменш доступними у національному кошику СІМР залишалися каші першого прикорму та підгузки для немовлят.
- **Доступ до банків і банкоматів залишався проблемою для значної частки опитаних споживачів у південних областях,** ближчих до зони бойових дій, особливо в Миколаївській, Херсонській і Запорізькій областях.

1255 ГРН

Вартість кошика СІМР

33.37 USD (▲ 6%) 30.57 EUR (▲ 6%)

Медіанні значення вартості повного кошика СІМР у травні 2023 року

Схід*	1348	▲ 15%
Північ	1275	▲ 3%
Південь	1275	▲ 4%
Київ	1275	▲ 12%
Загалом	1255	▲ 5%
Захід	1193	▲ 2%
Центр	1123	▲ 2%

СІМР у травні 2023 року:

- 11 партнерів-учасників
- 1336 проведених інтерв'ю
 - о 601 опитане підприємство роздрібною торгівлі
 - о 735 опитаних споживачів (39% чоловіків та 61% жінок)
- 24 досліджені області
- 144 досліджені громади

* Схід охоплює Харківську, Луганську, та Донецьку області.

** Огляд методології представлено на сторінці 13.

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 показники функціонування ринку.

ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕННЯ

- Щомісячне відстеження цін та наявності основних товарів на ринках України.
- Оцінка впливу поточної гуманітарної кризи на системи ринків України.
- 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 ключових інформантів (КІ) з числа підприємств роздрібною торгівлі (ритейлерів) та споживачів, які відображають щомісячні зміни на місцевих ринках.**

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продовольчі товари

У травні, як і в попередні місяці, продовольчі товари були в широкому доступі, в середньому по країні лише 1% опитаних споживачів повідомили про їхню обмежену доступність (графік 1). Переважно це були мешканці Одеської, Харківської та Волинської областей. Продовольчі товари залишалися недоступними для 2% респондентів у Херсонській області, де дуже часто відбуваються артилерійські обстріли.

Згідно з опитуванням ритейлерів, найменш доступним продуктом у продуктовому кошику СІМР були каші першого прикорму. Про їхню повну наявність в Україні повідомили лише 91% опитаних підприємств, причому найнижчий відсоток був на Півдні (70%), зокрема, в Запорізькій (28%) та Херсонській (61%) областях.

Через вичерпання минулорічних запасів, підприємства роздрібної торгівлі частіше повідомляли про відсутність або часткову наявність овочів, зокрема, моркви, капусти і цибулі, що входять до продовольчого кошика СІМР.

Засоби гігієни

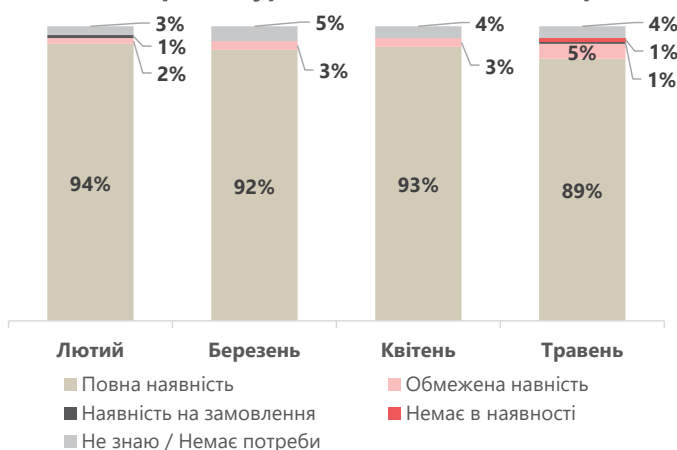
У травні 97% опитаних споживачів повідомили про повну наявність засобів гігієни, тоді як у квітні цей показник становив 99% (графік 2). Обмежена доступність засобів гігієни є проблемою на Півдні та Сході: 13% споживачів у Херсонській та 5% у Харківській областях повідомили про обмежену наявність засобів гігієни в місцевих магазинах та на ринках. Кожен четвертий споживач у Волинській області міг придбати засоби гігієни лише під замовлення.

За словами опитаних ритейлерів, підгузки для немовлят були найдефіцитнішим товаром у гігієнічному кошику СІМР. Про їхню повну наявність загалом по країні повідомили 93% опитаних ритейлерів. Як і в попередні місяці, найнижчий рівень наявності спостерігався на Півдні (72%), де лише 33% опитаних ключових респондентів у Запорізькій та 67% у Херсонській областях повідомили про їхню повну наявність.

Ліки

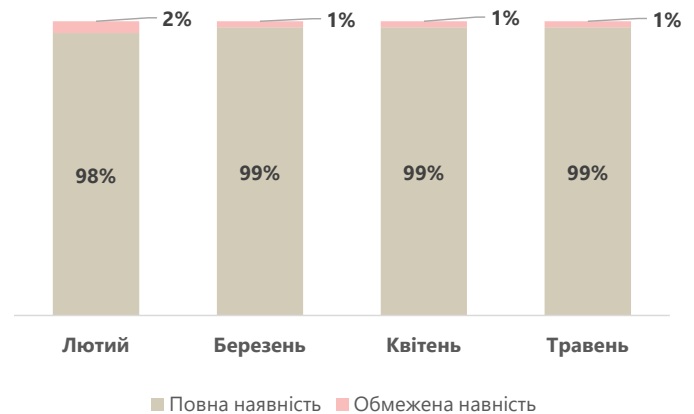
Ситуація з доступністю безрецептурних ліків дещо

Графік 3: % споживачів, які повідомили про наявність безрецептурних ліків, загалом по країні



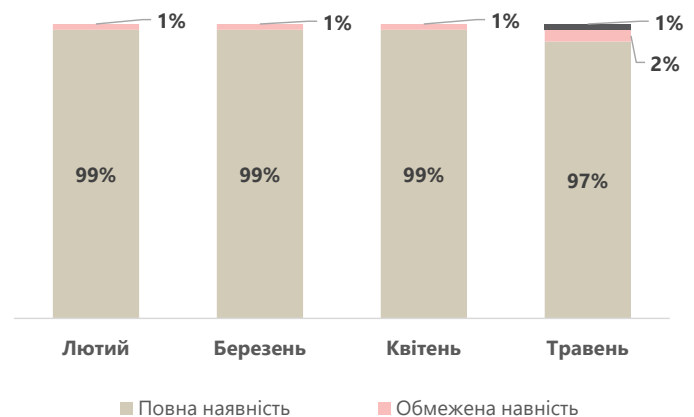
Джерело: СІМР

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



Джерело: СІМР

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



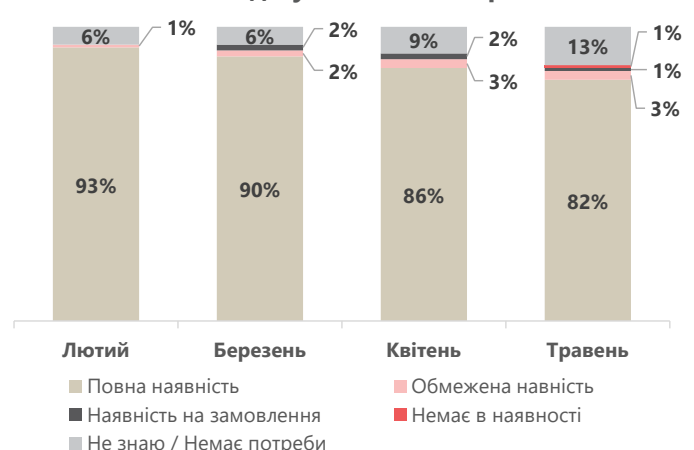
Джерело: СІМР

погіршилася. Якщо у квітні 93% опитаних споживачів повідомили про повну наявність ліків, то у травні цей показник знизився до 89% (графік 3), з найнижчим відсотком на Півдні (68%). Так, для 28% споживачів у Миколаївській, 24% у Херсонській та 16% в Одеській областях безрецептурні ліки були або недоступні, або були в обмеженій кількості.

Теплий одяг

У травні опитані споживачі стали менше перейматися

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



Джерело: СІМР

наявністю теплого одягу. На це також вказує збільшення частки споживачів, які відповіли «не знаю/не потребує» з 9% у квітні, до 13% у травні (графік 4).

Водночас, найбільше повідомлень про проблеми

НАЯВНІСТЬ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Наявність

Менше половини опитаних споживачів (48%) регулярно купували автомобільне паливо для побутових або професійних потреб. Здебільшого це був бензин, дизельне паливо та природний газ.

