

Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

Вересень 2023 року

Україна

КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Доступ до необхідних для зими речей, таких як теплий одяг та паливо для опалення, становив найбільшу проблему для респондентів у Запорізькій області, де 33% та 38% опитаних покупців, відповідно, повідомили, що вони або зовсім не доступні, або доступні в обмеженій кількості. Більше того, у цій області частіше повідомлялося про проблеми з доступом до продуктів харчування, засобів гігієни та ліків.
- Ціни на всі види автомобільного палива продовжили тенденцію до зростання (збільшення протягом місяця склало 5%), що обмежило доступ до ринку для 18% ключових інформантів (КІ) із числа покупців.
- Цінова доступність залишається ключовою проблемою, оскільки 54% покупців повідомили, що підвищення цін є для них основною фінансовою перешкодою в доступі до товарів. Найбільш тривожна ситуація склалася в Сумській області та м.Києві, де 100% та 80% респондентів, відповідно, вказали на труднощі, пов'язані зі зростанням цін. Окрім того, у Чернігівській та Запорізькій областях 77% і 71% опитаних покупців, відповідно, вказали на підвищення цін, та 40% і 48% повідомили, що не можуть собі дозволити придбати товари.
- Підприємства роздрібної торгівлі на Півночі були найбільш занепокоєні зростанням цін (92%) та зниженням купівельної спроможності покупців (77%) у найближчі місяці. Ця стурбованість була особливо помітною в Чернігівській області (100%).
- Безпекові чинники обмежували діяльність підприємств роздрібної торгівлі на Півдні, особливо на територіях поблизу лінії фронту, таких як Херсонська та Запорізька області. Покупці на Півдні та Сході, зокрема в Запорізькій, Херсонській та Харківській областях, частіше повідомляли про фізичні перешкоди в доступі до магазинів, такі як активні бойові дії та обстріли, обмеження пересування та відчуття небезпеки в магазинах або дорогою до них.
- Опитані споживачі на Півдні стикалися з труднощами в доступі до фінансових послуг переважно через брак працюючих банків (про це повідомили 42% опитаних покупців) та банкоматів у їхніх громадах (28%).

КОНТЕКСТ І ОБҐРУНТУВАННЯ

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, моніторинг ринку є надзвичайно важливим для забезпечення ефективної і сталої гуманітарної допомоги та недопущення її негативного впливу на місцеві магазини і ринки. Через тривалу повномасштабну війну в Україні, дані про стан ринку є обмеженими та неповними, особливо на територіях, що постраждали внаслідок бойових дій. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку (СІМР) є заповнити цей брак інформації шляхом надання необхідних оперативних даних про цінові тенденції та показники функціонування ринку.

ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою СІМР є:

- Щомісячне відстеження цін та наявності основних товарів на ринках України.
- Оцінка впливу поточної гуманітарної кризи на системи ринків України.
- Допомога гуманітарним організаціям у кращому розумінні ситуації на ринку в Україні.

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) із числа підприємств роздрібної торгівлі та покупців, що відображає щомісячні зміни на місцевих ринках**

1067 ГРН

Вартість кошика СІМР

28,03 USD (▼ 1%) 26,09 EUR (▲ 1%)

Медіанні значення вартості повного кошика СІМР у вересні 2023 року, грн

Захід	1141	▲ 3%
Київ	1087	▲ 4%
Північ	1076	▲ 3%
Загалом	1067	▲ 1%
Південь	1067	▼ 1%
Центр	1020	▼ 2%
Схід*	1015	▼ 3%

СІМР у вересні 2023 року:

- 10 партнерів-учасників
- 1208 проведених інтерв'ю
 - 518 опитаних підприємств роздрібної торгівлі
 - 690 опитаних споживачів (42% чоловіків та 58% жінок)
- 23 досліджені області
- 129 досліджені громади

* Схід включає Харківську, Луганську та Донецьку області.

