

Україна | Спільна ініціатива з моніторингу ринку (CIMP)

10 - 20 січня 2024 року

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 підтримки, моніторинг ринку є ключовою ініціативою для забезпечення ефективної і сталої гуманітарної допомоги та недопущення її негативного впливу на місцеві ринки.

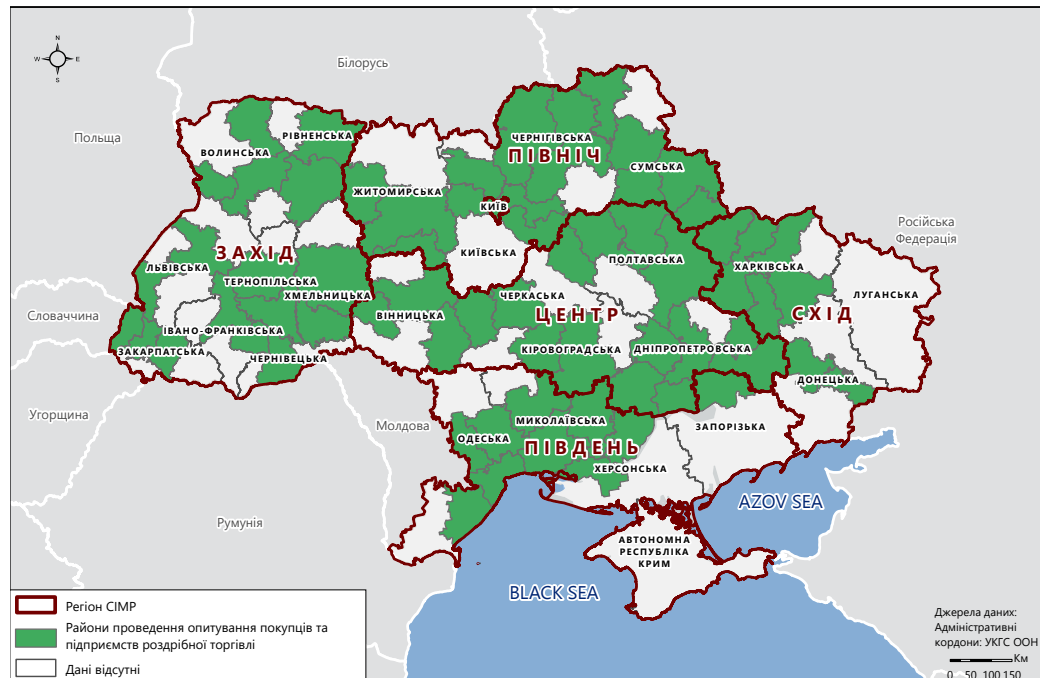
Через тривалу повномасштабну війну в Україні дані про стан ринку є обмеженими та неповними, особливо на постраждалих від війни територіях. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку (CIMP) є заповнити цей брак інформації шляхом надання необхідних

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 (КИ), 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

- На початку року зросла частка покупців, які повідомляли про труднощі з доступом до магазинів, переважно через проблеми з безпекою. Більше того, збільшилася частка підприємств роздрібної торгівлі, які зіткнулися з труднощами з підтриманням роботи магазинів, насамперед через зростання цін від постачальників та кадрові проблеми. Ці труднощі переважно вплинули на покупців та підприємства роздрібної торгівлі на територіях ближче до лінії фронту.
- Питання цінової доступності залишалося критично важливим по всій країні, оскільки 59% опитаних покупців вказали на зростання цін як на основну фінансову перешкоду в доступі до товарів на ринках. Про неможливість дозволити собі товари в магазинах найчастіше повідомляли на Півночі (31%). Разом із тим на Півночі було зафіксовано найвищу вартість кошика CIMP, яка склала 1213 грн (на 10% вище, ніж загалом по країні).
- Доступ до товарів першої необхідності, таким як продукти харчування та засоби гігієни, не викликав значних проблем, оскільки майже всі покупці повідомили про їхню повну наявність. Проте ліки та теплий одяг були менш доступними, причому найпомітніші проблеми з їх наявністю спостерігалися поблизу лінії фронту, особливо в Запорізькій області, де 45% покупців повідомили про їхню недоступність.
- Покупці на Півдні, зокрема в Херсонській та Запорізькій областях, повідомили про труднощі з доступом до фінансових послуг, переважно через недоступність працюючих банків, брак банкоматів або тривалі перерви в наданні послуг.

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ

Основні зміни в кошику CIMP за місяць

Медіанна вартість повного кошика CIMP

1098 грн	▲ +2,7%
28,50 дол. США	▼ -0,2%
25,93 євро	▼ -1,3%

Продукти харчування	Засоби гігієни
▲ +3,9%	▲ +1,5%

Медіанна вартість кошика CIMP за регіонами

Захід	1057 грн	+0,2% ▲
Схід*	1040 грн	-4,5% ▼
Північ	1213 грн	+2,0% ▲
Київ	1139 грн	+8,1% ▲
Центр	1092 грн	+8,1% ▲
Південь	1076 грн	-0,1% ▼

* До Сходу віднесено Харківську, Луганську та Донецьку області.

Курси валют**

37,84	38,53	42,35
дол. США/грн	дол. США/грн	євро/грн
офіційний	паралельний ринок	паралельний ринок
▲ +2,3%	▲ +2,9%	▲ +4,1%

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

12	Партнерів-учасників
24	Досліджені області
122	Досліджені громади
1199	Інтерв'ю з ключовими інформантами (КИ)
472	Опитані підприємства роздрібної торгівлі
727	Опитаних покупців
20	Товарів досліджено

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).