Завдяки достатній пропозиції на ринку у травні для більшості споживачів (78%) автомобільне паливо було повністю доступне (графік 5). Але існували певні проблеми з наявністю пального у Вінницькій та Харківській областях, де 13% та 7% респондентів, відповідно, повідомили про його нестачу.

Відсоток споживачів, які повідомили про повну наявність палива для опалення, зріс з 70% у квітні до 84% у травні (графік 6). Про відсутність чи обмежену наявність палива для опалення повідомили в південних та східних областях України. На Півночі, Півдні, Заході та у Києві була обмежена наявність палива для опалення (1%-3%). 17% споживачів на Півдні та 9% на Півночі зазначили що вони могли придбати паливо для опалення лише на замовлення.

Ринкові ціни

У травні середні споживчі ціни на такі види автомобільного пального, як дизельне паливо, бензин А-92 та бензин А-95, були нижчими порівняно з квітнем. Найбільше (на 4%) знизилася ціна на дизельне паливо. Ціни на бензин А-92 та бензин А-95 знизилася на 3% та 2% відповідно. Водночас ціна на скраплений газ зросла на 1% (графік 7)¹.

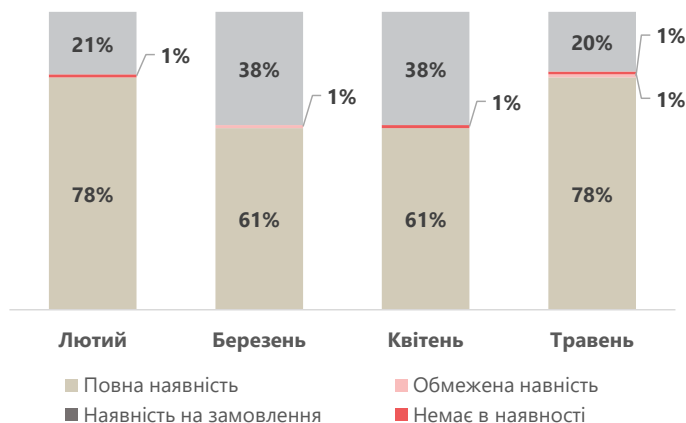
Зниження цін на автомобільне паливо в травні було зумовлене наявністю значних запасів, зниженням світових цін на нафту та посиленням конкуренції². Втім ціни на автомобільне паливо все ще перевищували довоєнні рівні. У травні 2023 року ціна на дизельне паливо була на 47%, на бензин А-95 - на 45%, на бензин А-92 - на 41%, на скраплений газ - на 15% вищою, ніж у січні 2022 року.

Орієнтовна ціна на бензин і дизпаливо, придбані через неофіційні джерела, була нижчою, ніж на ті, що були придбані через офіційні джерела. Так, респонденти могли придбати бензин і дизпаливо через офіційні джерела за 46 грн і 45 грн за літр, відповідно, а через неофіційні - за 44 грн і 43 грн за літр.

Не дивлячись на тенденцію до зниження цін на паливо, очікується, що з 1 липня акцизи будуть відновлені до довоєнного рівня і ставка ПДВ повернеться до 20%. Експерти оцінюють, що повернення до довоєнних ставок зумовить подорожчання бензину на 11 грн за літр, дизельного палива - на 8 грн за літр, а скрапленого нафтового газу - на 3 грн за літр³.

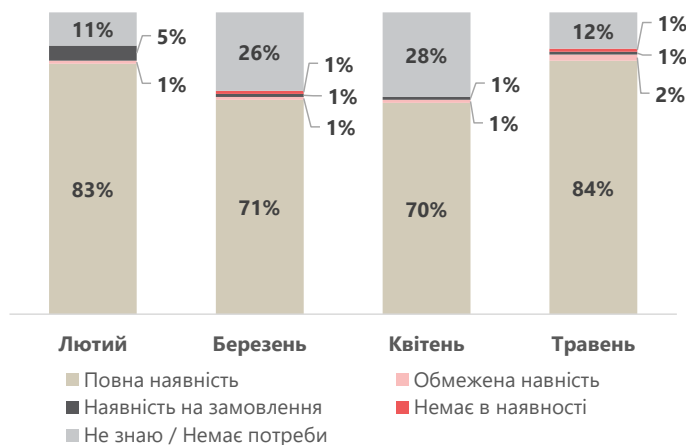
з наявністю теплого одягу було на Півдні, де 10% споживачів мали обмежену наявність теплого одягу в магазинах або на ринках у своїх громадах, а для 4% респондентів ці товари були недоступні.

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



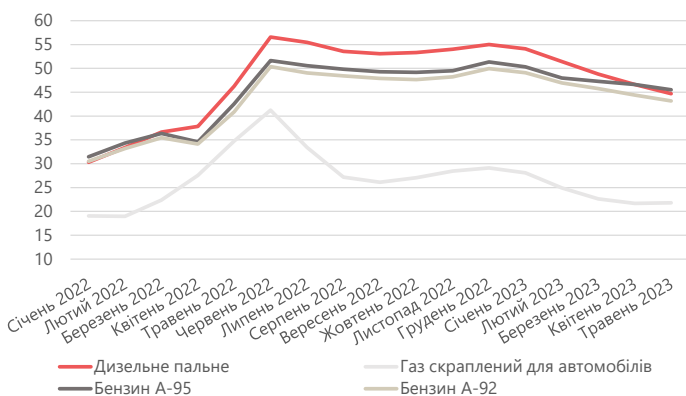
Джерело: CIMP

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



Джерело: CIMP

Графік 7: Середня споживча ціна на автомобільне паливо, загалом по країні, грн за літр



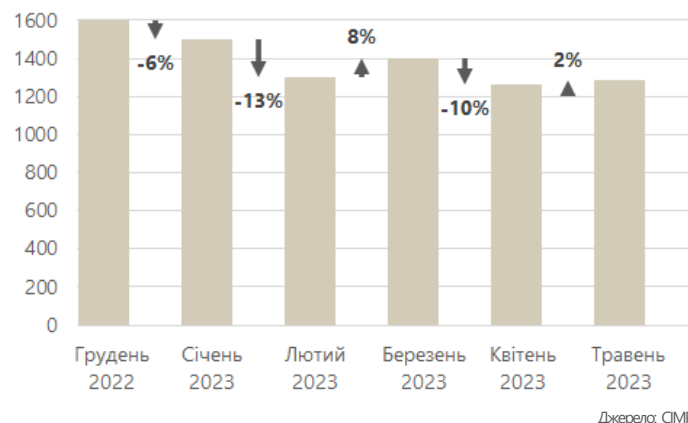
Джерело: Держстат

Зростання адміністративно-регульованих цін продовжував стримувати мораторій на підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги для населення⁴. Як наслідок, ціни на електроенергію та природний газ, які споживачі використовують для опалення своїх домів, залишалися незмінними з початку повномасштабної війни.

Природний газ у всіх регіонах України був доступний для населення за ціною 8 грн за кубометр, а ціна на електроенергію варіювалася від 1,44 грн до 1,68 грн за кВт/год, залежно від обсягу споживання електроенергії.

Водночас, починаючи з 1 червня, ситуація змінилася у зв'язку з рішенням уряду підвищити тарифи на електроенергію для населення до 2,64 грн за кВт/год, що більш ніж у 1,5 рази вище, ніж попередній тариф.

