

Україна | Спільна ініціатива з моніторингу ринку (CIMP)

10 - 20 листопада 2023 року

ОГЛЯД РИНКУ

ВСТУП

Починаючи з 24 лютого 2022 року, повномасштабна війна в Україні призвела до масового переміщення населення та гуманітарної кризи. З огляду на важливу роль багатоцільової грошової допомоги як способу допомоги, моніторинг ринку є ключовою ініціативою для забезпечення ефективної і сталої гуманітарної допомоги та недопущення її негативного впливу на місцеві ринки.

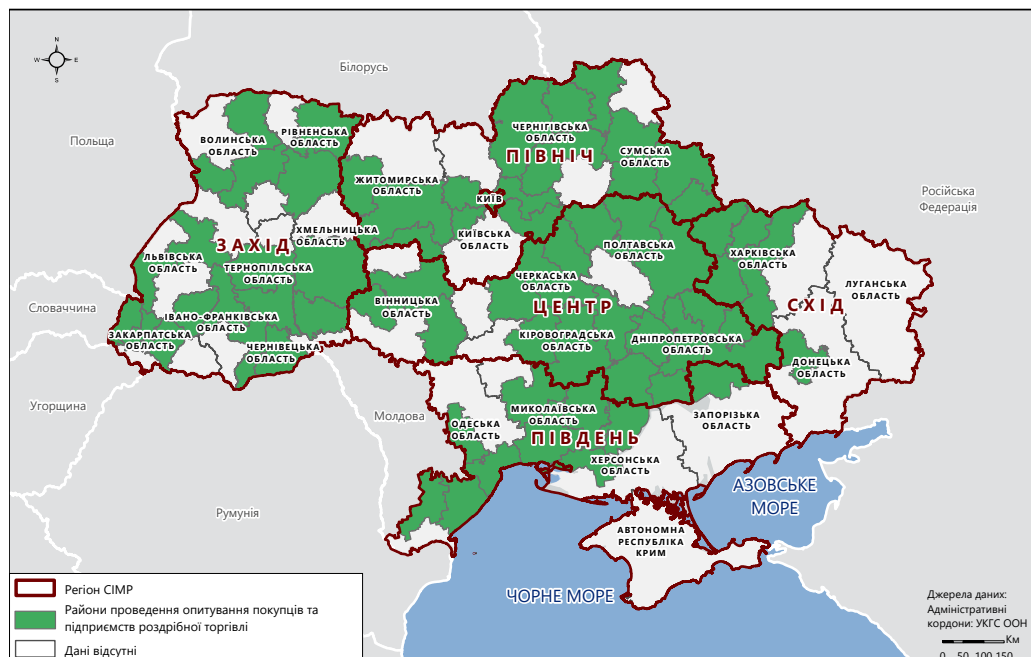
Через тривалу повномасштабну війну в Україні, дані про стан ринку є обмеженими та неповними, особливо на постраждалих від війни територіях. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку (CIMP) є заповнити цей брак інформації шляхом надання необхідних

та оперативних даних про цінові тенденції та показники функціонування ринку.

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 (KI), що відображає щомісячні зміни на місцевих ринках.

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

ГЕОГРАФІЧНЕ ОХОПЛЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Медіанна ціна повного кошика CIMP знизилася загалом по країні (на 4%) та в усіх макрорегіонах, при чому найсуттєвіше - на Сході (7%) та в Центрі (5%).
- Зростання цін на бензин та дизпаливо сповільнилося, проте блокування кордону з Польщею спричинило подорожчання скрапленого газу на 26%¹. Надмірно дороге автомобільне паливо обмежило доступ до магазинів для 24% опитаних покупців.
- Доступ до необхідних для зими речей, таких як теплий одяг, становив найбільшу проблему в прифронтових Херсонській та Запорізькій областях, а також у Чернігівській області, що межує з Росією, де, відповідно, 22%, 20% та 14% опитаних покупців повідомили про їхню недоступність. Більше того, 40% споживачів у Запорізькій, 35% у Херсонській та 27% у Чернігівській областях повідомили про проблеми з наявністю палива для опалення.
- Питання цінової доступності залишається критично важливим по всій країні: 60% опитаних покупців вказали на зростання цін як на основну фінансову перешкоду в доступі до товарів на ринках, а 44% опитаних підприємств роздрібною торгівлі очікують на труднощі із забезпеченням роботи магазинів із повним запасом товарів у найближчі місяці.
- Безпекові чинники, такі як активні бойові дії або обстріли, а також обмеження на пересування ускладнили доступ покупців до ринків на Півдні та Сході, особливо на територіях поблизу лінії фронту, таких як Запорізька, Херсонська та Донецька області.
- Покупці на Півдні стикалися з труднощами в доступі до фінансових послуг переважно через брак працюючих банків (про це повідомили 45% опитаних покупців) та банкоматів у їхніх громадах (39%).

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ

Основні зміни в кошику CIMP за місяць

Медіанна вартість загального кошика CIMP		
1014 грн	▼ -3,6%	
26,96 USD	▼ -3,0%	
25,11 EUR	▼ -3,6%	
Продовольчі товари	▼ -2,7%	Засоби гігієни
		▼ -4,4%

Медіанна вартість кошику CIMP за регіонами

Захід	1024 грн	-4,3% ▼
Схід*	991 грн	-7,2% ▼
Північ	1065 грн	-0,3% ▼
Київ	1035 грн	-2,2% ▼
Центр	980 грн	-5,1% ▼
Південь	994 грн	-2,5% ▼

* До Сходу віднесено Харківську, Луганську та Донецьку області.

Курс валют**

36,32 USD/UAH офіційний ▼ -0,2%	37,63 USD/UAH ▼ -0,6%	40,40 EUR/UAH на ринку ▲ +0,1%
--	-----------------------------	---

** Медіанний курс валют станом на 15 листопада 2023 року. Дані доступні на <http://minfin.com.ua>.

13	Партнерів-учасників
24	Досліджені області
122	Досліджені громади
1127	Інтерв'ю з ключовими інформантами
477	Опитаних підприємств роздрібною торгівлі
650	Опитаних споживачів
20	Досліджених товарів

КОШИК СІМР

Кошик СІМР - це підгрупа споживчого набору репрезентативних товарів (та послуг) із 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 надання грошової допомоги в Україні (РГГД).