** Огляд методології наведено на сторінці 13.

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продовольчі товари та засоби гігієни

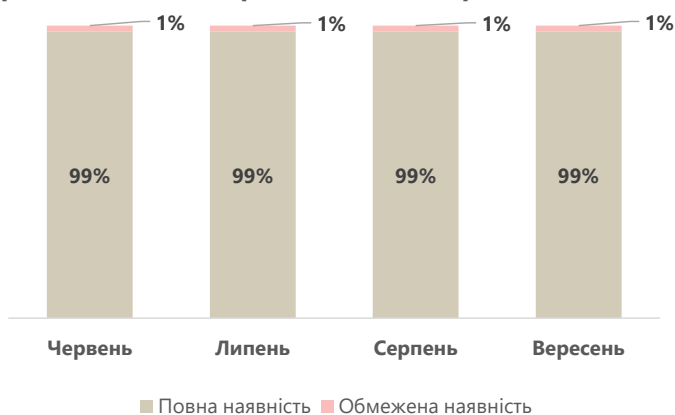
У вересні продовольчі товари та засоби гігієни були в широкому доступі, оскільки лише 1% опитаних покупців у цілому в країні повідомив про їхню обмежену наявність (графіки 1 і 2). На недостатню кількість продуктів та засобів гігієни вказувалося переважно в Запорізькій області, де 14% респондентів указали на дефіцит продовольчих товарів та 24% - засобів гігієни. Аналогічно, 15% опитаних покупців у Волинській області повідомили про дефіцит товарів обох категорій.

Ліки

Ситуація з наявністю безрецептурних ліків майже не змінилася у вересні: як і в серпні, 93% опитаних покупців повідомили про повну наявність ліків (графік 3).

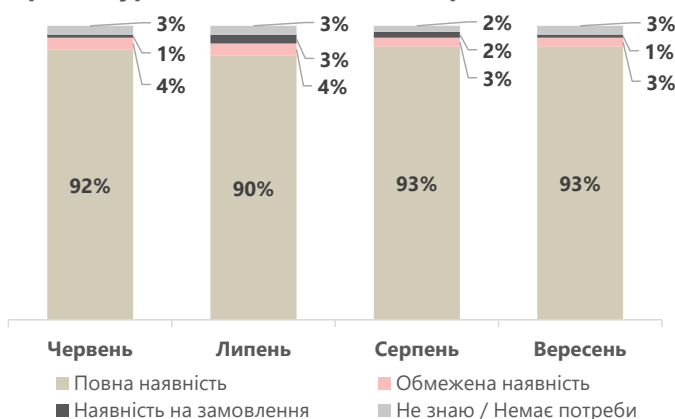
Деякі проблеми з доступністю до ліків було зафіксовано в окремих регіонах. У Запорізькій області 29% опитаних покупців указали на відсутність або обмежену наявність ліків. У Волинській області 25% респондентів повідомили про їхню обмежену доступність. Крім того, у Вінницькій та Рівненській областях 15% респондентів зазначили, що ліки були не в повному доступі.

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



Джерело: СІМР

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



Джерело: СІМР

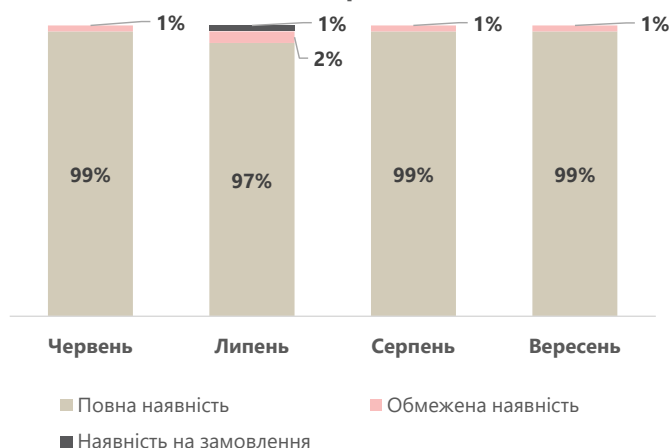
Теплий одяг

Результати опитування вказують на постійні труднощі в доступі до теплового одягу на Сході та Півдні, що є надзвичайно важливим в умовах похолодання. Особливе занепокоєння викликає ситуація на територіях поблизу лінії фронту, таких як Запорізька, Херсонська та Харківська області, де 33%, 21% та 20% опитаних покупців, відповідно, зазначили що теплий одяг був не повністю доступний* для них у вересні.

Більше того, респонденти в західних та центральних областях також згадували про труднощі з доступом до теплового одягу у своїх місцевих магазинах та ринках. Про ці проблеми зокрема повідомляли жителі Дніпропетровської, Вінницької та Волинської областей (по 15% у кожній області).