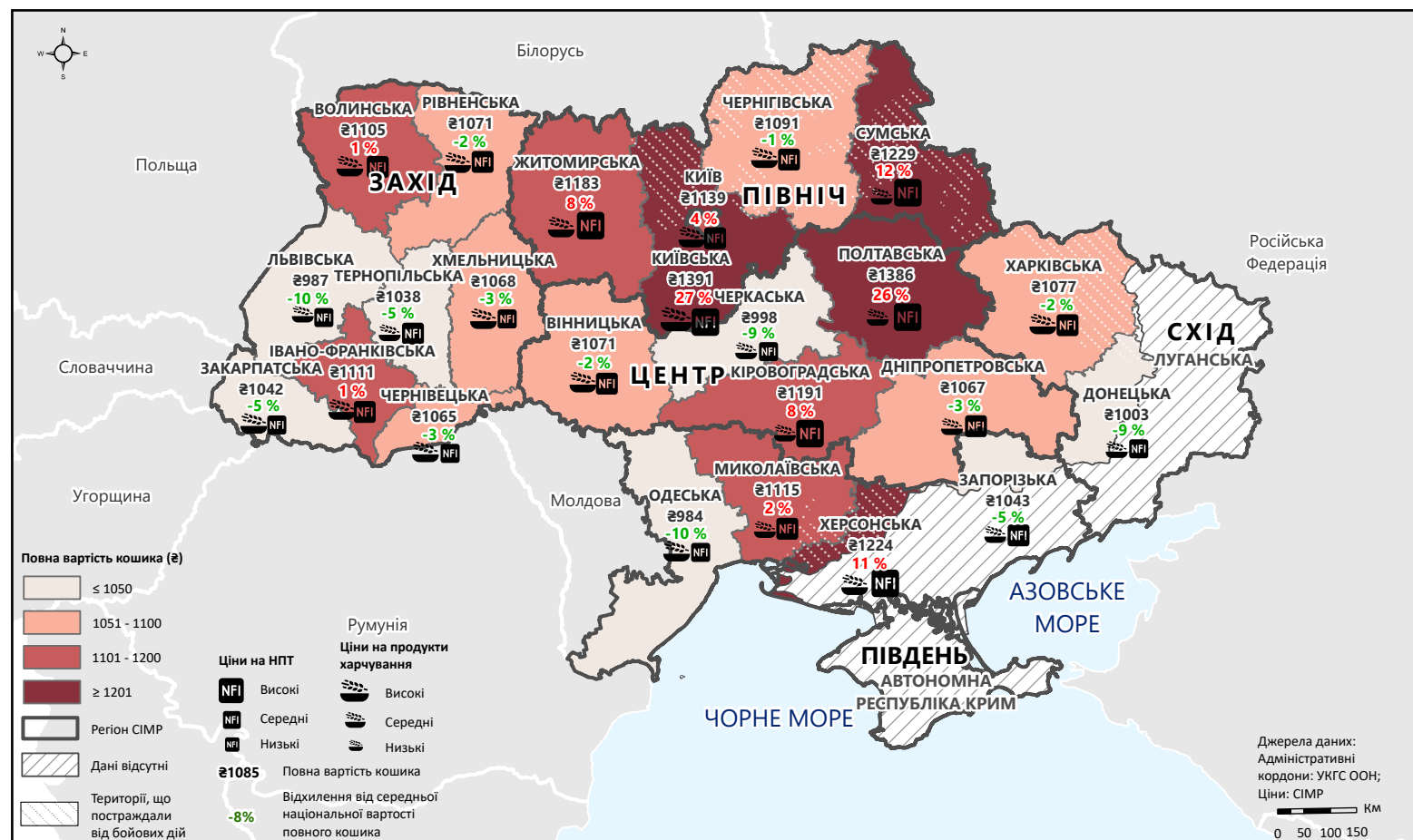
Продукти харчування

Хліб	500 г
Крупа гречана	1 кг
Калуста	1 кг
Морква	1 кг
Курятина (стегна)	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

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 продуктового та непродовольчого кошиків у січні 2024 року, за областями, грн



Основні тренди кошика СІМР

- У січні 2024 року розрахунки на національному рівні показали, що вартість кошика СІМР збільшилася на 3% порівняно з груднем 2023 року та на 1% порівняно із січнем 2023 року та становила 1098 грн.
- Найдорожчий кошик СІМР було розраховано на основі цін, про які повідомлялося на Півночі (1213 грн) та в Києві (1139 грн), тоді як найнижчі ціни в кошику СІМР були зафіксовані на Сході (1040 грн).
- На обласному рівні найвища вартість кошика СІМР була зафіксована в Київській (1391 грн), Полтавській (1386 грн), Сумській (1229 грн) та Херсонській (1224 грн) областях.
- Про зростання цін на всі товари, включені до кошика СІМР, порівняно з попереднім місяцем, повідомили 50% підприємств роздрібною торгівлі в Тернопільській, 33% в Івано-Франківській, 29% у Сумській, 18% у Харківській та Полтавській областях.