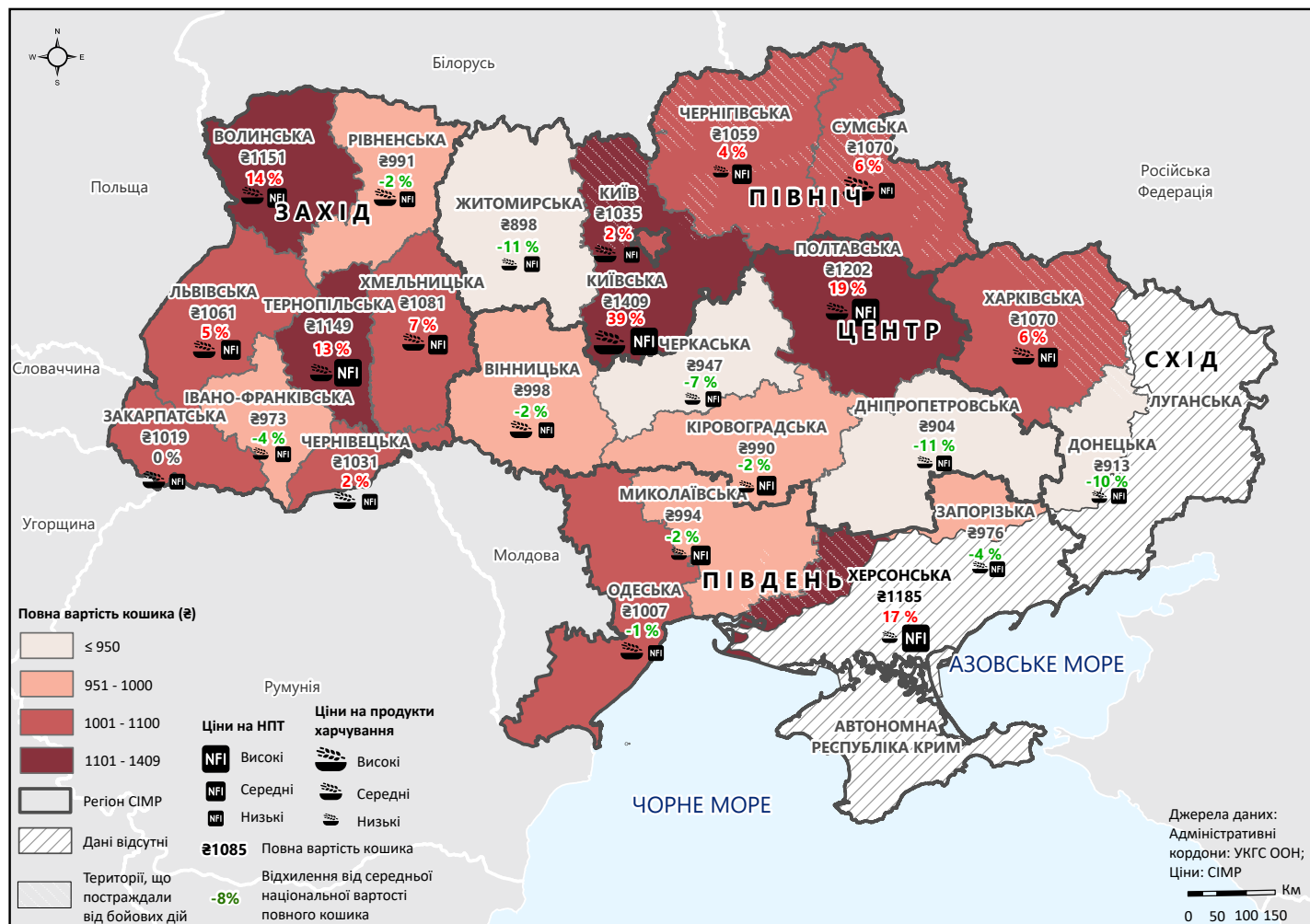
Продукти харчування

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
Пшеничне борошно (біле)	1 кг

Непродовольчі товари

Мило туалетне	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 тюбик (75 мл)
Пральний порошок (автомат)	1 пачка (500 г)

Карта 2: Медіанні значення вартості продуктивних та непродовольчих кошиків у листопаді 2023 року, за областями, грн



1014 грн (▼ -3,6%)

Вартість кошику СІМР у листопаді 2023 року

Основні тенденції кошика СІМР

- У листопаді порівняно з жовтнем вартість повного кошика СІМР знизилася в усіх регіонах, а найсуттєвіше - на Сході (-7%) та в Центрі (-5%).
- Розрахунок на національному рівні кошика СІМР у листопаді показав зниження його вартості на 4% порівняно

з жовтнем та на 3% - порівняно з листопадом 2022 року.

- Найдорожчий кошик СІМР було розраховано на основі цін, про які повідомлялося на Півночі (1065 грн), у Києві (1035 грн) та Заході (1024 грн), тоді як найнижчі ціни в кошику СІМР були зафіксовані у Центрі (980 грн).
- На обласному рівні найвища вартість кошика СІМР була зафіксована в Київській (1409

грн), Полтавській (1202 грн) та Херсонській (1185 грн) областях.

- Про зростання цін на всі товари, включені до кошика СІМР, порівняно з попереднім місяцем повідомили 44% опитаних підприємств роздрібною торгівлі в Івано-Франківській, 20% - у Сумській, 15% - у Запорізькій, 14% - у Полтавській та Волинській областях.

Таблиця 1: Медіана ціни на продовольчі товари в листопаді 2023 року, за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року
Хліб	500 г	21	▲6%	16	▼2%	16	▼12%	17	▼1%	22	▲2%	17	▲20%	17	▼4%
Крупа гречана	1 кг	34	▼7%	31	▼13%	37	▼21%	38	▼8%	33	▼3%	37	▲7%	35	▼2%
Капуста	1 кг	11	▼3%	8	▼1%	12	▲8%	9	▼12%	10	▼12%	8	▼7%	9	▼11%
Морква	1 кг	12	▼10%	9	▼10%	15	▲5%	9	▼6%	10	▼4%	9	▼8%	10	▼7%
Курятина (стегна, свіжі)	1 кг	102	▼9%	103	▼10%	87	▼6%	104	▼9%	124	▼2%	114	▲12%	103	▼8%
Каші для першого прикорму	200 г	92	▲6%	90	▲1%	60	▲7%	87	▼10%	94	0%	64	▼33%	89	▼4%
Яйця (курячі)	10 шт	52	▼3%	46	▼7%	54	▲9%	49	▼2%	50	▲5%	50	▲1%	50	▲1%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	33	▲3%	32	▲5%	36	▲8%	32	▼2%	31	▲6%	34	▲6%	32	▲1%
Олія (соняшникова, рафінована)	900 мл	47	▼5%	47	▼6%	47	▼20%	50	▲3%	49	▼1%	48	▼6%	47	▼5%
Цибуля	1 кг	15	▼5%	13	▼12%	15	▲3%	13	▼3%	14	▼5%	13	▼16%	13	▼9%
Картопля	1 кг	13	▲21%	11	▲20%	13	▲8%	10	▲24%	13	▲14%	11	▲22%	12	▲22%
Рис (круглий)	1 кг	52	▲3%	49	▲1%	52	▼6%	57	▲8%	59	▲2%	54	▲9%	53	▲3%
Вода питна	1,5 л	15	▲4%	15	▲14%	15	▼1%	15	▼8%	13	▼13%	14	▲1%	15	▲1%
Пшеничне борошно (біле)	1 кг	20	▲10%	15	▼13%	19	0%	19	▼4%	20	▲1%	17	▲18%	19	▲4%
Загалом		518	▼1%	486	▼4%	477	▼4%	508	▼4%	542	0%	491	▼2%	506	▼3%