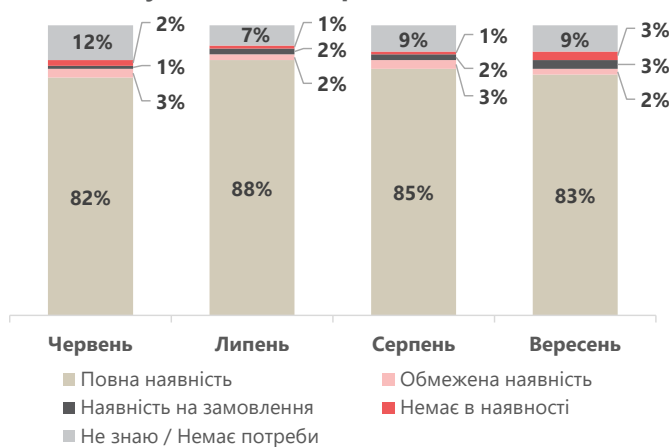
* Примітка: Цей варіант включає відповіді "немає в наявності", "обмежена наявність" та "наявність на замовлення".

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



Джерело: СІМР

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



Джерело: СІМР

ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Наявність

Завдяки достатній пропозиції на ринку, у вересні автомобільне пальне було повністю доступне для більшості (81%) опитаних споживачів по всій країні (як показано на графіку 5). Проте певні проблеми з наявністю пального було зафіксовано у Вінницькій області, де 23% респондентів відзначили його відсутність або обмежену доступність.

Ситуація відносно палива для опалення дещо покращилася порівняно з попереднім місяцем. У серпні 78% опитаних споживачів повідомили про повну наявність палива для опалення, тоді як у вересні ця частка зросла до 82% (графік 6).

Проте незважаючи на загальне покращення, особливе занепокоєння викликає ситуація в Запорізькій області, де 19% опитаних споживачів повідомили про нестачу палива для опалення, та ще 19% - про обмежену доступність до нього. Крім того, невелика частка опитаних споживачів у південному, східному та центральному регіонах (зокрема в Дніпропетровській, Харківській, Херсонській, Миколаївській, Одеській та Вінницькій областях) вказували на проблеми з наявністю палива. Як і попереднього місяця, у Чернігівській області 20% опитаних споживачів могли придбати паливо для опалення тільки на замовлення.

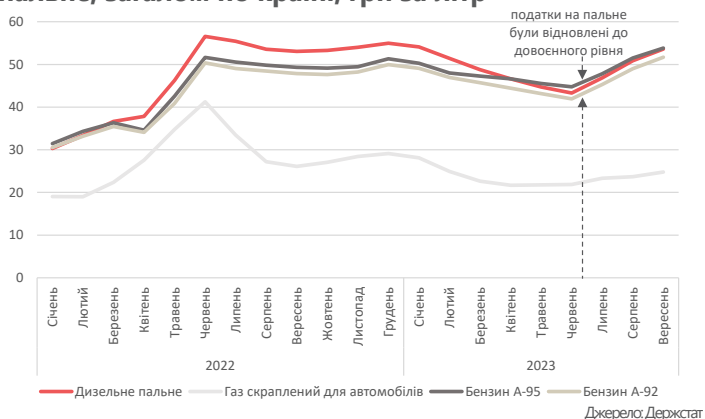
Ринкові ціни

У вересні ціни на пальне перевищили минулорічний рівень. За оцінками Національного Банку України (НБУ) зростання цін на пальне пришвидшилося на фоні підвищення світових цін на нафту¹.

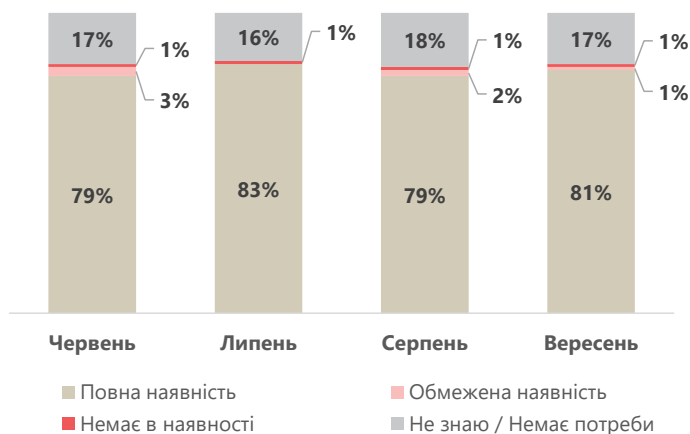
За даними Державної служби статистики України (Держстат)², у вересні, порівняно із серпнем, середні споживчі ціни на всі види пального, такі як бензин А-95, бензин А-92, дизельне пальне та газ скраплений для автомобілів, зросли на 5%.