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

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року
Хліб	500 г	20	▼8%	18	▲3%	17	0%	23	▲16%	24	▲20%	20	▼1%	20	▼1%
Крупа гречана	1 кг	29	0%	29	▲2%	31	▼14%	34	▼1%	30	▲1%	31	▲8%	30	▲3%
Капуста	1 кг	15	▲23%	14	▲33%	15	▲12%	16	▲58%	15	▲29%	15	▲26%	15	▲25%
Морква	1 кг	16	▲18%	16	▲29%	19	▲10%	17	▲57%	17	▲42%	15	▲30%	16	▲35%
Курятина (стегна, свіжі)	1 кг	105	▼4%	113	▲4%	107	▼1%	110	▼6%	127	0%	107	▲14%	109	▼1%
Каші для першого прикорму	200 г	101	▲6%	71	▲22%	78	▲28%	100	▼2%	99	▲6%	84	▲25%	91	▲14%
Яйця (курячі)	10 шт	52	▼11%	53	▼5%	52	▼7%	54	▼6%	56	0%	49	▼11%	53	▼7%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	34	▲3%	35	▲10%	37	▲10%	35	▲1%	35	▲3%	35	▼5%	35	▲4%
Олія (соняшникова, рафінована)	900 мл	44	▼8%	48	▲3%	49	▼9%	50	▼5%	51	▲5%	47	▼12%	48	▼5%
Цибуля	900 мл	17	▲8%	16	▲8%	17	▲2%	17	▲18%	18	▲10%	18	▲10%	17	▲10%
Картопля	1 кг	22	▲42%	21	▲42%	23	▲25%	20	▲49%	23	▲36%	21	▲35%	22	▲38%
Рис (круглий)	1 кг	53	▲2%	57	▲11%	54	▲2%	52	▼5%	60	▲14%	49	▲1%	53	▲2%
Вода питна	1 кг	16	▼5%	15	▲1%	14	▼14%	15	▼10%	15	▲4%	14	▼7%	15	▼5%
Пшеничне борошно (біле)	1 кг	19	0%	18	▲12%	18	▼11%	20	▲7%	19	▲4%	18	▼8%	18	▼3%
Загалом		544	▲1%	525	▲9%	530	▲2%	565	▲1%	590	▲7%	522	▲6%	543	▲4%

Таблиця 2: Медіана ціни на непродовольчі товари в січні 2024 року, за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Медіанна ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	14	▲2%	12	0%	16	▲1%	12	▲2%	13	▲4%	13	▲7%	13	▲6%
Підгузки (дитячі, розмір 3)	1 упаковка (40-60 шт)	339	▼2%	400	▲7%	386	▼4%	481	▲4%	399	▲12%	348	▼16%	393	▲1%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	45	▲7%	45	▲2%	43	▲13%	39	0%	39	▲9%	40	▼3%	42	▲3%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	18	▼4%	20	0%	22	▲4%	23	▲15%	24	▲2%	21	▲8%	21	▲5%
Зубна паста	1 тубик (75 мл)	44	▲6%	36	▲12%	32	▼6%	47	▲5%	29	▼13%	52	▼13%	40	▲7%
Пральний порошок (автомат)	1 пачка (500 г)	53	▲4%	54	▲19%	48	▲7%	46	▼13%	45	▲12%	44	▼13%	47	▼2%
Загалом		513	0%	567	▲8%	547	▼2%	648	▲3%	549	▲9%	519	▼13%	555	▲2%

Таблиця 3: Медіанна вартість повного кошика CIMP у січні 2024 року, за областями, грн

Місце знаходження	Кошик CIMP, грн	Зміна з грудня 2023 року
Центр		
Вінницька	1071	▼1%
Дніпропетровська	1067	▲9%
Кіровоградська	1191	▲3%
Полтавська	1386	▲19%
Черкаська	998	▼3%
Схід		
Харківська	1077	▼2%
Донецька	1003	▼7%
Луганська	н/д	н/д
Київ		
м.Київ	1139	▲8%
Північ		
Житомирська	1183	▲1%
Київська	1391	▼5%
Сумська	1229	▲12%
Чернігівська	1091	▼2%
Південь		
Запорізька	1043	▲11%
Миколаївська	1115	▼1%
Одеська	984	▼6%
Херсонська	1224	▲2%
Автономна Республіка Крим	н/д	н/д
Захід		
Волинська	1105	▼5%
Закарпатська	1042	0%
Івано-Франківська	1111	▼16%
Львівська	987	▼5%
Рівненська	1071	▲7%
Тернопільська	1038	▲2%
Хмельницька	1068	▼6%
Чернівецька	1065	▼2%
Загалом	1098	▲3%

ЦІНИ

Вартість продуктового кошика зросла у всіх регіонах. Загалом по країні вона становила 543 грн, що на 4% більше, ніж у грудні.

Зростання цін на продукти харчування відбулося переважно через підвищення цін на всі види овочів, що входять до складу продуктового кошика, включаючи картоплю (на 38%), моркву (на 35%), капусту (25%) та цибулю (на 10%). Таке подорожчання може бути пов'язано зі зменшенням пропозиції високоякісних овочів¹. Крім того, ціни на каші для першого прикорму для немовлят були доступні за ціною, на 14% вищою, ніж у минулому місяці.

З іншого боку, ціни на яйця знизилися на 7% у зв'язку з нарощуванням виробництва та переорієнтацією на внутрішній ринок².

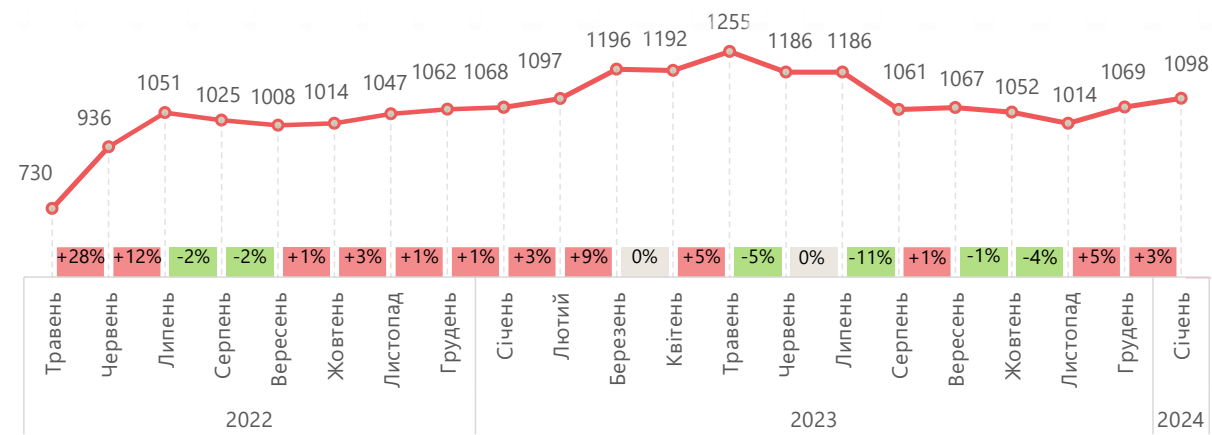
Як і попереднього місяця, найдорожчий продуктовий кошик було розраховано на основі цін, про які повідомляли підприємства роздрібної торгівлі в Києві (590 грн) та на Півночі (565 грн), у той час як найдешевший було зафіксовано на Сході (522 грн).