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

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Динаміка з жовтня 2023 року
Мило туалетне	1 брусок (75 г)	15	▲7%	11	▼21%	15	▲4%	13	0%	12	▼4%	12	▲2%	13	▼6%
Підгузки (дитячі, 5-9 кг)	1 упаковка (40-60 шт)	339	▼10%	346	▼6%	358	▼2%	384	▲2%	350	▼6%	333	▼20%	348	▼7%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	41	▼7%	40	▼2%	37	▼6%	43	▲5%	42	▲1%	46	▲10%	41	▲1%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	19	▲3%	19	▼7%	22	▲3%	23	▲1%	21	▼3%	20	▲7%	20	▼1%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	40	▼6%	34	▼9%	38	▲15%	42	▲13%	27	▲1%	43	▲24%	39	▲8%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	52	▼2%	44	▲2%	47	▼6%	52	▲8%	41	▲3%	47	▲4%	47	▲1%
Загалом		506	▼8%	494	▼6%	516	▼1%	557	▲3%	493	▼4%	500	▼12%	508	▼4%

Таблиця 3: Медіанна вартість повного кошика СІМР у листопаді 2023 року, за областями, грн

Місце знаходження	Кошик СІМР, грн	Динаміка з жовтня 2023 року
Центр		
Вінницька	998	▼2%
Дніпропетровська	904	▼6%
Кіровоградська	990	▼5%
Полтавська	1202	▲8%
Черкаська	947	па
Схід		
Харківська	1070	0%
Донецька	913	па
Луганська	па	па
Київ		
м. Київ	1035	▼2%
Північ		
Житомирська	898	▼4%
Київська	1409	▲15%
Сумська	1070	▼10%
Чернігівська	1059	▲5%
Південь		
Запорізька	976	▼3%
Миколаївська	994	▼7%
Одеська	1007	▲3%
Херсонська	1185	▼3%
Автономна Республіка Крим	па	па
Захід		
Волинська	1151	▼5%
Закарпатська	1019	▲4%
Івано-Франківська	973	▼2%
Львівська	1061	▼2%
Рівненська	991	▼16%
Тернопільська	1149	▲7%
Хмельницька	1081	▼3%
Чернівецька	1031	▼3%
Загалом	1014	▼4%

ЦІНИ

Вартість продуктового кошика знизилася в більшості регіонів, проте практично не змінилася в Києві. Загалом по країні вона становила 506 грн, що на 3% менше, ніж у жовтні.

Зниження цін на продукти харчування відбулося насамперед за рахунок падіння цін на окремі овочі в усіх регіонах, крім Півдня, а саме: капусту (на 11%), цибулю (на 9%) та моркву (на 7%). Ціни на овочі залишалися нижчими, ніж у листопаді минулого року, що пов'язано з гарним урожаєм завдяки сприятливій погоді та нарощуванню обсягів виробництва в деяких регіонах².

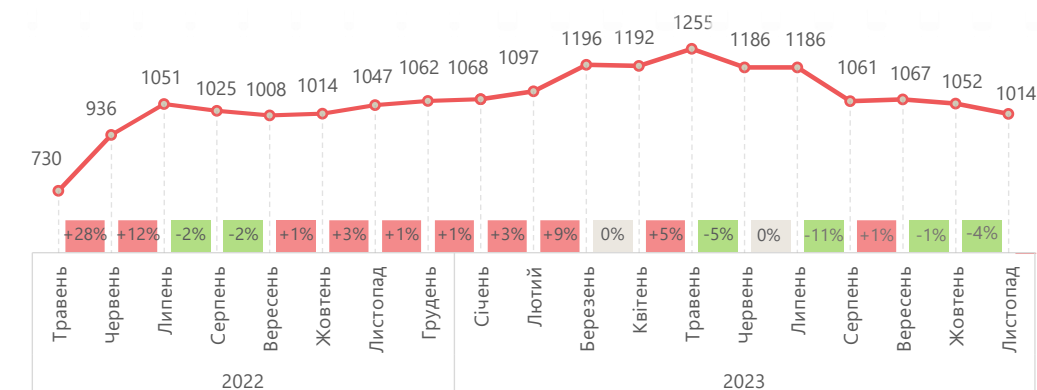
Разом із тим, ціни на картоплю зросли на 22% протягом місяця, що зумовлено збільшенням попиту та загальним зменшенням запасів через непридатність для довготривалого зберігання³.

Як і у попередньому місяці, найдорожчий продуктивний кошик було розраховано на основі цін, про які повідомляли підприємства роздрібної торгівлі в Києві (542 грн), у той час як найдешевший було зафіксовано на Півдні (477 грн).

Вартість товарів у непродовольчому (гігієнічному) (НПТ) кошику в листопаді становила 508 грн загалом по країні, що на 4% менше, ніж у жовтні. Зменшення вартості кошика НПТ спостерігалось в усіх регіонах, крім північного, де його вартість збільшилася на 3% та становила 557 грн (найдорожчий НПТ кошик серед усіх регіонів).

Найдешевший кошик НПТ було зафіксовано в Києві та Центрі вартістю 493 та 494 грн відповідно.

Рисунок 1: Щомісячна динаміка вартості кошика СІМР, грн



Карта 3: Медіанна вартість продуктивних кошиків у листопаді 2023 року, за областями, грн



НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продовольчі товари та засоби гігієни

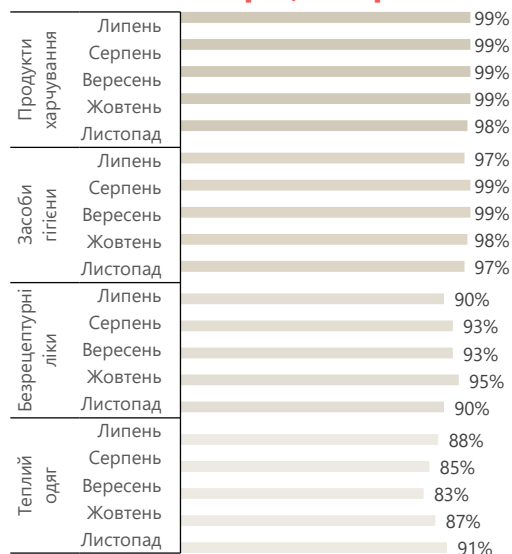
У листопаді продукти харчування та засоби гігієни були в широкому доступі, оскільки лише 2% опитаних покупців загалом по країні повідомили про їхню обмежену наявність. На дефіцит переважно вказували покупці на Півдні (8% - продовольчих товарів та 7% - засобів гігієни).

На обласному рівні найнижча частка покупців, які повідомили про повну доступність продовольчих товарів, була зафіксована в Запорізькій (80%) та Волинській (81%) областях. Найбільші проблеми з доступністю засобів гігієни спостерігалися в чотирьох областях: Херсонській, Запорізькій, Чернігівській та Волинській (див. Рисунок 3).