За даними опитування CIMR, орієнтовна ціна на бензин і дизель, придбані через неофіційні джерела, була нижчою, ніж в офіційних постачальників. Так, респонденти могли придбати бензин та дизель через офіційні джерела за 54 грн та 53 грн за літр, відповідно,

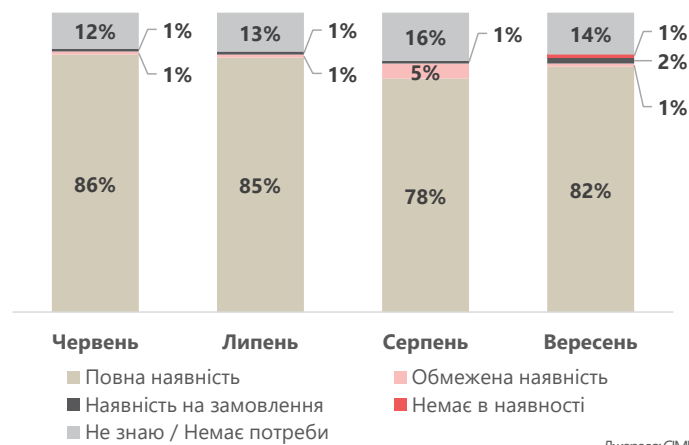
Графік 7: Середня споживча ціна на автомобільне пальне, загалом по країні, грн за літр



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



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

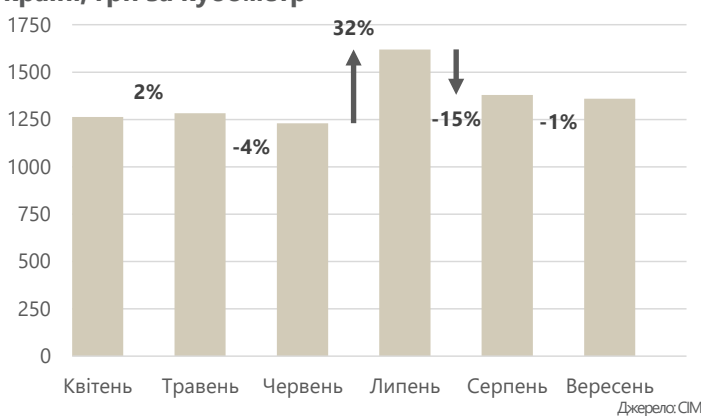


тоді як через неофіційні ціна становила 52 грн за літр для бензину та 51 грн - для дизельного пального.

Ціни на природний газ, який споживачі використовують для опалення своїх будинків та приготування їжі, залишалися незмінними з початку повномасштабної війни, що розпочалася в лютому 2022 року (8 грн за кубометр по всій країні). Четвертий місяць поспіль ціни на електроенергію становили 2,64 грн за кВт/год, що в 1,5 рази більше, ніж на початку року.

У вересні медіанна ціна на дрова знизилася на 1%, порівняно із серпнем, і становила 1360 грн за кубометр (графік 8). Найвищі ціни спостерігалися на Півдні - 2200 грн за кубометр.

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



КОШИК СІМР

Медіанна вартість повного кошика СІМР

Кошик СІМР - це підгрупа споживчого набору репрезентативних товарів (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 питань грошової допомоги в Україні.

Розрахунок на національному рівні повного кошика СІМР у вересні виявив збільшення його вартості на 1% порівняно із серпнем, при цьому він залишався на 6% дорожчим, ніж у вересні 2022 року (див. графік 9).

Найдорожчий кошик СІМР було розраховано на основі цін, про які повідомлялося на Заході (1141 грн), у м.Києві (1087 грн) та на Півночі (1076 грн), тоді як найнижчі ціни в кошику СІМР спостерігалися на Сході (1015 грн).

На обласному рівні, найвища вартість кошика СІМР була зафіксована в Сумській (1217 грн), Львівській (1192 грн) та Херсонській (1183 грн) областях.