Графік 8: Орієнтовна ціна на дрова, загалом по країні, грн за кубометр



КОШИК СІМР

Медіанне значення вартості повного кошика СІМР

Кошик СІМР - це підгрупа споживчого набору репрезентативних товарів (послуг) зі 335 позицій, який формується Державною службою статистики України (Держстатом) і куди входять основні продовольчі товари та засоби гігієни, які регулярно купує середньостатистичне домогосподарство. 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. У травні вартість повного кошика СІМР зросла на 5% і склала по країні 1255 грн (графік 9). Найбільше зростання вартості відбулося на Сході (на 15%) та в Києві (на 12%). Найдорожчими були товари СІМР у Східному регіоні (1348 грн), тоді як найнижчі ціни

КОШИК 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	1 кг

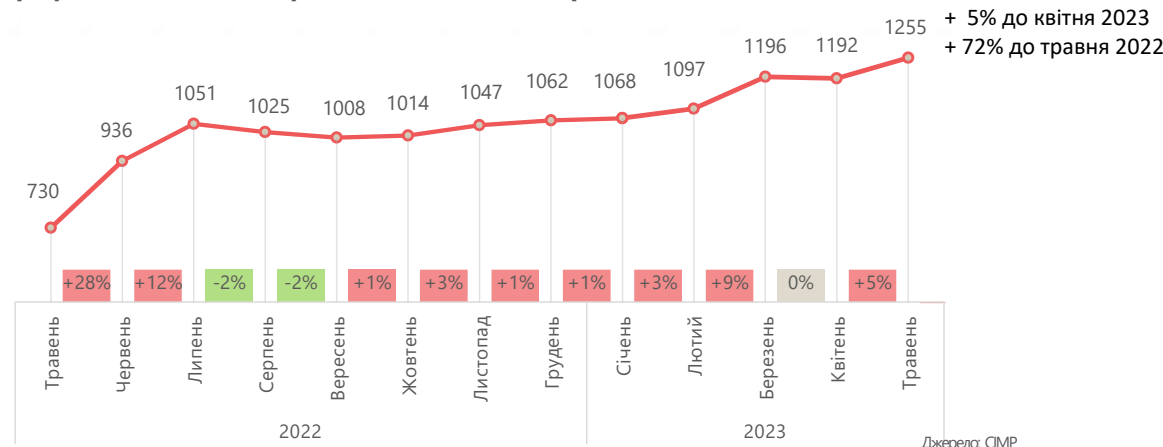
Непродовольчі товари (НПТ)

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

спостерігалися на Заході (1193 грн) та в Центрі (1123 грн). Стосовно регіональних відмінностей у цінах, то вищі ціни спостерігалися в регіонах, що постраждали від артилерійських обстрілів, через безпекові ризики та складнішу логістику, тоді як у деяких західних регіонах вищі ціни спостерігалися через відносно вищий попит.

На обласному рівні найвища вартість повного кошика СІМР була зафіксована в Донецькій* (1543 грн), Сумській (1364 грн) та Київській (1361 грн) областях. Крім того, усі опитані ритейлери у Донецькій області зазначили, що ціни в місцевих магазинах зросли на всі продовольчі та непродовольчі товари, що входять до повного кошика СІМР.

Графік 9: Динаміка вартості кошика СІМР, грн



*Дослідження проведено в Покровській громаді на території підконтрольній Уряду у Донецькій області.

Ціни

У травні **вартість продовольчого кошика СІМР** зросла в усіх регіонах, причому найбільше - на Сході (на 19%). Крім того, 15% опитаних торгових підприємств у Києві, по 8% на Сході та Заході зазначили зростання цін на кожну позицію продуктового кошика СІМР.

Найдорожчі продуктові кошики були зареєстровані в Києві (708 грн) та на Сході (699 грн), тоді як найдешевші - в Центрі (634 грн) та на Заході (643 грн).

У травні найбільше зросли ціни на овочі. Ціна на капусту зросла на 122% по всій країні, на моркву - на 31%, а на цибулю - на 11%. Картопля подорожчала в усіх регіонах, окрім Півдня.

Зростання цін на капусту було зумовлене міжсезонною пропозицією ранніх сортів, тоді як цибуля та морква подорожчали через вичерпання запасів в Україні та за кордоном².

Для споживачів по всій країні вода була доступна по ціні, що перевищувала на 9% ціну минулого місяця.

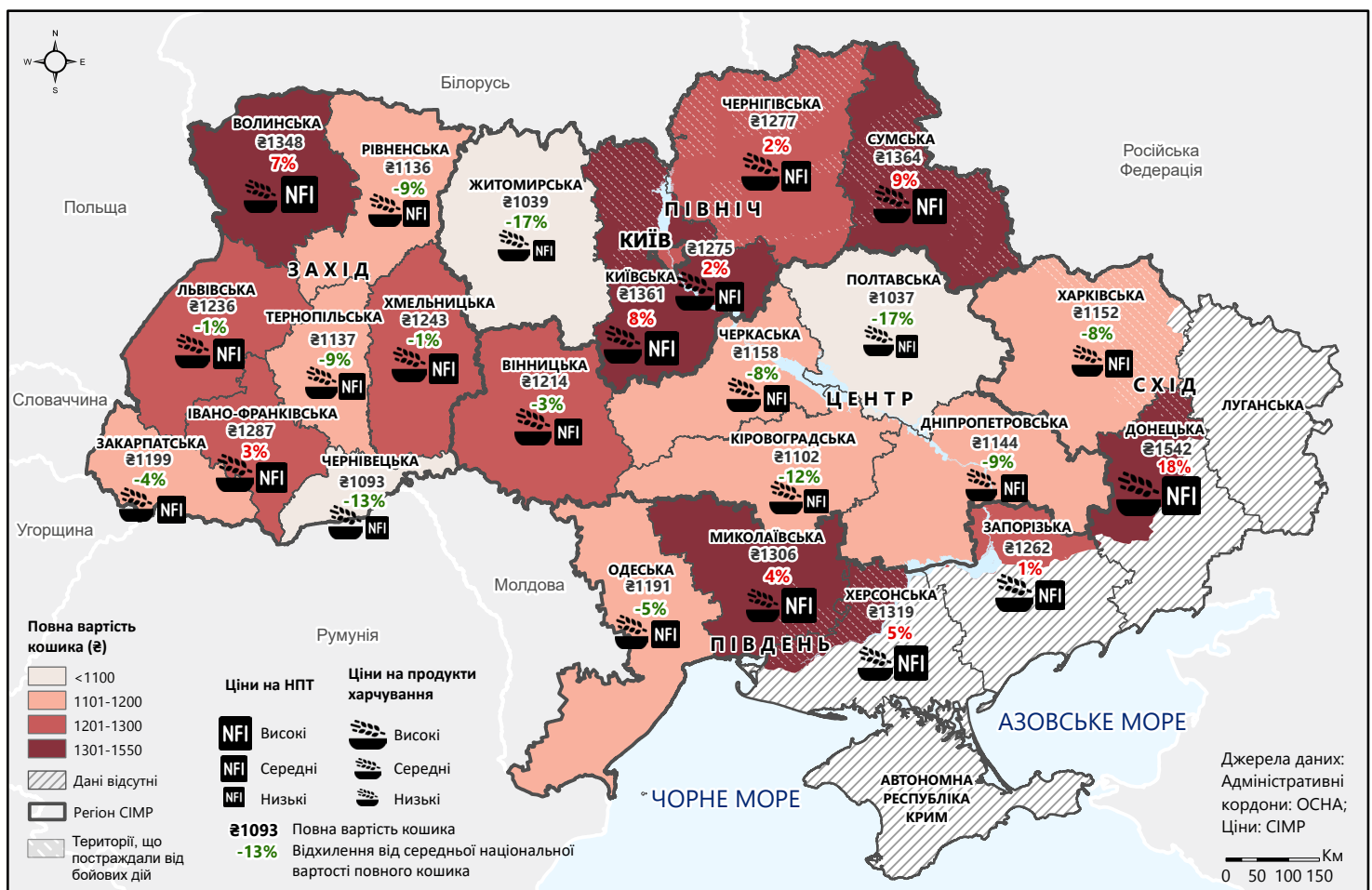
Водночас сезонне збільшення пропозиції, зокрема з боку домогосподарств, призвело до значного зниження цін на яйця (на 26% в середньому по країні). Відносно висока ціна на гречану крупу продовжувала поступово знижуватися в більшості регіонів (в середньому на 8%).

Вартість непродовольчого кошика (засоби гігієни) зросла в усіх регіонах, крім північних, з найбільшим зростанням у Києві (на 15%) та на Сході (на 11%). Про зростання цін на кожну позицію непродовольчого кошика повідомили 13% опитаних респондентів-підприємств у Києві та на Півдні, а також 12% на Заході.

Найдорожчі непродовольчі кошики були виявлені на Сході (648 грн) та Півдні (615 грн). Це пов'язано з високою ціною на підгузки в цих регіонах.

У середньому по країні ціни зросли на всі засоби гігієни, окрім туалетного мила. Найбільше серед непродовольчих товарів вітчизняного споживчого кошика зросли ціни на господарське мило та гігієнічні прокладки (на 8% та 7% відповідно).