Рисунок 3: % покупців, які повідомили про наявність засобів гігієни, за областями*



Рисунок 2: % покупців, які повідомили про повну наявність товарів, по країні



Ліки

Ситуація з доступністю безрецептурних ліків дещо погіршилася порівняно з попереднім місяцем. У жовтні 95% опитаних покупців повідомили про наявність ліків у достатній кількості, тоді як у листопаді цей показник знизився до 90%.

Найбільш значні проблеми спостерігалися на Півдні, де 23% опитаних покупців зазначили, що ліки були недоступними в повному обсязі**.

Найбільш тривожною виявилася ситуація в Херсонській та Чернігівській областях, де, відповідно, 20% та 13% опитаних покупців повідомили про відсутність ліків. Окрім того, у Запорізькій та Волинській областях було зафіксовано найбільший дефіцит, про це повідомили 32% та 38% опитаних покупців відповідно (див. Рисунок 4).

* У топ-4 області з найгіршою, за повідомленнями, ситуацією з наявністю.

** Цей варіант включає відповіді "Немає в наявності", "Обмежена наявність" та "Наявність на замовлення".

Рисунок 4: % покупців, які повідомили про наявність ліків, за областями*



Рисунок 5: % покупців, які повідомили про наявність теплового одягу, за регіонами



Теплий одяг

Результати опитування свідчать про постійні труднощі з доступом до теплового одягу, особливо на Півдні, що є надзвичайно важливим в умовах похолодання (див. Рисунок 5). Особливо тривожною є ситуація на територіях поблизу лінії фронту, таких як Запорізька (36%), Херсонська (28%) та Миколаївська області (15%), а також на раніше непідконтрольних уряду територіях Чернігівської області (22%), де опитані покупці повідомили, що теплий одяг не був повністю доступним в листопаді**.

Більше того, респонденти в східних, західних та центральних областях також зазначали труднощі з доступом до теплового одягу в місцевих магазинах та на ринках. Про ці проблеми, зокрема, повідомляли жителі Вінницької (12%), Волинської (6%), Закарпатської (5%), Полтавської (4%) та Харківської (2%) областей.

Рисунок 6: % покупців, які повідомили про наявність теплового одягу, за областями*



ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Доступність

Блокування польськими перевізниками пунктів перетину кордону спричинило труднощі з постачанням палива в Україну⁴. Втім, частка опитаних споживачів, які повідомили про повну наявність пального, практично не змінилася, залишившись на рівні 79% у листопаді.

Проте в Чернігівській та Херсонській областях було зафіксовано найбільші проблеми з доступністю (див. Рисунок 7). У Чернігівській області 16% респондентів вказали на відсутність пального для транспортних засобів, а ще 13% повідомили про його обмежену наявність або можливість придбання тільки на замовлення. У Херсонській області ці показники становили 13% та 4% відповідно.

Ситуація відносно палива для опалення дещо покращилася в цілому в країні порівняно з попереднім місяцем. У жовтні 77% опитаних споживачів повідомили про повну наявність палива для опалення, тоді як у листопаді ця частка збільшилася до 88%.

Найбільші проблеми з доступністю було зафіксовано в Запорізькій, Херсонській та Чернігівській областях, що пов'язано з близькістю до лінії фронту або постійними обстрілами⁵. Особливе занепокоєння напередодні зими викликає ситуація в Запорізькій та Херсонській областях, де 40% та 35% опитаних споживачів повідомили про неповну доступність палива (див. Рисунок 8). Як і в попередні місяці, 27% споживачів, опитаних у Чернігівській області, могли отримати паливо для опалення тільки на замовлення.

Примітка: 6 листопада 2023 року польські перевізники почали блокувати кордон з Україною. Основною їхньою метою було скасування транспортного безвізового режиму для України. Три пункти перетину кордону були закриті, і ще один закритися наприкінці листопада⁶.

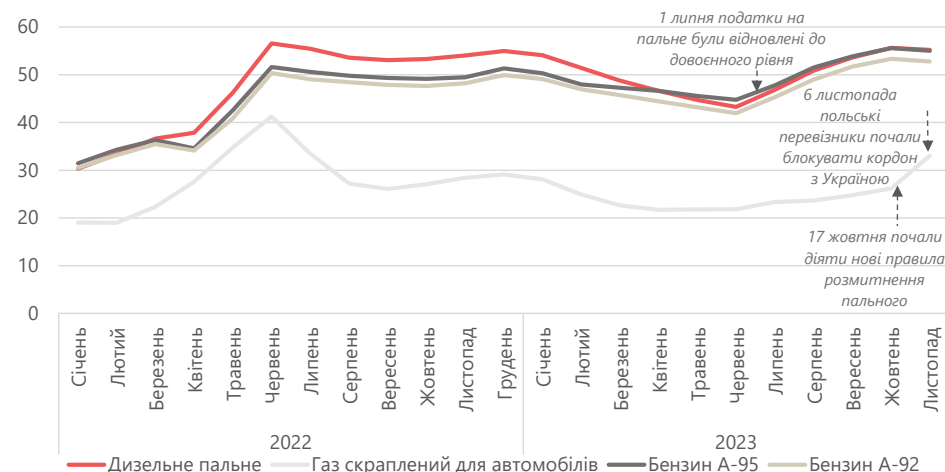
Рисунок 7: % покупців, які повідомили про наявність автомобільного пального, за областями*



Рисунок 8: % покупців, які повідомили про наявність палива для опалення, за областями*



Рисунок 9: Середня споживча ціна на пальне для транспортних засобів, загалом по країні, грн за літр



Джерело: Держстат

* У топ-4 області з найгіршою ситуацією з доступністю.

Ринкові ціни

Пальне в листопаді дорожчало вищими темпами переважно через порушення ланцюгів поставок. Найбільше це вплинуло на вартість скрапленого газу. Для порівняння, ціна на інші види пального зменшилася наприкінці листопада, що відображає тенденції на світовому ринку нафти⁷. За даними Держстату⁸, у листопаді порівняно з жовтнем середні споживчі ціни на пальне для транспортних засобів, зокрема бензин і дизель, знизилися на 1%, тоді як ціни на газ скраплений для автомобілів зросли на 26%. Це було пов'язано з блокуванням польськими перевізниками ключових автомобільних пунктів перетину кордону з Україною (30% імпорту скрапленого газу надходило через польську ділянку кордону)¹.

Згідно із опитуванням споживачів, орієнтовні ціни на бензин, придбаний через неофіційні джерела, дорівнювали цінам на бензин, що продавався через офіційні канали. Однак орієнтовна ціна на дизель, придбаний неофіційно, була трохи нижчою за той, що продавався через офіційні джерела. Зокрема, респонденти зазначили, що як офіційні, так і неофіційні джерела пропонували бензин за 56 грн за літр. Натомість дизель коштував 56 грн за літр через офіційні джерела й трохи дешевше - 54 грн за літр - через неофіційні канали.

З початку повномасштабної війни в лютому 2022 року, ціни на природний газ, який споживачі використовують для опалення та приготування їжі, залишаються стабільними на рівні 8 грн/м³ по всій країні. Водночас ціна на електроенергію утримується на рівні 2,64 грн за кВт/год, що більш ніж у 1,5 рази вище, ніж на початку року.