Вартість непродовольчого (гігієнічного) кошика становила 555 грн загалом по країні, що на 2% більше, ніж у грудні. Найдорожчий кошик НПТ (648 грн) було зафіксовано на Півночі, а найдешевший (513 грн) - на Заході.

Карта 3: Медіанна вартість продуктових кошиків у січні 2024 року, за областями, грн



Рисунок 1: Щомісячна динаміка вартості кошика CIMP, грн



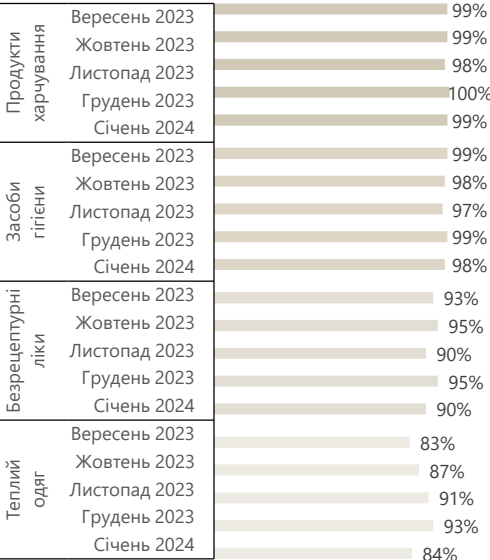
НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продукти харчування та засоби гігієни

У січні продукти харчування та засоби гігієни були в широкому доступі по всій країні: 99% та 98% опитаних покупців, відповідно, повідомили про їхню повну наявність.

На певні проблеми з наявністю вказала лише незначна кількість опитаних покупців на Сході та Півдні, переважно на територіях поблизу лінії фронту. Зокрема, про дефіцит продуктів харчування повідомила невелика кількість респондентів у Запорізькій, Херсонській, Харківській та Дніпропетровській областях. Про неповну наявність засобів гігієни повідомили покупці в Запорізькій, Миколаївській, Херсонській та Харківській областях.

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



Ліки

Ситуація з доступністю безрецептурних ліків дещо погіршилася порівняно з попереднім місяцем. У грудні 95% опитаних покупців повідомили про повну наявність ліків, тоді як у січні цей показник зменшився до 90%.

Хоча про певні проблеми з доступністю повідомлялося в усіх регіонах, крім Києва та Півночі, **найбільш тривожною ситуація була на Півдні, де 23% опитаних покупців зазначили про неповну наявність* ліків.**

Найбільш загрозливою виявилася ситуація в Запорізькій області, де 45% опитаних покупців повідомили, що ліки були повністю відсутні. Крім того, у Миколаївській та Херсонській областях було зафіксовано найбільшу частку покупців, які мали можливість придбати ліки тільки на замовлення - 16% та 12% відповідно. Більше того, 7% покупців, які були опитані в кожній із цих двох областей, повідомили про обмежену наявність ліків.

Теплий одяг

Дані опитування покупців свідчать, що найвагоміші проблеми з наявністю теплового одягу в розпал холодної пори року виникали поблизу лінії фронту.

Зокрема, 22% покупців Півдні та 17% на Сході повідомили про неповну наявність* теплового одягу. Особливо складною була ситуація в Запорізькій області, де 45% покупців повідомили про відсутність теплового одягу.

* Цей варіант включає відповіді «немає в наявності», «обмежена наявність» та «наявність на замовлення».

Рисунок 3: % покупців, які повідомили про наявність ліків, за регіонами*

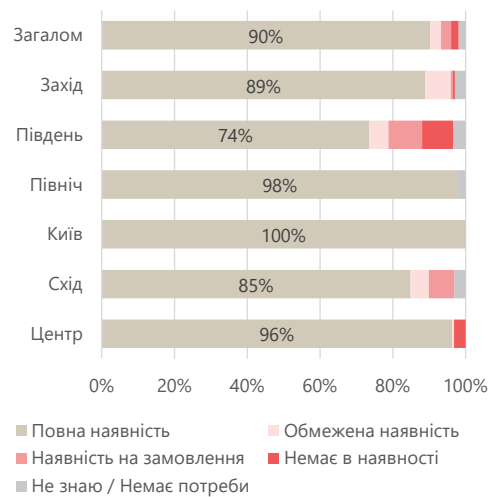


Рисунок 4: % покупців, які повідомили про наявність теплового одягу, за регіонами*

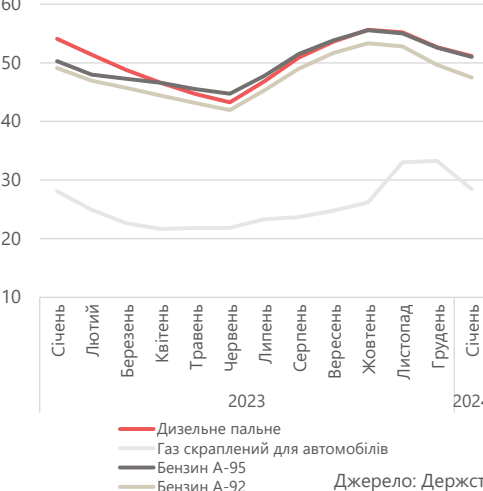


ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Частка покупців, які повідомили про повну доступність енергетичних ресурсів дещо знизилася: із 78% у грудні до 70% у січні для автомобільного пального та з 90% до 87% для палива для опалення. Однак ця зміна відбулася насамперед за рахунок збільшення частки відповідей «не знаю/немає потреби».