Карта 1: Медіанні значення вартості продовольчих та непродовольчих товарів у травні 2023 року, за областями



Таблиця 1: Медіанні ціни на продовольчі товари в травні 2023 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка
Хліб	500 г	20	-1%	16	-7%	18	-6%	18	-8%	22	13%	20	41%	19	-1%
Крупа гречна	1 кг	55	-7%	52	-8%	66	2%	57	-8%	53	-17%	57	4%	56	-8%
Капуста	1 кг	43	70%	44	83%	52	113%	57	147%	62	163%	56	130%	54	122%
Морква	1 кг	56	28%	59	31%	55	17%	60	35%	66	37%	61	35%	60	31%
Курятина (стегна)	1 кг	104	0%	104	1%	93	2%	104	-2%	115	-3%	101	26%	104	0%
Каші першого прикорму	200 г	81	-3%	82	0%	61	-8%	85	-2%	90	20%	108	52%	84	6%
Яйця (курячі)	10 шт	44	-26%	38	-34%	52	-20%	46	-22%	44	-25%	42	-22%	44	-26%
Молоко (2.5%, свіже)	900 мл	31	-2%	31	2%	34	0%	32	-1%	35	13%	35	-3%	33	3%
Олія соняшн., рафін.	900 мл	55	0%	55	-5%	64	-4%	56	-5%	54	-12%	62	-5%	56	-8%
Цибуля	1 кг	57	4%	55	5%	59	12%	58	10%	62	16%	59	16%	58	11%
Картопля	1 кг	9	16%	9	7%	13	-1%	10	9%	10	7%	10	1%	10	5%
Рис (круглий)	1 кг	55	-8%	57	-2%	58	-5%	58	1%	59	6%	57	13%	57	-1%
Вода	1.5 л	14	3%	13	8%	17	7%	17	2%	16	14%	14	16%	15	9%
Борошно пшеничне в/г	1 кг	19	4%	16	-3%	20	1%	20	3%	20	14%	17	-5%	19	7%
Загалом		643	1%	634	1%	660	3%	677	5%	708	9%	699	19%	668	5%

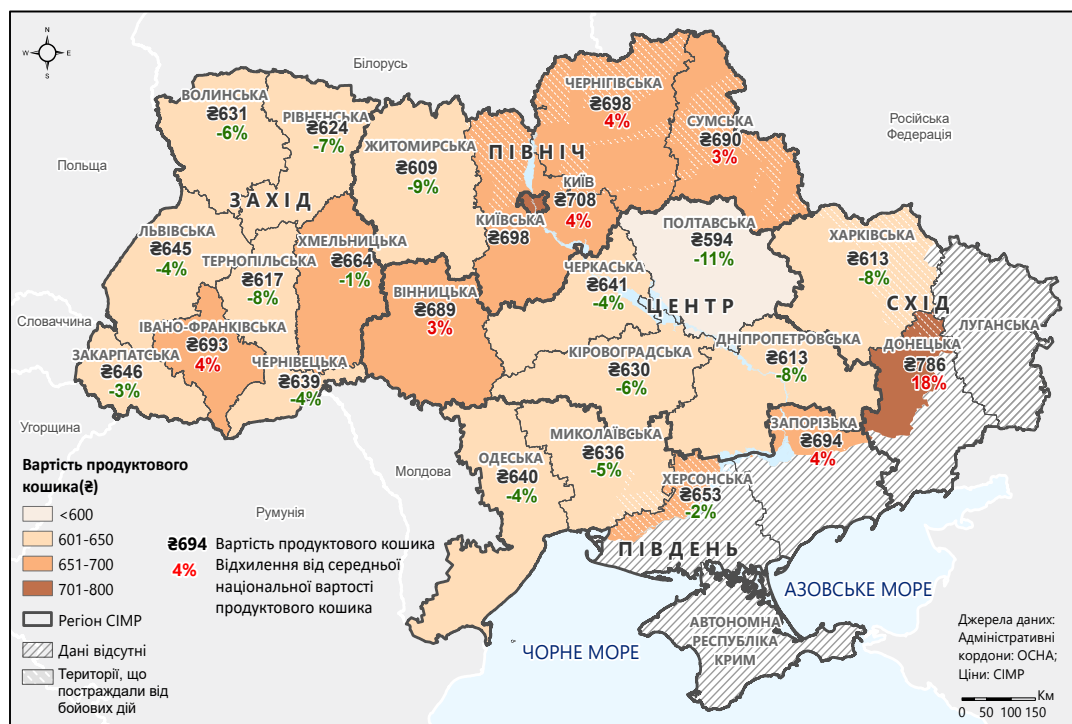
Джерело: СІМР

Таблиця 2: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у травні 2023 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	15	9%	12	7%	15	-1%	13	0%	12	-1%	12	9%	13	0%
Підгузки дитячі, 5-9 кг	1 упаковка (40-60 шт)	380	0%	344	2%	456	8%	437	0%	413	22%	468	10%	425	6%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	44	13%	36	0%	36	0%	36	1%	44	6%	45	6%	40	7%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	20	4%	19	4%	21	-11%	22	8%	22	0%	22	14%	22	8%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	39	7%	30	-11%	37	-2%	44	-3%	32	0%	44	11%	38	2%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	52	7%	47	7%	50	1%	45	-3%	44	-2%	57	20%	49	4%
Загалом		550	2%	489	2%	615	5%	598	0%	567	15%	648	11%	586	5%

Джерело: СІМР

Карта 2: Медіанні значення вартості продовольчих товарів у травні 2023 року, за областями



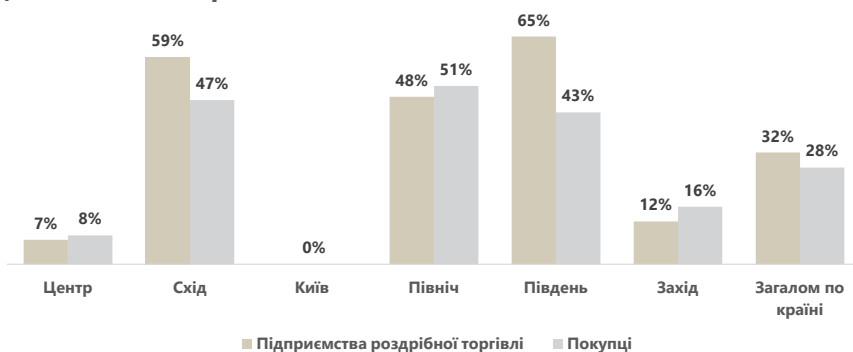
ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

У травні 28% споживачів зазначили, що повномасштабна війна негативно вплинула на можливість фізичного доступу до магазинів або ринків (серед ритейлерів цей показник був дещо вищим - 32%). Найвищі показники були зафіксовані на Півночі, Сході та Півдні, де відповідно 51%, 47% та 43% споживачів повідомили про труднощі з доступом до магазинів (графік 10).

Головною причиною труднощів з доступом до магазинів загалом по країні були повітряні удари, про які повідомили 16% опитаних споживачів, причому найбільше від них постраждав Північний регіон

Графік 10: % споживачів та підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про негативний вплив війни на можливість доступу до магазинів, за регіонами



Джерело: CIMR

(41% респондентів), далі йдуть Східний (20%), Західний (14%) та Південний (14%) регіони.

Споживачі на Півдні та Сході вказали на низку факторів, що негативно вплинули на можливість доступу до магазинів та ринків, а саме: активні бойові дії чи обстріли на їхній території (19% та 8%), обмеження у пересуванні, пов'язані з воєнним станом (11% та 14%), пошкодження будівель або інфраструктури магазинів чи ринків (20% та 14%), пошкодження або перекриття доріг на шляху до магазинів (9% та 2%), а також відсутність транспортного сполучення (13% та 6%). Ці фактори, за словами ключових інформантів, мали найбільший негативний вплив на жителів Херсонської та Донецької областей.

Крім того, 12% споживачів на Півдні та 11% споживачів на Півночі почувалися в небезпеці, перебуваючи в магазинах або по дорозі до них через страх потрапити під обстріл.

Відсутність електроенергії в магазинах мала негативний вплив на доступ для 11% опитаних споживачів на Півночі.

Фінансові фактори

Фінансові фактори продовжували негативно впливати на доступ споживачів до магазинів та ринків по всій Україні. Так, частка споживачів, які повідомили про фінансові труднощі, зросла з 69% у квітні до 72% у травні.

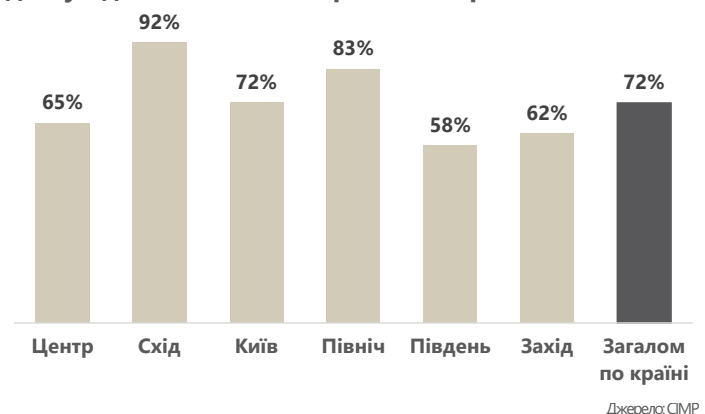
Значно вищий відсоток був зафіксований на Сході (92%) та Півночі (83%), особливо в Житомирській (96%), Харківській (93%) та Вінницькій (92%) областях, де переважна більшість опитаних споживачів повідомили про негативний вплив фінансових факторів на доступ до магазинів та торговельних майданчиків.