Ціна на дрова продовжувала зростати в листопаді. Медіанна ціна, розрахована для всієї країни, становила 1520 грн/м³, що на 8% більше, ніж у жовтні. Найвищим цей показник був на Півдні (2000 грн).

ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

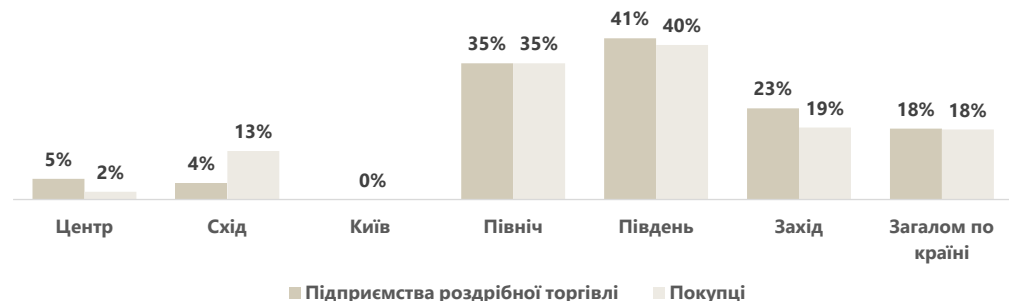
У листопаді 18% опитаних як покупців, так і роздрібних продавців загалом по країні зазначали, що повномасштабна війна вплинула на їхню можливість фізичного доступу до магазинів або ринків (Рисунок 10). Найвища частка серед опитаних покупців була зафіксована на Півдні (40%) та Півночі (35%), а на рівні областей - у Донецькій (n=5/5), Чернігівській (68%), Запорізькій (64%) та Херсонській (56%) областях.

Основною причиною труднощів у доступі до ринків по всій країні були повітряні тривоги, на що вказали 10% опитаних покупців, і найбільша частка їх була на Півночі (27%).

Безпекові чинники мали значний вплив на доступ до магазинів покупців на південних та східних територіях поблизу лінії фронту. У цих регіонах покупці повідомляли про активні бойові дії або обстріли (60% у Донецькій, 48% у Запорізькій та 16% у Херсонській областях), обмеження на пересування, пов'язані з воєнним станом (80% у Донецькій та 24% у Запорізькій областях) та про обмежений доступ до місцевих магазинів та ринків через відчуття небезпеки під час перебування в магазинах або страх потрапити під обстріл по дорозі до них (16% у Запорізькій області).

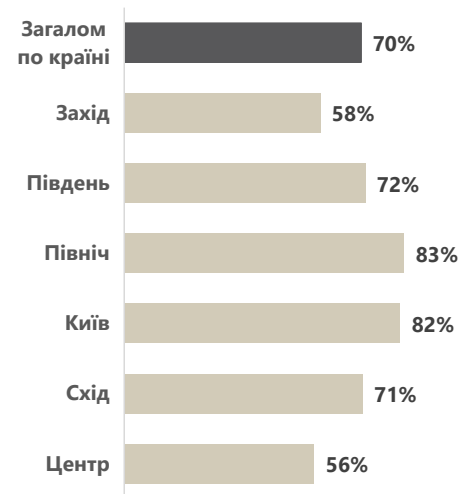
Крім того, покупці в Херсонській, Миколаївській та Київській областях повідомили про пошкодження будівель або інфраструктури в їхніх магазинах або на ринках, а також про пошкодження або загородження на дорогах до них.

Рисунок 10: % покупців та підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили про негативний вплив повномасштабної війни на можливість доступу до магазинів, за регіонами



Відсутність транспортного сполучення була додатковим чинником, що фізично обмежував можливості 60% опитаних покупців у Донецькій області дістатися до ринків у їхніх громадах. Більше того, 8% опитаних покупців у Запорізькій області вказали на тимчасові перебої в роботі магазинів через відключення електропостачання.

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



Фінансові фактори

Фінансові фактори продовжували негативно впливати на доступ покупців до товарів у магазинах та на ринках по всій Україні, про що в листопаді повідомили 70% респондентів (Рисунок 11). Найскладнішою ситуація була в Донецькій, Сумській та Чернігівській областях, де практично всі опитані покупці вказали на фінансові проблеми.

Зростання цін було названо основною причиною цих труднощів для 60% опитаних покупців. Найбільшою частка респондентів, які повідомили про цю перешкоду, була в Києві та на Півночі (78% в обох регіонах), а також на Сході (71%).

Крім того, 40% опитаних покупців на Півдні та 19% на Сході зазначили, що вони не можуть собі дозволити купувати товари в магазинах.

Постійне зростання цін на пальне* вплинуло на покупців, оскільки 24% респондентів відзначили високі ціни на пальне.

Вплив росту цін на пальне був найпомітнішим на Сході та Півночі, де 35% та 30% респондентів відповідно зазначили, що пальне для автомобілів є занадто дорогим. Висока вартість проїзду в громадському транспорті була також стримуючим фактором, особливо на Заході (про це повідомили 17% респондентів), а також на Півдні (11%).

Важливо відмітити, що опитані покупці на Півдні стикалися з проблемами розрахунків, оскільки 16% із них зазначили, що не мали достатньо готівки, а продавці неохоче приймали інші способи оплати. Ця проблема була особливо виражена в Запорізькій (36%) та Херсонській (29%) областях.

Як наслідок, проблема цінової доступності залишається критично важливою по всій країні, але особливо на територіях поблизу лінії фронту чи територіях раніше поза контролем уряду, таких як Донецька, Сумська та Чернігівська області, де це є перешкодою в доступі до товарів на ринках.

Рисунок 12: Основні фінансові перешкоди** при доступі до магазинів, на які вказали покупці, загалом по країні



** Показники було отримано з відповідей на запитання з можливістю множинного вибору варіантів.

* Див. «Ринкові ціни» на сторінці 6.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

Поточні труднощі

У листопаді 21% опитаних підприємств роздрібною торгівлі повідомили про труднощі з організацією роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом. **Ритейлери на Півдні стикалися з труднощами частіше, ніж в інших регіонах України (48%), а найчастіше про них повідомляли в Запорізькій області (80%).**

Основними труднощами, про які повідомляли підприємства роздрібною торгівлі по всій країні, були високі ціни від постачальників (14%), причому частіше на це вказували в Запорізькій та Івано-Франківській областях (67% в кожній області).