За даними Державної служби статистики України (Держстат), у січні ціни на пальне на споживчому ринку продовжували поступово знижуватися, причому найсуттєвіше - на 15%³ - знизилася ціна на скраплений газ для автомобілів. Варто зазначити, що **середні споживчі ціни на автомобільне пальне були майже на рівні січня попереднього року. Така тенденція була зумовлена насамперед зниженням світових цін на нафту та диверсифікацією маршрутів постачання пального⁴.**

Рисунок 5: середня споживча ціна на автомобільне пальне, загалом по країні, грн за літр



Джерело: Держстат

ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

У січні 23% покупців загалом по країні зазначили, що повномасштабна війна вплинула на їхню можливість фізичного доступу до магазинів або ринків. Серед опитаних підприємств роздрібною торгівлі ця цифра була дещо нижчою й становила 21%. Тим не менше, обидва показники були дещо вище за ті, що були отримані в грудні (17% як для покупців, так і для ритейлерів). Про труднощі з доступом до магазинів найчастіше повідомляли в східних та південних територіях поблизу лінії фронту, де покупці стикалися з різними безпековими факторами.

Зокрема, у цих регіонах опитані покупці вказували на активні бойові дії або обстріли

(10% на Сході), обмеження на пересування, пов'язані з воєнним станом (15% на Сході та 11% на Півдні), 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 (22% на Сході та 9% на Півдні). В основному це були жителі Донецької, Харківської, Херсонської та Миколаївської областей.

Крім того, покупці в Херсонській області повідомили про **пошкодження будівель або інфраструктури в їхніх магазинах або на ринках (26%), а також про пошкодження або загороження на дорогах до них.**

Більше того, 11% опитаних підприємств роздрібною торгівлі на Півдні та 10% на Сході зазначили про **тимчасові перебої в роботі магазинів через відключення**

Фінансові фактори

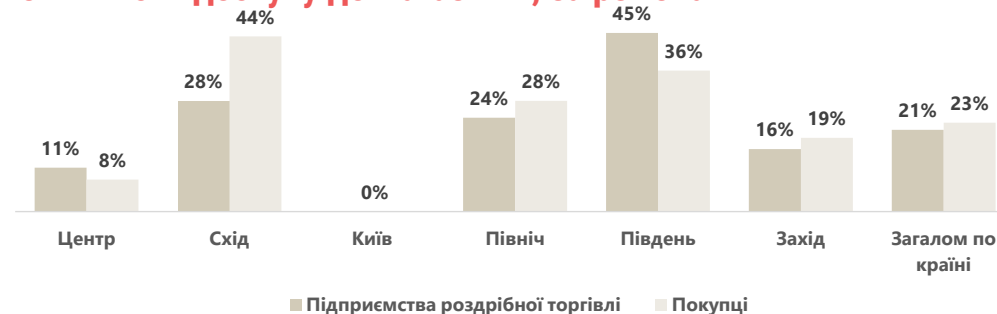
Результати опитування CIMP і далі підкреслюють, що фінансові труднощі постійно впливають на доступ покупців до магазинів та ринків по всій країні: у січні про це повідомили 71% респондентів (рисунок 6).

Зростання цін було названо основною причиною фінансових труднощів для 59% опитаних покупців (див. рисунок 8), причому найвища їхня частка була в Києві (82%) та на Півночі (60%).

Більше того, 31% опитаних покупців на Півночі та 25% на Півдні повідомили, що не можуть дозволити собі товари, наявні в магазинах.

Високі ціни на автомобільне паливо були ще однією перешкодою, яка впливала на доступ покупців до магазинів, а частка повідомлень про це коливалася від 11% на Півдні до 20% у Центрі.

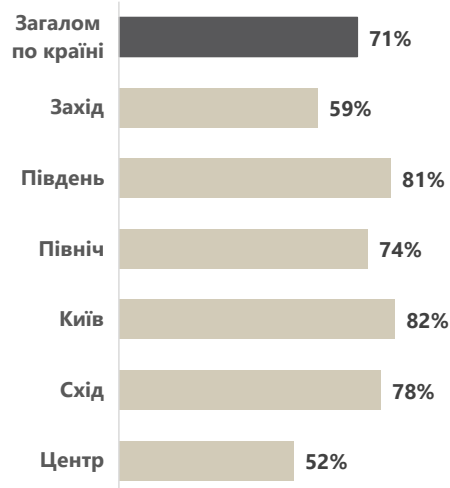
Рисунок 7: % покупців та підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про негативний вплив повномасштабної війни на можливість доступу до магазинів, за регіонами



електроенергії. Здебільшого це були підприємства роздрібною торгівлі, розташовані в Харківській, Херсонській, Миколаївській та Запорізькій областях.

Варто зазначити, що повітряні тривоги також тимчасово обмежували доступ покупців до магазинів. Найчастіше про це повідомляли на Півночі (22%), а найбільше таких респондентів було в Чернігівській області (73%).

Рисунок 6: % покупців, які повідомили про негативний вплив фінансових факторів на їхній доступ до магазинів або ринків, за регіонами



Висока вартість проїзду в громадському транспорті була також перешкодою, особливо на Півночі (про це повідомили 17% респондентів), а також на Заході (16%). За даними Держстату, середня вартість квитка для проїзду в громадському транспорті була найвищою у Львівській (15,74 грн), Чернігівській (12 грн) та Чернівецькій (11,83 грн) областях⁵.