На національному рівні основними причинами були підвищення цін (61%) та неспроможність дозволити собі придбати товари (19%). Зокрема, 79% опитаних споживачів на Півночі, 73% на Сході, 60% у Києві та 59% у Центрі повідомили, що головною фінансовою перешкодою для них є підвищення цін. Крім того, 33% споживачів на Сході, 26% на Півдні, 19% на Півночі та Заході зазначили, що не можуть дозволити собі придбати товари.

Висока вартість пального для особистого автотранспорту мала негативний вплив на 18% споживачів як на Сході, так і на Заході.

Крім того, 11% опитаних споживачів по всій країні не мали достатньо готівкових коштів, а продавці неохоче приймали інші варіанти оплати. Найвищий відсоток таких респондентів було виявлено на Сході (18%) та Півдні (16%).

Графік 11: % опитаних споживачів, які повідомили про негативний вплив фінансових факторів на їхній доступ до магазинів або ринків, за регіонами



Джерело: CIMR

Як наслідок, **фінансова доступність товарів залишається найбільшою проблемою**, особливо на Півночі та Сході (як і у попередні місяці), де вона є суттєвим бар'єром доступу до місцевих ринків.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

У травні 37% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом, тоді як у квітні цей показник становив 35%. Як показано на графіку 12, частіше з цими труднощами стикалися підприємства роздрібно́ї торгівлі на Півдні, Сході та Півночі, ніж в інших регіонах України (65%, 59% та 48%, відповідно).

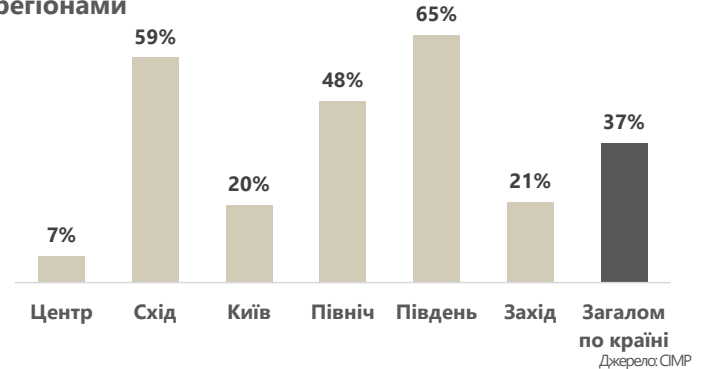
Найбільші труднощі були пов'язані з високими цінами постачальників (про це повідомили 24% підприємств роздрібно́ї торгівлі по всій країні), фізичною небезпекою на території (9%), обмеженнями у пересуванні (8%) та проблемами зі зберіганням товарів під час відключень електроенергії (8%). Зростання цін у постачальників найбільше вплинуло на діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі на Сході (53%), Півночі (34%) та Півдні (28%), а особливо в Донецькій (67%), Херсонській (53%) та Харківській (52%) областях.

Загрози фізичній безпеці мали найбільший вплив на роботу підприємств роздрібно́ї торгівлі на Півдні та Сході, особливо в районах поблизу лінії фронту.

Так, про труднощі, пов'язані з фізичною небезпекою на цій території, повідомили 40% підприємств роздрібно́ї торгівлі на Півдні та 15% на Сході, найбільше в Херсонській (81%), Донецькій (67%) та Запорізькій (43%) областях. Труднощі, пов'язані з обмеженням у пересуванні, обмежили роботу 27% підприємств роздрібно́ї торгівлі на Півдні та 19% на Сході, найбільше в Донецькій (67%) та Херсонській (61%) областях.

На діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі на Півдні

Графік 12: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом, за регіонами



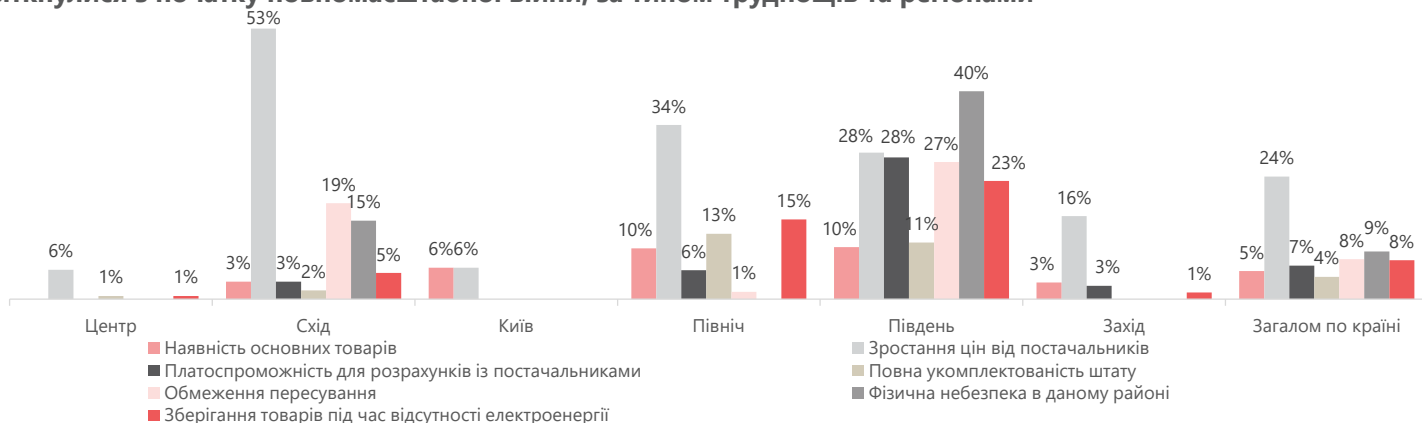
та Півночі вплинули труднощі, пов'язані зі зберіганням товарів під час відключення електроенергії (23% та 15% відповідно), збереженням штату працівників (11% та 13%) та наявністю основних товарів (по 10% у кожному регіоні). Крім того, 28% опитаних ритейлерів на Півдні повідомили про труднощі з доступом до коштів для розрахунків з постачальниками.

Під час опитування у травні представників роздрібно́ї торгівлі попросили оцінити відсоток підприємств роздрібно́ї торгівлі, що працюють на їхньому ринку, порівняно з довоєнним рівнем. Як і очікувалося, на деокупованих територіях відсоток працюючих підприємств роздрібно́ї торгівлі був дещо нижчим, ніж у регіонах, які не були окуповані (див. карту 3). У середньому по Україні цей показник становив 78%. Ситуація в Херсонській та Чернігівській областях викликала особливе занепокоєння, оскільки там відсоток працюючих ритейлерів склав 30% та 54% від довоєнного рівня, відповідно.

Карта 3: Орієнтовний відсоток працюючих підприємств роздрібно́ї торгівлі в травні 2023 року порівняно з довоєнним рівнем, за даними опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі, за громадами



Графік 14: % опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про нові труднощі, з якими вони зіткнулися з початку повномасштабної війни, за типом труднощів та регіонами

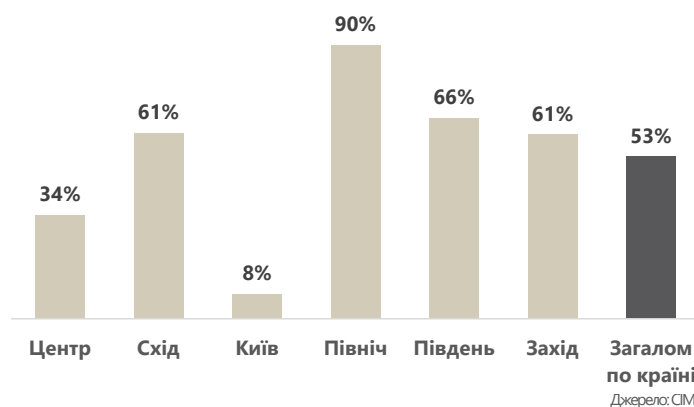


Джерело: СІМР

Необхідно відзначити, що частка ритейлерів, які очікують **нові труднощі у найближчому майбутньому у зв'язку з війною** склала 53% на національному рівні (у квітні даний показник склав 57%). Серед найпоширеніших очікуваних труднощів були зростання цін (45%), а також зниження купівельної спроможності покупців (39%), причому найвищий показник спостерігався на Півночі (80%).