Загрози фізичної небезпеки мали негативний вплив переважно на підприємства роздрібною торгівлі на Півдні, особливо в прифронтових областях, таких як Запорізька та Херсонська. Зокрема, 20% опитаних підприємств роздрібною торгівлі в Запорізькій області повідомили про труднощі, пов'язані з фізично небезпечними умовами, та ще 20% - про обмеження на пересування. Крім того, **33% опитаних підприємств у Запорізькій та 23% Херсонській області зазначили проблеми з доступом до готівки для розрахунків із постачальниками.**

Карта 4: Орієнтовна частка працюючих підприємств роздрібною торгівлі в листопаді 2023 року, порівняно з довоєнним рівнем, на основі даних, отриманих від опитаних підприємств роздрібною торгівлі, за громадами

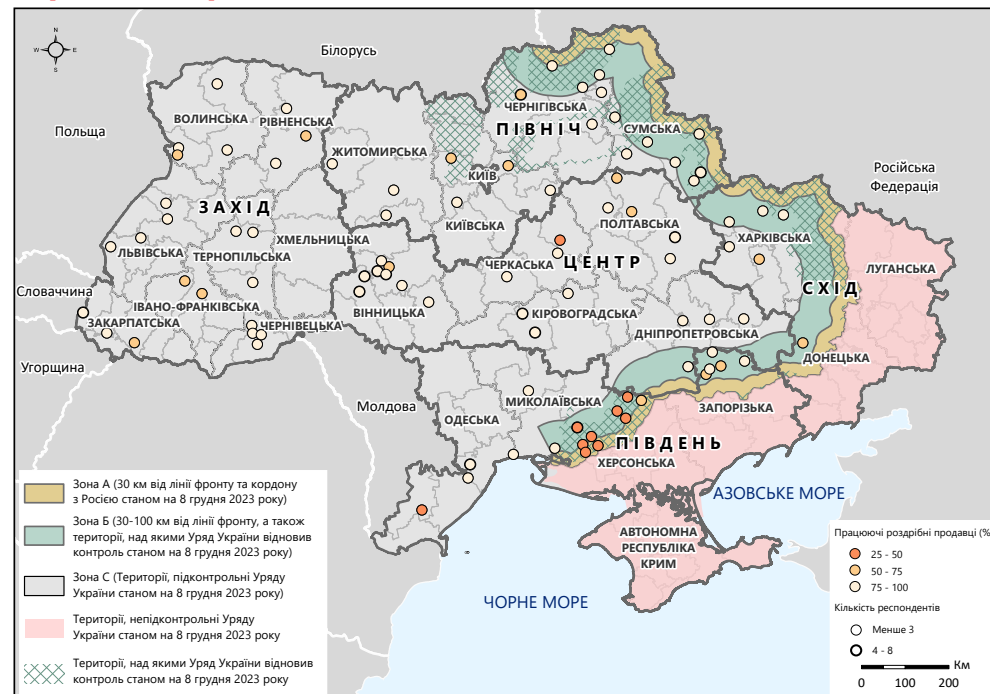
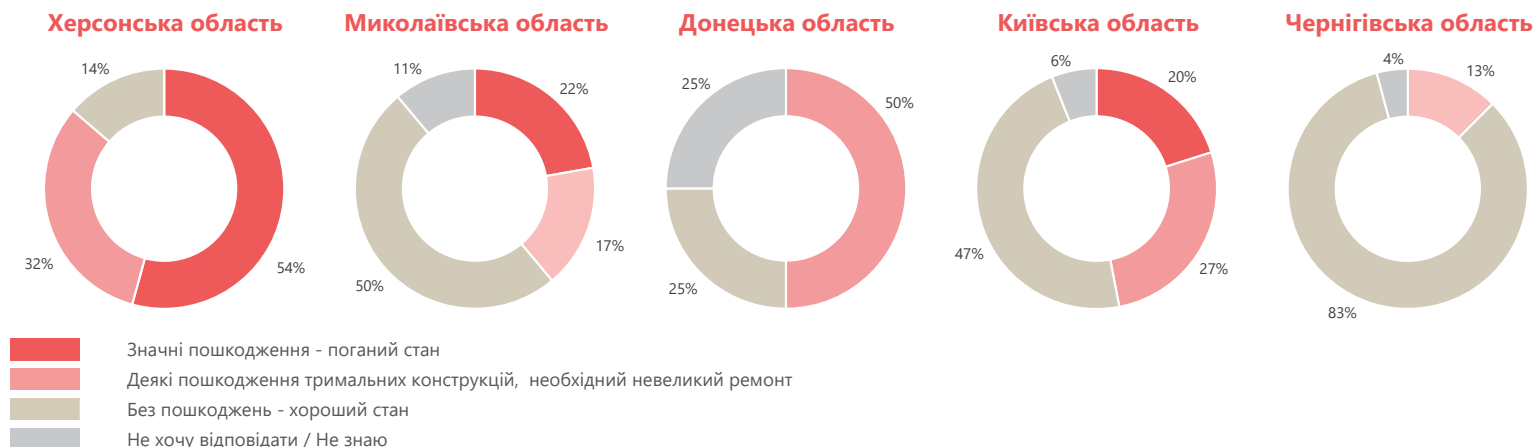


Рисунок 13: % опитаних підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про пошкодження більшості магазинів на їхньому ринку у зв'язку з війною*



* В областях, де опитані підприємства роздрібною торгівлі повідомили про пошкодження магазинів.

У листопаді ключових інформантів серед підприємств роздрібною торгівлі попросили оцінити частку ритейлерів, які працюють на їхньому ринку, порівняно з довоєнним рівнем. **Найнижча частка працюючих підприємств роздрібною торгівлі в діапазоні від 25% до 50% була виявлена в Херсонській області** (див. карту 4). Загалом по країні показник знаходився в межах від 75% до 100%.

Ключових інформантів серед підприємств роздрібною торгівлі також попросили охарактеризувати більшість магазинів на їхньому ринку в умовах війни. **В областях поблизу лінії фронту, таких як Херсонська, Миколаївська та Донецька, а також на територіях раніше не підконтрольних уряду в Київській та Чернігівській областях, опитані підприємства повідомили про значні або певні структурні пошкодження** (див. Рисунок 13). Про поганий стан магазинів найчастіше повідомляли в Херсонській області (54% опитаних ритейлерів).

Виклики на найближчі місяці

Результати дослідження показали, **що 53% опитаних роздрібних продавців очікували на нові труднощі найближчим часом через повномасштабну війну.**

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

- 44% Зростання цін
- 35% Зменшення купівельної спроможності покупців

Найтривожнішою виявилася ситуація на Півночі, де 85% опитаних підприємств роздрібною торгівлі повідомили, що очікують на зростання цін, а 64% - на зниження купівельної спроможності покупців.

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Банки

Частка опитаних покупців, яка повідомляла про повну доступність банківських відділень, що надають повний спектр банківських послуг, залишилася без змін, порівняно з жовтнем, і становила 64%.

Повітряні атаки продовжували скорочувати часи роботи банківських відділень по всій країні, крім Києва, при цьому найбільша частка респондентів, яка про це повідомляла, була в Центрі (55%).

Як і в попередні місяці, найбільші труднощі з доступом до повного спектру банківських послуг мали респонденти на Півдні, де 45% опитаних покупців вказали на відсутність працюючих банків в їхніх громадах. Найчастіше про такі проблеми повідомляли в Херсонській (67% респондентів), Запорізькій (60%) та Миколаївській (44%) областях.

Банкомати

У листопаді, як і в минулому місяці, 88% покупців повідомили про повну доступність банкоматів.