Про підвищення цін на всі товари, включені до кошика СІМР, порівняно з попереднім місяцем, повідомили 25% підприємств роздрібної торгівлі в Запорізькій, 18% в Івано-Франківській та 6% у Сумській областях.

ВМІСТ КОШИКА СІМР

Продовольчі товари

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

Непродовольчі товари (НПТ)

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 тубик (75 мл)
Пральний порошок (автомат)	1 пачка (500 г)

Ціни

Вартість продуктового кошика СІМР зменшилася в усіх регіонах, крім Півдня (де вона залишилася на рівні минулого місяця). Загалом по Україні вартість продуктового кошика склала 517 грн, що на 2% менше, ніж у серпні.

Як і попереднього місяця, **зменшення цін на продукти харчування було значною мірою пов'язане зі зниженням цін на овочі, а саме: моркву (на 36%), цибулю (на 36%), капусту (на 15%) та картоплю (на 13%). Збереження значних темпів зменшення цін на овочі було зумовлено хорошими врожайми більшості їх видів завдяки сприятливим погодним умовам і нарощенню обсягів виробництва в окремих регіонах³.**

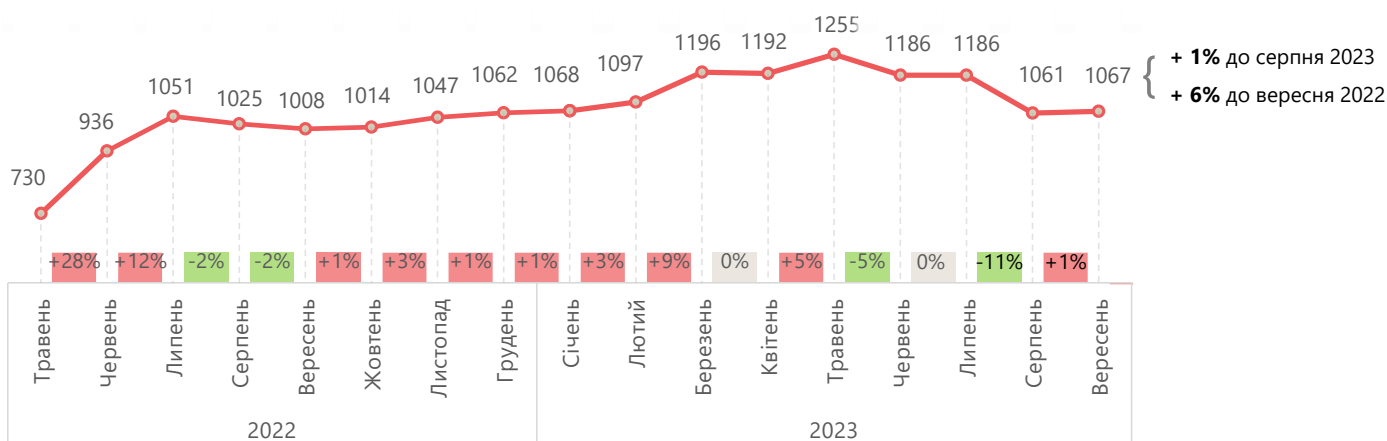
Водночас ціни на яйця продовжували зростати по всій країні (на 14% у вересні, порівняно із серпнем).

Найдорожчий продуктовий кошик було розраховано на основі цін, отриманих у м.Києві (551 грн), а найдешевший - на Сході (478 грн).

Вартість непродовольчого (гігієнічного) кошика у вересні склала 550 грн у цілому в країні, що на 4% більше, ніж у серпні. Зростання вартості кошика НПТ спостерігалось в більшості регіонів, при цьому найбільш відчутним його подорожчання було в м.Києві та на Півночі (по 10%). Разом із тим, у Центрі та на Півдні вартість кошика НПТ дещо знизилася (на 2% та 1% відповідно).