Через високу інтенсивність ракетних і артилерійських обстрілів 26% ритейлерів на Півдні очікували зниження мобільності клієнтів, а 35% опитаних ритейлерів у цьому регіоні очікували зниження доступності готівки.

Графік 13: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які очікують нових труднощів у зв'язку з війною, за регіонами

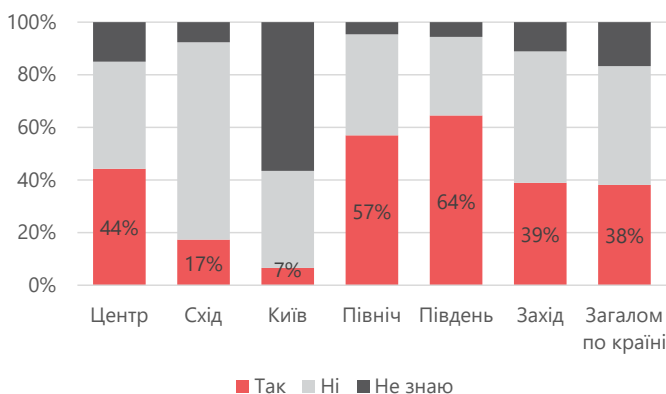


Джерело: СІМР

ПОСТАЧАННЯ

У травні 38% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі зазначили, що їхня діяльність залежить від одного постачальника продуктів харчування. Частка підприємств, діяльність яких здебільшого залежала від одного постачальника основних засобів гігієни, була дещо вищою (41% по всій країні). Це є потенційним джерелом вразливості для магазинів, оскільки може негативно вплинути на їхню здатність підтримувати

Графік 15: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника продовольчих товарів, за регіонами



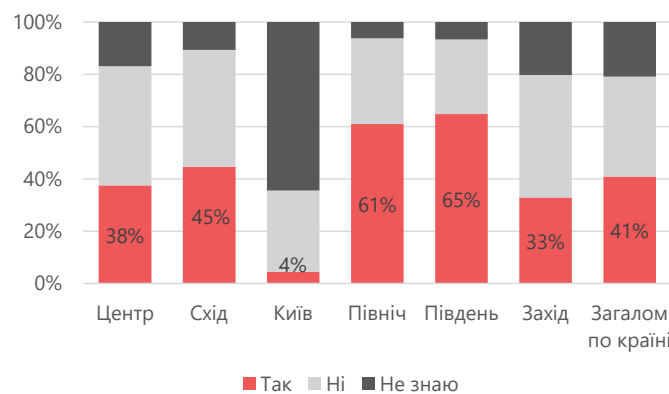
Джерело: СІМР

достатній рівень запасів.

Найбільші проблеми в цьому плані спостерігалися в Північному та Південному регіонах (графіки 15 та 16).

Крім того, підприємства роздрібно́ї торгівлі в Херсонській області були найбільш вразливими, оскільки 100% з них мали лише одного постачальника продовольчих або непродовольчих товарів.

Графік 16: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника засобів гігієни, за регіонами



Джерело: СІМР

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Банки

У травні лише 67% опитаних споживачів повідомили про повну доступність банківських відділень, які працювали в повному обсязі (графік 18).

Відключення електроенергії вже не впливало на роботу банків. Втім повітряні атаки і далі обмежували роботу банківських відділень по всій країні. 20% споживачів зазначили, що відділення банків не надавали стандартні послуги під час повітряної тривоги, з найвищими показниками у Центрі (44%) та на Півночі (29%).

Як і раніше, найбільші труднощі доступом до повного спектру банківських послуг відчували респонденти на Півдні, де 39% опитаних споживачів вказали на відсутність працюючих банків у своїх населених пунктах, а ще 11% зазначили, що існуючі відділення не працювали через бойові дії. Це були переважно жителі Миколаївської, Херсонської та Запорізької областей.

Банкомати

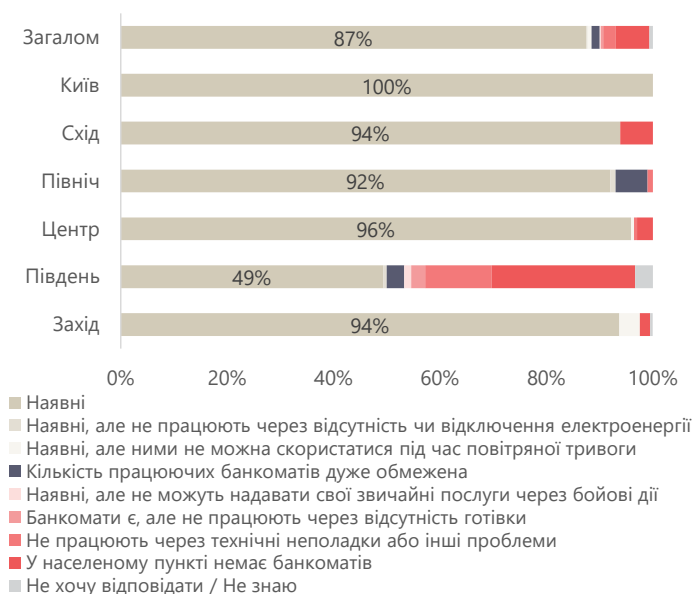
У травні відсоток споживачів, які повідомили про повну доступність банкоматів, збільшився до 87% порівняно з 82% у квітні. Найсуттєвіші проблеми з доступом спостерігалися на Півдні, де лише 49% споживачів повідомили про повну доступність працюючих банкоматів, тоді як найнижчі показники були виявлені в Херсонській (33%) та Миколаївській (38%) областях.

По країні 6% споживачів повідомили про відсутність банкоматів у своїх громадах, з них найвищий відсоток - у Миколаївській (49%) та Запорізькій (18%) областях.

На думку 2% споживачів кількість працюючих банкоматів була вкрай обмеженою. Ця проблема була більш актуальною на Півночі та Півдні, де 24% опитаних споживачів у Житомирській та 11% у Херсонській областях повідомили про малу кількість банкоматів.

На Півдні 13% опитаних споживачів повідомили, що банкомати не працювали через технічні проблеми або з інших причин. Майже всі вони знаходилися в

Графік 17: % опитаних споживачів, які повідомили про наявність працюючих банкоматів, за регіонами



Херсонській (27%) та Запорізькій (12%) областях.

«Укрпошта»

За словами 70% споживачів відділення «Укрпошти» працювали щодня і регулярно надавали усі звичайні фінансові послуги. Втім 19% споживачів зазначили, що «Укрпошта» не працювала під час повітряної тривоги.

Значні проблеми з доступністю були виявлені в Херсонській області, де 20% споживачів повідомили про відсутність працюючих відділень «Укрпошти», а ще 20% респондентів повідомили про доступність лише пересувних поштових відділень в їх громадах.

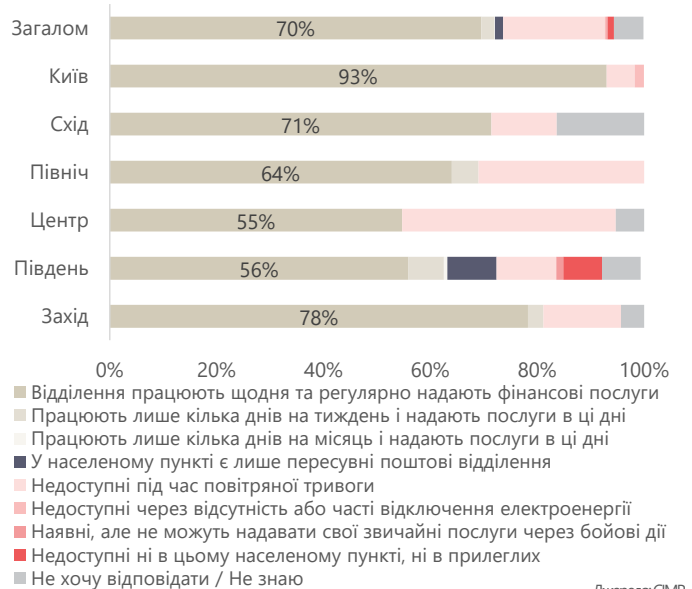
Способи оплати

У травні основними способами оплати, які приймали опитані підприємства роздрібною торгівлі, були готівкові кошти (100%), кредитні картки (88%), дебетові картки (75%), мобільні додатки (59%) та ваучери від ООН або неурядових організацій (5%).