Важливо відмітити, що **опитані покупці на Півдні стикалися з проблемами при розрахунках, оскільки 9% з них зазначили, що не мали достатньо готівки, а продавці неохоче приймали інші способи оплати.** Ця проблема була особливо виражена в Миколаївській (18%) та Херсонській (10%) областях.

Як наслідок, **проблема цінової доступності залишається критично важливою по всій країні, особливо на Півдні, Сході, Півночі та в Києві, де це є перешкодою в доступі до товарів у магазинах та на ринках.**

Рисунок 8: Основні фінансові перешкоди* при доступі до товарів у магазинах, про які повідомляли покупці, загалом по країні



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

ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ РИНКУ

Поточні труднощі

Результати опитування СІМР виявили значне зростання частки опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомляли про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом (із 17% у грудні до 27% у січні). Найбільше зростання зафіксовано на Сході, Півдні та Півночі.

Як і в попередніх місяцях, головною проблемою, про яку повідомили підприємства роздрібно́ї торгівлі, були високі ціни від постачальників (17%), що суттєво вплинуло на роботу підприємств по всій країні, особливо на Заході (27%), Півдні (25%) та Півночі (24%).

Проблеми з повним укомплектуванням магазинів персоналом посідали друге місце в списку труднощів, з якими стикалися підприємства, і про які найчастіше повідомляли на Сході (18%). Ймовірно, кадрове питання загостриться ще більше, ураховуючи очікувану обмежену пропозицію на ринку праці у 2024 році через мобілізацію та повільне повернення мігрантів з-за кордону⁶.



Варто зазначити, що підприємства роздрібно́ї торгівлі в регіонах поблизу лінії фронту стикалися із численними додатковими труднощами, включаючи фізичні загрози, зберігання товарів під час відключення електропостачання та доступ до коштів чи готівки для розрахунку з постачальниками.

За оцінкою опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі в січні, найнижчий відсоток працюючих ритейлерів (у діапазоні від 25% до 50%) від тих, що зазвичай працювали, був на Півдні та Сході, зокрема в Херсонській та Одеській областях. За отриманими даними, орієнтовна частка загалом по країні варіювалася від 50% до 75%.

Більше того, підприємства в Херсонській області частіше повідомляли, що магазини зазнали значних (17%) або помірних (61%) структурних пошкоджень внаслідок війни.

Виклики на найближчі місяці

Результати опитування виявили, що **53% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі очікували на нові труднощі в короткостроковій перспективі через повномасштабну війну.**

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

- 42% Зростання цін
- 36% Зниження купівельної спроможності покупців

Найтривожніша ситуація була виявлена на Півночі, де 83% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі повідомили, що очікують на зростання цін, а 63% - на зниження купівельної спроможності покупців.

Таблиця 4: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що стикалися з новими труднощами з початку повномасштабної війни, за типами труднощів та регіонами

	Центр	Схід	Київ	Північ	Південь	Захід	Загалом
Наявність основних товарів		3%	0%	0%	3%		1%
Зростання цін від постачальників	8%	17%	2%	24%	25%	27%	17%
Платоспроможність для розрахунку з постачальниками		4%			11%	4%	3%
Повна укомплектованість штату	5%	18%		6%	3%	6%	6%
Обмеження на пересування	2%	13%		2%	7%	1%	4%
Фізична небезпека в даному районі	3%	4%			5%		2%
Зберігання товарів під час відсутності електроенергії	3%	6%		3%	12%	3%	5%
Достатні запаси		5%			1%	2%	1%

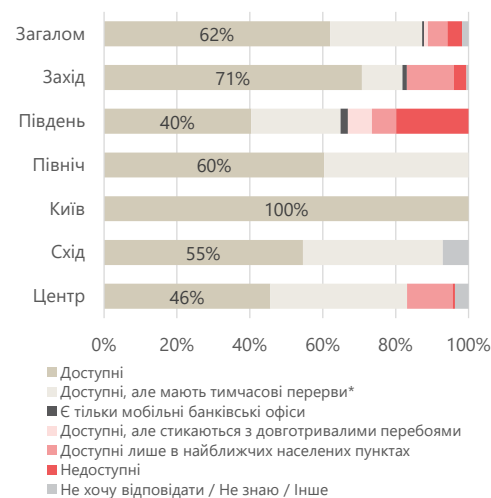
ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Банки

У січні 62% опитаних покупців повідомили про повну доступність банківських відділень, що надають повний спектр банківських послуг, що дещо нижче, ніж 66% у грудні. За повідомленнями, повітряні атаки скорочували часи роботи банківських відділень по всій країні, при цьому найбільша частка респондентів, яка про це повідомляла, була зафіксована на Півночі (40%), в Центрі (38%) та на Сході (38%).

Як і в попередні місяці, найбільші труднощі з доступом до повного спектру банківських послуг мали респонденти на Півдні, де 20% опитаних покупців вказали на відсутність працюючих банків в їхніх або сусідніх населених пунктах. Найбільше такі проблеми були виражені в Запорізькій (48% респондентів) та Херсонській (36%) областях.

Рисунок 9: % покупців, які повідомили про наявність працюючих банків, за регіонами



Крім того, 24% покупців у Херсонській області повідомили про тривалу перерву в наданні таких послуг як обмін валют, видача позик та прийом депозитів, а 17% покупців у Запорізькій області зазначили, що відділення банків доступні тільки в сусідніх населених пунктах.

Банкомати

Частка покупців, які повідомили про повну доступність працюючих банкоматів дещо знизилася з 90% у грудні до 87% у січні.