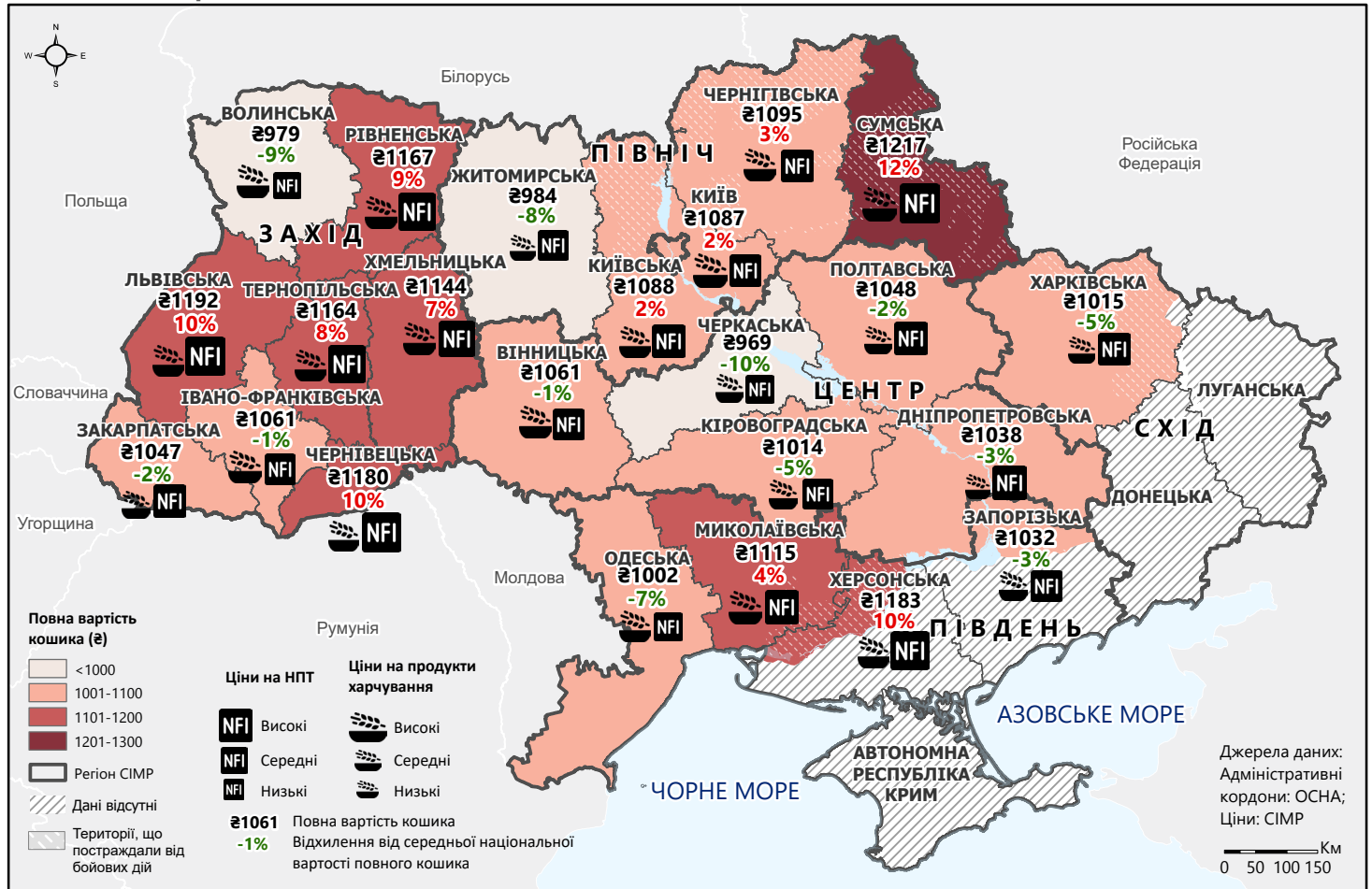
Найдорожчий кошик непродовольчих товарів було зафіксовано на Заході (618 грн), тоді як найдешевший (521 грн) - у Центрі.