Графік 18: % опитаних споживачів, які повідомили про наявність працюючих відділень банків, за регіонами



Графік 19: % опитаних споживачів, які повідомили про наявність працюючих відділень «Укрпошти», за регіонами



МАКРОЕКОНОМІКА

Інфляція

У травні інфляція на споживчому ринку становила 0,5% порівняно з квітнем 2023 року. Ціни на продовольчі товари та безалкогольні напої зросли на 0,9% (графік 20)⁵.

Інфляцію стримували достатня пропозиція продуктів харчування та палива, зміцнення гривні на готівковому валютному ринку, а також поліпшення інфляційних та курсових очікувань².

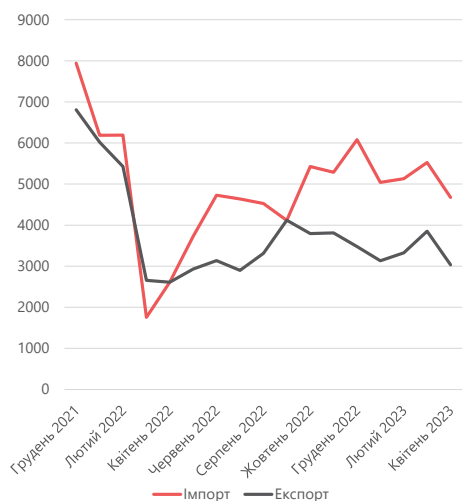
Найбільше за місяць подорожчали фрукти та овочі (на 8,7% та 5,6% відповідно). Ціни на м'ясо та м'ясопродукти зросли на 1,7%. Водночас ціни на яйця знизилися на 22,7%⁵.

Згідно з 12-місячним відсотком зміни індексу споживчих цін, у травні 2023 року ціни були на 15,3% вищими порівняно з травнем 2022 року. Найбільше за рік зросли ціни на продовольчі товари та безалкогольні напої, меблі, побутову техніку та поточне утримання будинку (на 20,1% та 18,5% відповідно⁶), як показано на графіку 21.

Економічна активність

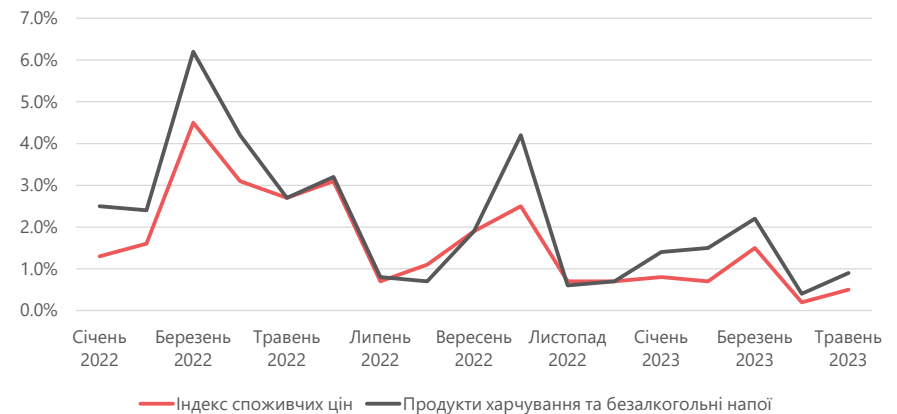
У травні економічна активність продовжила зростати, частково через сезонні коливання. Безперерйне енергопостачання та поживлення внутрішнього попиту сприяли відновленню промисловості та торгівлі. Натомість блокада «зернового коридору» та обмеження на експорт продовольчих товарів

Графік 22: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, у млн. доларів США



Джерело: Держстат

Графік 20: Темпи інфляції, % до попереднього місяця



Джерело: Держстат

Графік 21: Зміни споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у травні 2023 року, % до травня 2022 року



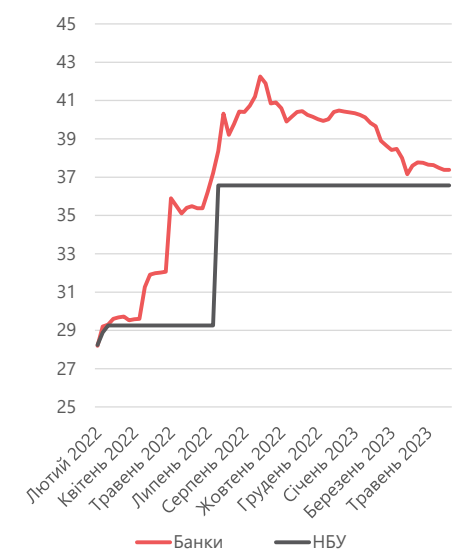
Джерело: Держстат

стримували роботу транспортної галузі та низки підгалузей харчової промисловості⁷. Збитки, яких зазнала Україна через простій суден у чергах «зернового коридору», склали понад 1 млрд доларів США⁸.

Слід зазначити, що підприємства малого та середнього бізнесу (МСП) все більше відчувають на собі негативний вплив економічних наслідків російської агресії. За даними опитування Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА)⁹, майже половина МСП працювала з обмеженнями, а кожне десяте підприємство не працювало взагалі. За останні півроку значно зросли збитки бізнесу, спричинені війною, а також збільшився відсоток компаній, які не мають достатніх фінансових резервів, що підриває їхню фінансову стабільність. За даними Європейської Бізнес Асоціації¹⁰, 31% з великих міжнародних компаній продовжують працювати з обмеженнями. Питання мобілізації є досить актуальним: майже половина опитаних компаній стверджують, що критично важливі для роботи їхнього підприємства фахівці, зокрема інженери, IT-спеціалісти тощо, були мобілізовані.

Покращення погодних умов з середини травня дозволило прискорити посівну кампанію (завершено сівбу ранніх зернових культур; посівна кампанія пізніх культур очікується в першій декаді

Графік 23: Середньоринковий обмінний курс долара США



Джерело: Мінфін

червня). Однак посівна площа була на 14% меншою за минулорічну (-24% порівняно з 2021 роком).

Виробництво овочів в Україні у 2023 році не повернеться до обсягів довоєнного періоду (2021 рік), а загальне падіння ринку оцінюється на рівні 25-30%, хоча цей відсоток варіюється залежно від культури. Херсонська, Дніпропетровська та Запорізька області, які виробляли понад 35% овочів у промислових масштабах, досі частково окуповані або знаходяться поблизу лінії фронту. Пошкодження Каховської ГЕС віддалило відновлення виробництва овочів в овочевій столиці України, Херсоні, щонайменше на 5

років¹¹. Найскладнішим викликом буде відновлення меліоративних земель, і особливо постраждають фермерські господарства, розташовані на лівому березі Дніпра. Крім того, наслідки руйнування Каховської ГЕС ускладнять роботу низки підприємств регіону та призведуть до часткової втрати врожаю.

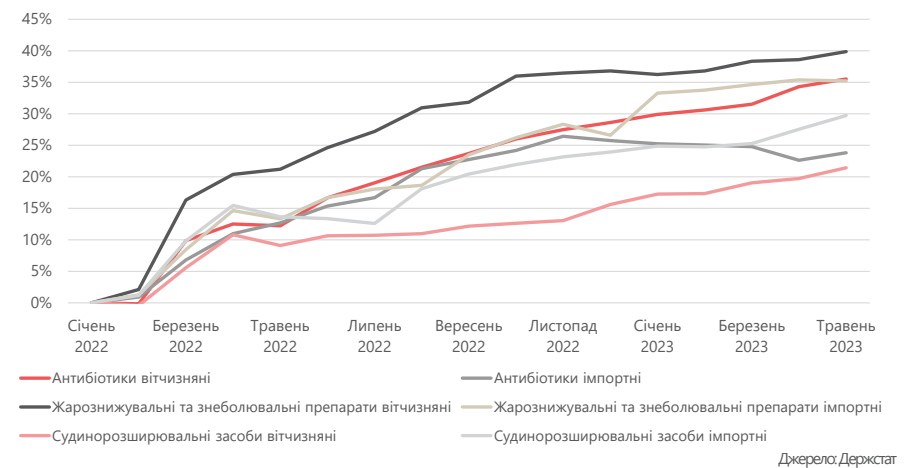
Варто зазначити, що повернення до довоєнного рівня оподаткування на ринку пального з 1 липня та зміни в тарифах на електроенергію можуть вплинути на цінову ситуацію на ринку і, як наслідок, на доступність товарів і послуг для споживачів.

ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

У травні ціни на основні лікарські засоби, такі як антибіотики, анальгетики та судинорозширювальні препарати, продовжували зростати, за винятком імпортованих жарознижувальних та анальгетиків.

Ціни на ліки залишаються значно вищими порівняно з довоєнним рівнем. Відносно січня 2022 року середні ціни на вітчизняні жарознижувальні та анальгетики були вищими на 40%, на імпортовані жарознижувальні та анальгетики - на 35%, на вітчизняні антибіотики - на 36%, на імпортовані антибіотики - на 24%, на імпортовані судинорозширювальні засоби - на 30%, на вітчизняні судинорозширювальні засоби - на 21%¹ (графік 24).

Графік 24: Кумулятивне зростання цін на окремі лікарські засоби, в середньому по країні, у % від січня 2022 року



ВАРТІСТЬ ОРЕНДИ ЖИТЛА

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

У травні 2023 року середня вартість оренди 1-кімнатної квартири була на 40% вищою, ніж у січні 2022 року (довоєнний рівень). Найбільше зростання цін на оренду порівняно із січнем 2022 року зафіксовано в Закарпатській (на 198%), далі йдуть Львівська (на 112%), Івано-Франківська (на 101%), Кіровоградська (на 65%), Чернівецька (на 63%), Черкаська (на 63%) та Хмельницька (на 62%) області.

Найвищі ціни на оренду житла спостерігалися в західних областях, які прийняли найбільшу кількість ВПО, таких як Закарпатська (12867 грн) та Львівська (11562 грн), тоді як найнижчі - в областях, розташованих поблизу лінії фронту або постраждалих внаслідок обстрілів, таких як Сумська (2769 грн), Запорізька (2875 грн) та Херсонська (2960 грн)¹, де, навпаки, зафіксовано значний відтік населення.

Графік 25: Області за середньою вартістю оренди 1-кімнатної квартири в травні 2023 року, грн

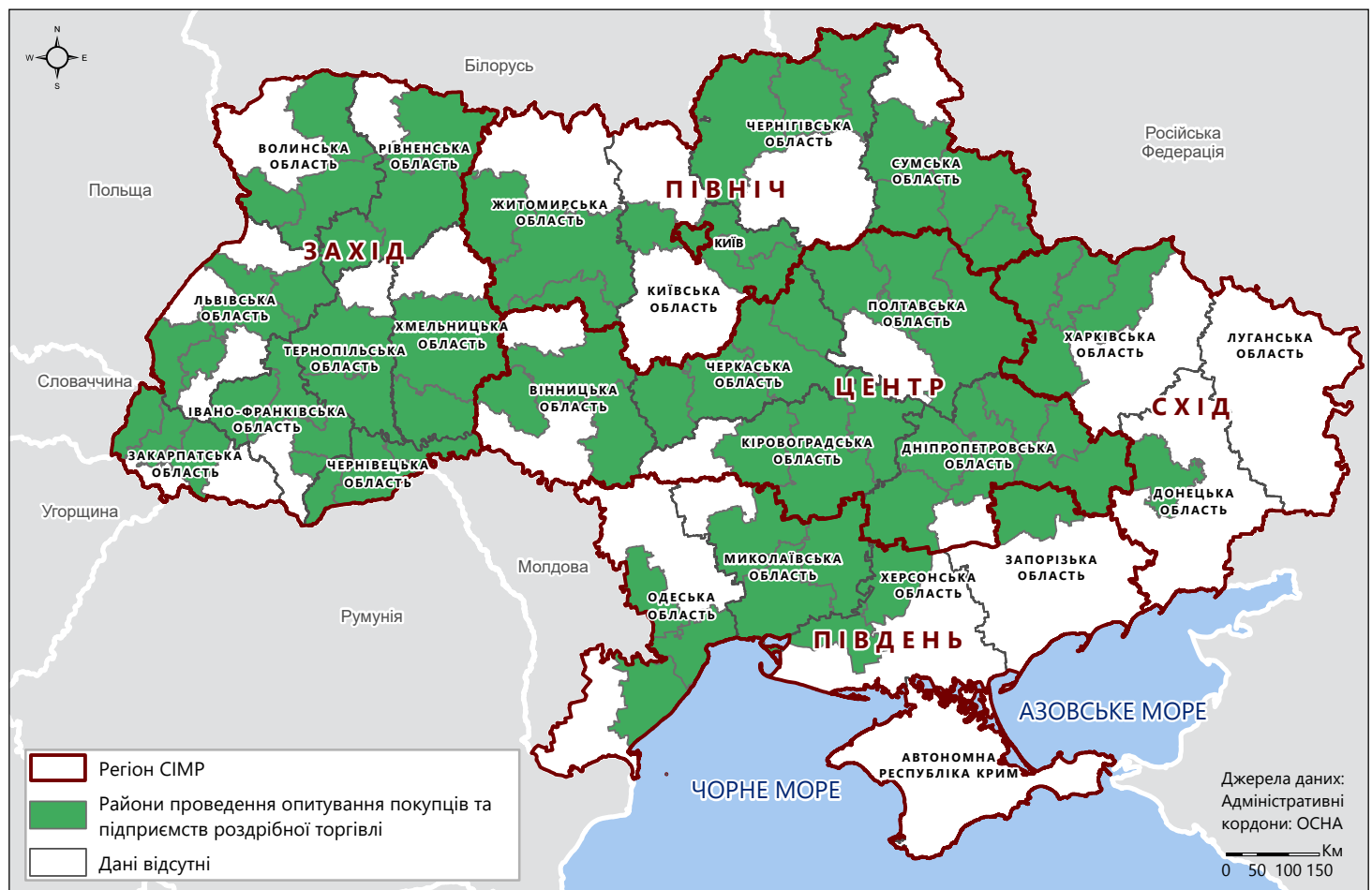


МЕТОДОЛОГІЯ

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 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 підприємств роздрібною торгівлі, а також провести щонайменше 5 інтерв'ю з покупцями у 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 - КоВо, після цього дані очищаються та аналізуються фахівцями REACH. У рамках СІМР також передбачене інтегрування вторинних даних, зокрема даних Державної служби статистики України та інших джерел, які використовуються для тріангуляції там, де це можливо. Ціни, наведені в цьому інформаційному бюлетені, є «медіанами місцевостей», призначеними для мінімізації впливу відхилень та неоднакової кількості цін, отриманих з 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 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 Державна служба статистики України, «Середні споживчі ціни на товари (послуги) в Україні у 2023 році», 14 червня 2023 року, доступно [тут](#)

² Національний банк України, «Коментар НБУ щодо інфляції у травні 2023 року», 15 червня 2023 року, доступно [тут](#)

³ Forbes Україна «Чи повертати податки на пальне?», 10 травня 2023 року, доступно [тут](#)

⁴ Держпродспоживслужба, «До уваги споживачів: встановлено мораторій на підвищення тарифів на комунальні послуги», 27 вересня 2022 року, доступно [тут](#)

⁵ Державна служба статистики України «Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2023 році», 13 червня 2023 року, доступно [тут](#)

⁶ Державна служба статистики України «Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2023 році», 13 червня 2023 року, доступно [тут](#)

⁷ Національний банк України, «Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд», 6 червня 2023 року, доступно [тут](#)

⁸ Інтерфакс Україна, «Збитки через простій суден у чергах «зернового коридору» сягнули USD1 млрд», 24 травня 2023 року, доступно [тут](#)

⁹ Європейська бізнес-асоціація, «МСБ продовжують виплачувати зарплати та підтримувати ЗСУ попри зростання фінансових втрат», 18 травня 2023 року, доступно [тут](#)

¹⁰ Європейська бізнес-асоціація, «У 83% компаній є мобілізовані до лав ЗСУ співробітники», 3 травня 2023 року, доступно [тут](#)

¹¹ Інтерфакс Україна, «Знищення Каховської ГЕС відсувало відновлення херсонського овочівництва на 5 років - каховські овочівники», 6 червня 2023 року, доступно [тут](#)

¹² Державна служба статистики України «Зовнішня торгівля України», 14 червня 2023 року, доступно [тут](#)

ДОНОРИ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

UHF Ukraine Humanitarian Fund

ПАРТНЕРИ



acted
MERCY CORPS



Save the Children



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 використовуює 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 ІМПАКТ, ACTED та Програми оперативного застосування супутникової інформації Навчального і науково-дослідного інституту ООН (UNITAR-UNOSAT).