Суттєві проблеми з доступом до банкоматів все ще спостерігалися на Півдні, де 39% опитаних покупців у листопаді повідомили про відсутність банкоматів в їхніх громадах.

У цьому регіоні з проблемами, пов'язаними з відсутністю банкоматів, найчастіше стикалися жителі Запорізької (60%), Херсонської (49%) та Миколаївської (44%) областей.

Крім того, 11% опитаних покупців у Херсонській області повідомили, що наявні банкомати не працюють через відсутність готівки.

Більше того, відключення електроенергії впливали на доступ до банкоматів 17% респондентів в Одеській області.

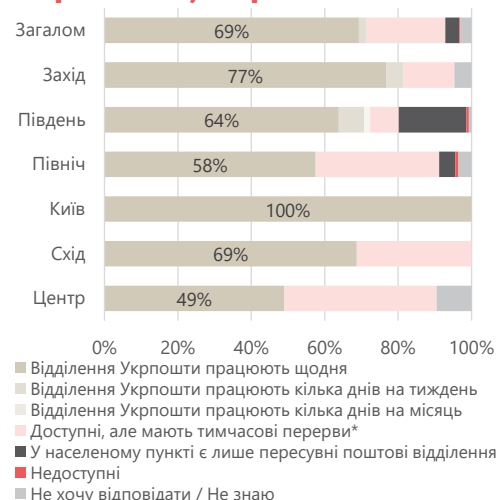
Рисунок 14: % покупців, які повідомили про наявність працюючих банків, за регіонами



Рисунок 15: % покупців, які повідомили про наявність працюючих банкоматів, за регіонами



Рисунок 16: % покупців, які повідомили про наявність працюючих відділень «Укрпошти», за регіонами



Укрпошта**

У листопаді 69% опитаних покупців повідомили, що відділення «Укрпошти» працювали щодня й надавали всі звичайні фінансові послуги, що майже відповідає показнику минулого місяця (70%).

Як і в попередні місяці, **результати опитування не виявили суттєвих обмежень у доступі до відділень «Укрпошти».** Єдиним незручним моментом, про який повідомлялося, було призупинення роботи відділень «Укрпошти» під час повітряних тривог, що насамперед вплинуло на покупців, опитаних у Центрі (42%), на Півночі (33%) та Сході (31%).

Крім того, 47% опитаних покупців у Херсонській області вказали на наявність лише пересувних поштових відділень в їхніх громадах.

Способи оплати

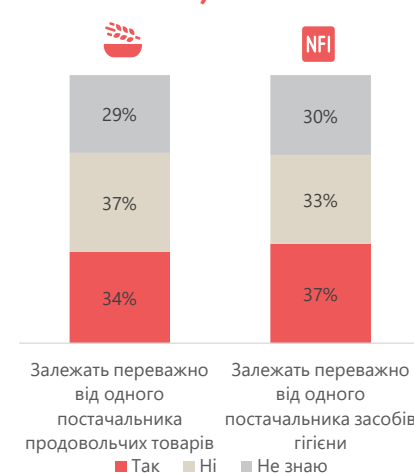
У листопаді основними способами оплати, які приймали опитані підприємства роздрібної торгівлі, були готівка (100%), кредитні картки (90%), дебетові картки (68%), мобільні додатки (63%) та ваучери від ООН та неурядових організацій (3%).

ПОСТАЧАННЯ

Опитування постійно виявляє тривожну тенденцію: значна кількість підприємств залежить від єдиного постачальника як продуктів харчування, так і непродовольчих товарів. Це створює суттєві ризики щодо забезпечення необхідного рівня запасів.

Ця проблема є найбільш помітною на Півдні: результати опитування в листопаді свідчать, що 64% роздрібних продавців у цьому регіоні покладаються на єдиного постачальника продовольчих товарів, і 65% - засобів гігієни. Це підкреслює підвищену вразливість ланцюгів постачання на Півдні.

Рисунок 17: % покупців, які повідомили, що вони залежать в основному від одного постачальника, загалом по країні



МАКРОЕКОНОМІКА

Інфляція

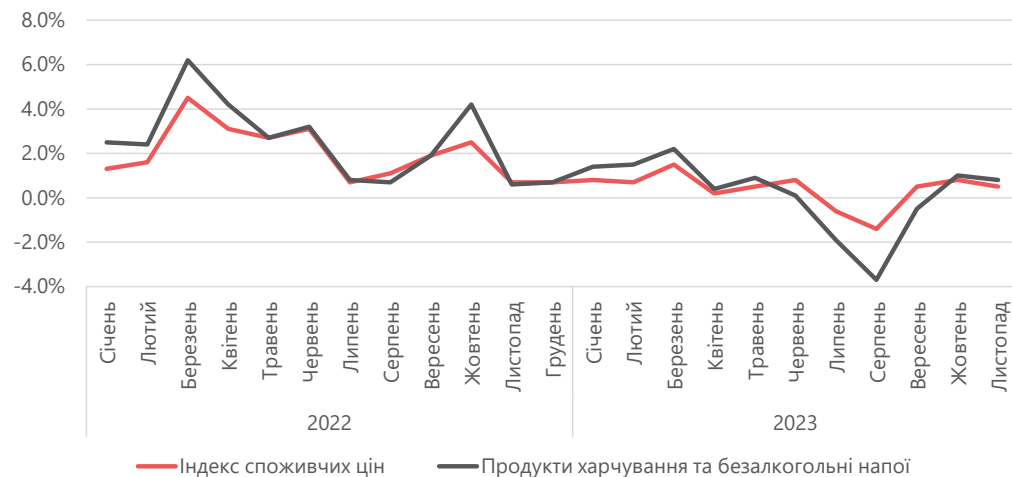
Споживчі ціни в листопаді, порівняно з жовтнем, підвищилися на 0,5%. Більше того, вони залишалися на 4,4% вищими, ніж на початку року та на 5,1% вищими, ніж у листопаді 2022 року⁹.

Сповільнення інфляції в листопаді було зумовлено динамікою цін на непродовольчі товари, зокрема одяг та взуття⁷.

Економічна активність

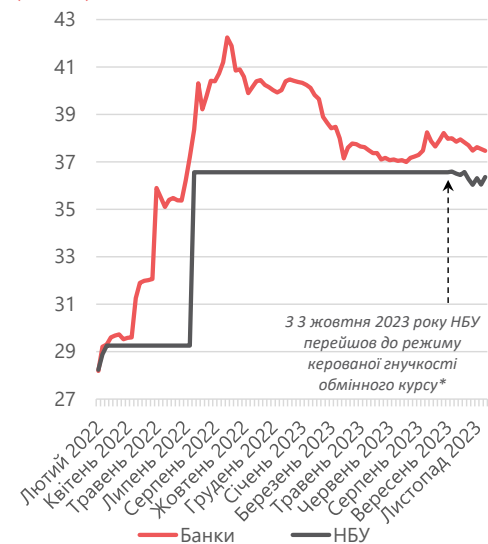
У листопаді висока врожайність пізніх культур та швидші жнива підтримували сільське господарство, стійкий споживчий попит – роздрібну торгівлю, продовження роботи тимчасового морського коридору