Суттєві проблеми доступності все ще спостерігалися на Півдні, де 28% опитаних покупців у січні повідомили про відсутність банкоматів в їхніх населених пунктах. Найвищі показники були зафіксовані в Запорізькій (66%) та Херсонській (43%) областях. Крім того, 33% покупців у Херсонській області повідомили про тривалу перерву в наданні таких послуг як зняття готівки.

Рисунок 10: % покупців, які повідомили про наявність працюючих банкоматів, за регіонами



Рисунок 11: % покупців, які повідомили про наявність працюючих відділень «Укрпошти», за регіонами



Укрпошта**

У січні 70% опитаних покупців повідомили, що відділення «Укрпошти» працювали щодня й надавали всі звичайні фінансові послуги, що майже на рівні показника попереднього місяця (68%).

Як і в попередніх місяцях, результати опитування не виявили суттєвих обмежень у доступі до відділень «Укрпошти». Єдиною незручністю, про яку повідомлялося, було призупинення роботи відділень «Укрпошти» під час повітряних тривог, що переважно вплинуло на покупців у Центрі (38%) та на Півночі (36%), а також нерегулярна робота відділень, наприклад кілька днів на тиждень або місяць.

Крім того, 40% опитаних покупців у Херсонській області вказали на наявність лише пересувних поштових відділень в їхніх населених пунктах.

Способи оплати

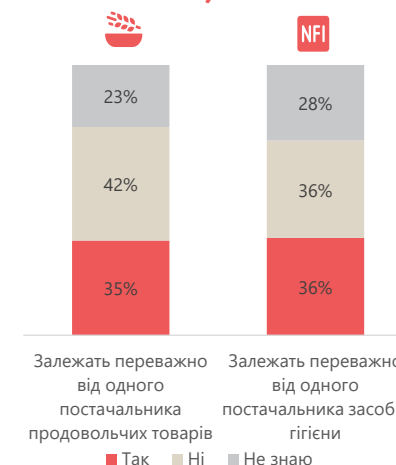
У січні основними способами оплати, які приймали опитані підприємства роздрібною торгівлі, були готівка (100%), кредитні картки (93%), дебетові картки (66%), мобільні додатки (63%) та ваучери від ООН та неурядових організацій (4%).

ПОСТАЧАННЯ

Опитування стабільно виявляє тривожну тенденцію: значна кількість ритейлерів залежить від єдиного постачальника продуктів або непродовольчих товарів. Це створює суттєві ризики щодо забезпечення необхідного рівня запасів.

Проблема є найбільш вираженою на Півночі: результати опитування в січні свідчать, що 59% роздрібних продавців у цьому регіоні покладаються на єдиного постачальника продуктів харчування та 57% мають єдиного постачальника засобів гігієни. Це підкреслює підвищену нестабільність ланцюгів постачання на Півночі.

Рисунок 12: % ритейлерів, які повідомили, що вони залежать в основному від єдиного постачальника, загалом по країні



МАКРОЕКОНОМІКА

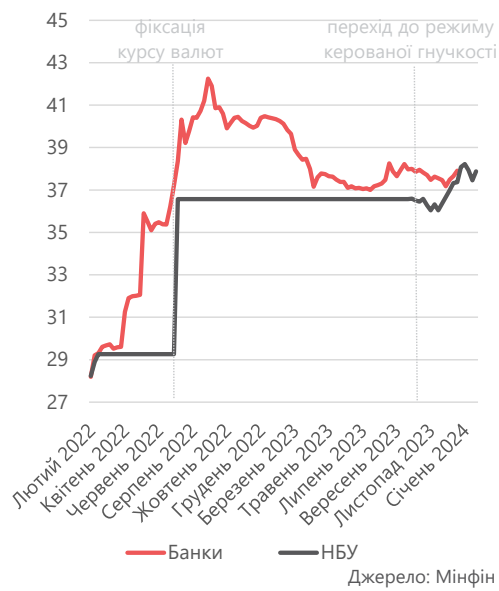
За даними Держстату, у січні 2024 року інфляція в річному вимірі сповільнилася до 4,7%⁷, що є найнижчим показником з листопада 2020 року⁸. У місячному вимірі в січні 2024 року споживчі ціни зросли на 0,4%. Продукти харчування та безалкогольні напої стали дорожчими на 1,1%⁹.

Темпи зниження інфляції були вищими, ніж прогнозувалося Національним Банком України (НБУ). Така динаміка зумовлена збільшенням пропозиції окремих продуктів харчування, вторинними ефектами від значних врожаїв, зниженням світових цін на нафту та подальшою дією мораторію на підвищення тарифів на послуги ЖКГ. Водночас сприятливі ефекти тимчасових чинників зниження інфляційного тиску поступово вичерпуються, а ризики посилення інфляційного тиску зберігаються, передусім через вплив війни.¹⁰

Індекс очікувань ділової активності НБУ знизився до 41 у січні порівняно із 45,7 у грудні¹¹ (залишаючись нижче нейтрального рівня в 50 пунктів)*. Це означає, що серед опитаних підприємств переважають негативні очікування. За даними НБУ, причинами були посилення інтенсивності бойових дій, невизначеність щодо строків та обсягів надання зовнішньої фінансової допомоги, блокада західних кордонів, зростання виробничих витрат на посилення кіберзахисту та брак кваліфікованих кадрів¹¹.

За даними Держстату¹², від’ємне сальдо зовнішньої торгівлі товарами України у 2023 році зросло у 2,5 раза порівняно з 2022 роком (до 27,38 млрд дол. США з 11,16 млрд дол. США). Експорт товарів з України у 2023 році скоротився на 18% порівняно з 2022 роком до 36,19 млрд дол. США, тоді як імпорт зріс на 14,9% до 63,56 млрд дол. США.