Рисунок 19: Темпи інфляції, % до попереднього місяця



Джерело: Держстат

Рисунок 18: Середньоринковий обмінний курс долара США (USD)



Джерело: Мінфін

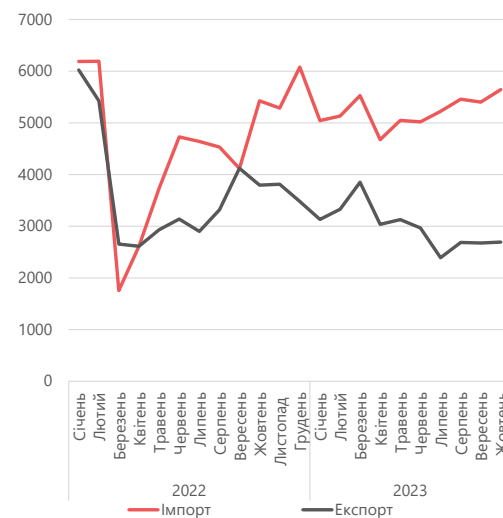
* За нового режиму офіційний курс визначатиметься на основі курсу за операціями на міжбанківському валютному ринку, а не встановлюватиметься НБУ¹¹.

та активізація залізничних перевезень – сферу транспорту, а оборонні замовлення – промисловість².

Втім, відповідно до Щомісячного опитування підприємств України НБУ¹⁰, бізнес другий місяць поспіль стримано оцінив поточні результати діяльності своїх підприємств у найближчій перспективі. Воєнні дії та їхні наслідки, посилення безпекових ризиків, розрив логістичних ланцюгів, певні обмеження пропозиції електроенергії та її здорожчання для бізнесу, податкові зміни, звуження інвестиційного попиту, а також брак кваліфікованих працівників продовжують стримувати економічну активність підприємств та негативно впливають на їхні очікування.

Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами в січні-жовтні 2023 року зросло втричі порівняно з аналогічним періодом 2022 року (до 22,4 млрд дол. США із 7,1 млрд)¹². За даними Держстату, експорт товарів з України за окреслений період порівняно із січнем-жовтнем 2022 року скоротився на 19%, тоді як імпорту зріс на 18,8%.

Рисунок 20: 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	Динаміка з жовтня 2023 року	Динаміка з листопада 2022 року
Антибіотики вітчизняні	52,28	▲2%	▲21%
Антибіотики імпорتنі	195,35	▲1%	▲3%
Жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні	19,92	▲3%	▲19%
Жарознижувальні та знеболювальні препарати імпорتنі	26,26	▲1%	▲7%
Судинорозширювальні засоби вітчизняні	14,98	▲2%	▲14%
Судинорозширювальні засоби імпорتنі	68,87	0%	▲5%

Джерело: Держстат

Таблиця 6: Топ-10 областей із найвищою середньомісячною вартістю оренди 1-кімнатної квартири в листопаді 2023 року, грн

Область	Середня ціна оренди, грн	Динаміка з жовтня 2023 року	Динаміка з листопада 2022 року
Закарпатська	12731	0%	▲53%
Львівська	11848	▼1%	▲24%
м.Київ	8727	▲1%	▲14%
Хмельницька	7671	▲2%	▲7%
Черкаська	7269	▲1%	▲22%
Чернівецька	7143	0%	▲1%
Рівненська	7005	▲15%	▲33%
Дніпропетровська	6193	0%	▲2%
Житомирська	6141	▲1%	▲39%
Івано-Франківська	6124	0%	▲28%
Україна	6585	▲1%	▲17%

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. 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 (KI) 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 три ціни на певний товар у кожній досліджуваній громаді шляхом опитування підприємств роздрібною торгівлі, а також провести щонайменше п'ять інтерв'ю зі споживачами в кожній досліджуваній громаді. По кожному найменуванню реєструється ціна найдешевшого бренду або сорту, який користується широким попитом. Усі дані збираються польовим персоналом, який володіє загальною методологією та інструментами CIMR. Далі ці дані надходять на загальний сервер РГГД - KoBo, після цього дані очищуються та аналізуються фахівцями REACH, що діє 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 викидів та неоднакової кількості цін, отриманих з різних громад. 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 (ТЗ) CIMR, доступному [тут](#) (англійською).

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 проведення мінімальної кількості інтерв'ю з підприємствами роздрібною торгівлі або споживачами, передбачене 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.

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 глибокий аналіз, а вся діяльність здійснюється через механізми міжвідомчої координації гуманітарної допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій IMPACT Initiatives, ACTED і Навчального та науково-дослідного інституту – Програми ООН з використання супутникової інформації в оперативних цілях (UNITAR-UNOSAT).

Кінцеві примітки

¹ Економічна Правда «Ціни на автомобільний газ зросли на 25%. Яка причина та що буде далі?», 21 листопада 2023 року, доступно [тут](#)

² Національний Банк України «Макроекономічний та монетарний огляд, грудень 2023 року», 6 грудня 2023 року, доступно [тут](#)

³ Eastfruit «Збільшення попиту на картоплю дозволило українським фермерам в черговий раз підвищити ціни», 6 грудня 2023 року, доступно [тут](#)

⁴ LIGA.net «Через блокаду кордону в Україні почалися проблеми з постачанням пального - Мінагрополітики», 25 листопада 2023 року, доступно [тут](#)

⁵ TEXTY.ORG.UA «Під ударом. Що й коли обстрілювала Росія в Україні», 30 листопада 2023 року, доступно [тут](#)

⁶ Reuters «Польські далекобійники розпочали цілодобову блокаду четвертого українського прикордонного переходу», 27 листопада 2023 року, доступно [тут \(англійською\)](#)

⁷ Національний Банк України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції в листопаді 2023 року», 14 грудня 2023 року, доступно [тут](#)

⁸ Державна служба статистики України «Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2023 році», 13 грудня 2023 року, доступно [тут](#)

⁹ Державна служба статистики України «Індекси цін», 8 грудня 2023 року, доступно [тут](#)

¹⁰ Національний Банк України «Щомісячні опитування підприємств України, листопад 2023 року», 1 грудня 2023 року, доступно [тут](#)

¹¹ Національний Банк України «НБУ впроваджує керовану гнучкість обмінного курсу, що посилить стійкість валютного ринку та економіки», 2 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

¹² Державна служба статистики України «Зовнішня торгівля України товарами за січень–жовтень 2023 року», 15 грудня, доступно [тут](#)

Про РГГД

Робочу групу з надання грошової допомоги в Україні було засновано у 2016 році, і її зараз спільно очолюють ACTED та УКГС ООН. Це технічна робоча група в межах Міжкласерної координаційної групи (МККГ) під загальним стратегічним та програмним керівництвом Координаційної групи з питань гуманітарної допомоги в Україні (НСТ). Робоча група з надання грошової допомоги приділяє основну увагу координації програм Багатоцільової грошової допомоги (БЦГД) та сприянню відповідності використання готівки як способу надання гуманітарної допомоги.

Партнери



Донори