Рисунок 14: Середньоринковий обмінний курс долара США



Таблиця 5: Топ-10 областей із найвищою середньомісячною вартістю оренди 1-кімнатної квартири в січні 2024 року, грн

Область	Середня вартість оренди, грн	Зміна з грудня 2023 року	Зміна із січня 2023 року
Закарпатська	12054	▼5%	▼8%
Львівська	11910	▲1%	▲8%
Рівненська	9744	▲35%	▲73%
м.Київ	8989	▲3%	▲21%
Чернівецька	8018	▲9%	▲13%
Хмельницька	7750	▲1%	▲8%
Черкаська	7512	▲2%	▲21%
Волинська	7473	▲25%	▲36%
Івано-Франківська	7157	▲17%	▲49%
Вінницька	6334	▲3%	▲22%
Україна	6818	▲3%	▲14%

Джерело: Держстат

Рисунок 13: Темпи інфляції, % до попереднього місяця

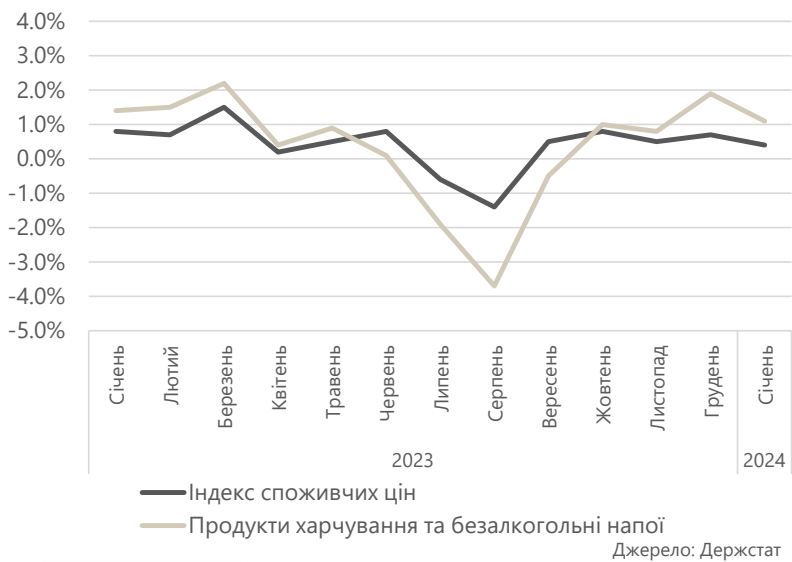
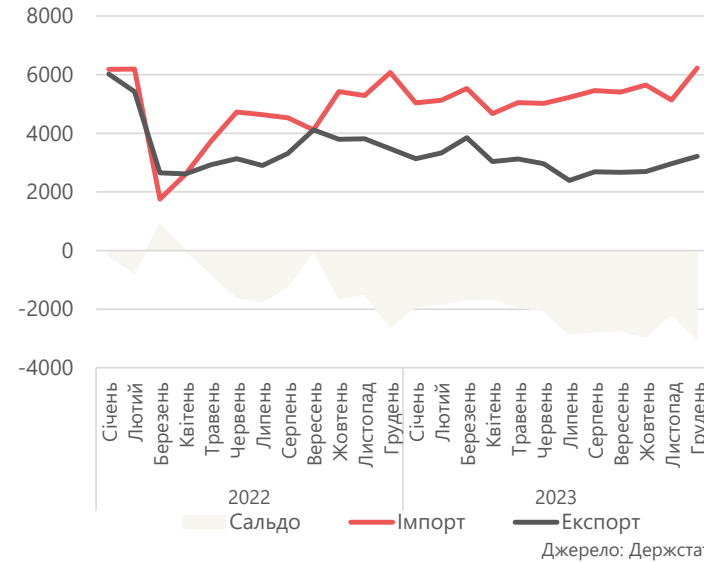


Рисунок 15: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, млн.дол. США



Таблиця 6: Зростання цін на окремі лікарські засоби, загалом по країні

Товари - представники	Середня споживча ціна, грн	Зміна з грудня 2023 року	Зміна із січня 2023 року
Антибіотики вітчизняні	53,75	▲2%	▲22%
Антибіотики імпорتنі	195,61	0%	▲4%
Жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні	20,95	▲3%	▲25%
Жарознижувальні та знеболювальні препарати імпорتنі	27,64	▲3%	▲9%
Судинорозширювальні засоби вітчизняні	15,47	▲2%	▲13%
Судинорозширювальні засоби імпорتنі	70,81	▲1%	▲6%

Джерело: Держстат

9 * Зміна очікувань бізнесу є важливим суб'єктивним показником стану економіки, що свідчить про поступове відновлення активності чи, навпаки, погіршення ситуації.

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 — KoVo, 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 глибинний 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

Сторінка 4

¹ Національний Банк України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у січні 2024 року», 12 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

² Національний Банк України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у січні 2024 року», 12 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

Сторінка 5

³ Державна служба статистики України «Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2024 році», 14 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

⁴ Національний Банк України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у січні 2024 року», 12 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

Сторінка 6

⁵ Державна служба статистики України «Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2024 році», 14 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

Сторінка 7

⁶ Національний Банк України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у січні 2024 року», 12 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

Сторінка 9

⁷ Державна служба статистики України «Індекси цін», 9 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

⁸ Trading Economics «Інфляція в Україні сповільнилась у січні», 9 лютого 2024 р., доступно [тут \(англійською\)](#)

⁹ Державна служба статистики України «Індекси цін», 9 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

¹⁰ Національний Банк України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у січні 2024 року», 12 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

¹¹ Національний Банк України «Щомісячні опитування підприємств України, січень 2024 року», 1 лютого 2024 р., доступно [тут](#)

¹² Державна служба статистики України «Зовнішня торгівля України товарами за 2023 рік», 14 лютого 2024 р., 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 Міжкластерної 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-учасники



Донори