Графік 9: Динаміка вартості кошика СІМР, грн



Джерело: СІМР

Карта 1: Медіанні значення цін на продовольчі та непродовольчі товари у вересні 2023 року, за областями, грн

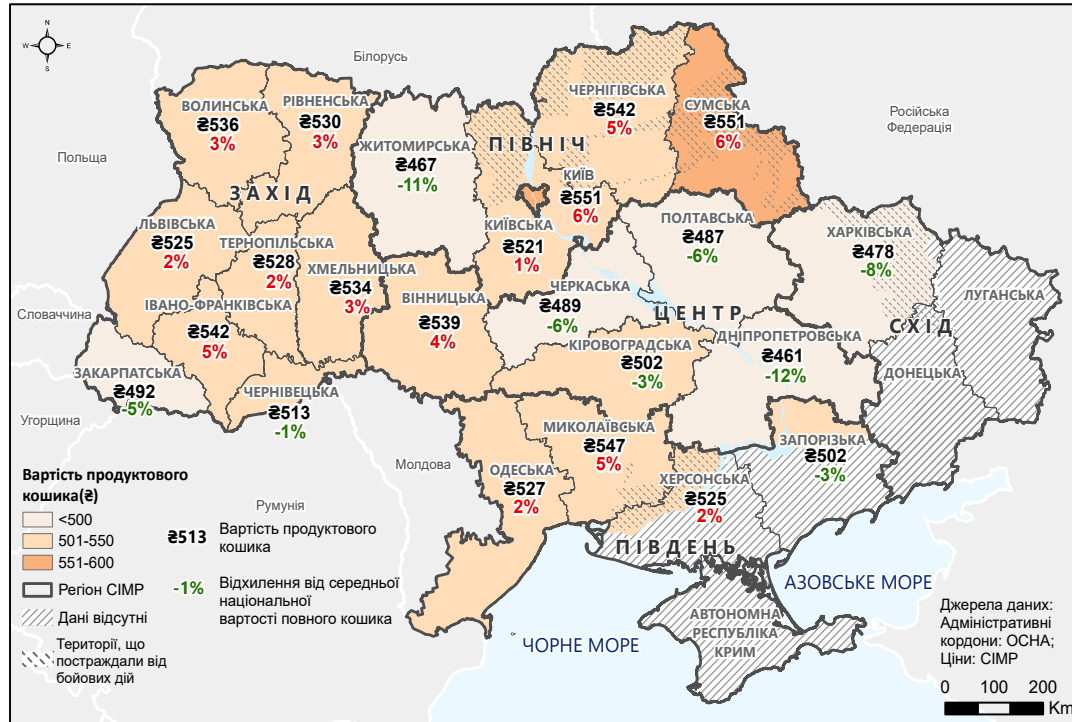


Таблиця 1: Медіана ціни на продовольчі товари у вересні 2023 року, за регіонами, грн

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	19	7%	18	6%	19	0%	18	-7%	21	1%	15	-13%	18	0%
Крупа гречана	1 кг	42	-1%	38	-13%	54	-5%	44	-8%	42	-8%	37	-17%	42	-6%
Капуста	1 кг	11	-4%	9	-14%	12	-3%	9	-19%	10	-23%	9	-42%	10	-15%
Морква	1 кг	13	-37%	12	-25%	14	-8%	10	-45%	11	-43%	10	-47%	12	-36%
Курятина (стегна, свіжі)	1 кг	110	3%	108	-1%	99	4%	111	5%	129	4%	88	-8%	109	2%
Каші для першого прикорму	200 г	89	-9%	85	0%	71	9%	90	0%	100	4%	95	15%	90	2%
Яйця (курячі)	10 шт	47	19%	43	15%	45	2%	44	16%	44	17%	44	12%	44	14%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	32	2%	31	-1%	33	-3%	31	-1%	30	-1%	30	-11%	31	-1%
Олія соняшникова	900 мл	52	3%	50	0%	56	-4%	52	-9%	50	-1%	49	-12%	51	-4%
Цибуля	1 кг	14	-31%	12	-28%	14	-11%	12	-33%	12	-39%	11	-46%	12	-36%
Картопля	1 кг	11	-10%	10	-9%	12	-1%	10	-18%	12	-8%	10	-34%	10	-13%
Рис круглий	1 кг	51	-8%	52	2%	54	-1%	54	3%	54	-5%	47	-10%	53	-2%
Вода	1.5 л	14	-3%	14	14%	17	6%	16	-5%	15	2%	16	12%	16	6%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	18	0%	15	0%	19	-3%	18	-7%	21	2%	16	2%	18	-3%
Загалом		523	-3%	499	-2%	518	0%	520	-3%	551	-2%	478	-9%	517	-2%

Джерело: CIMR

Карта 2: Медіанна вартість продовольчих товарів у вересні 2023 року, за областями, грн



Таблиця 2: Медіана ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у вересні 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	0%	12	3%	15	-5%	12	-8%	12	0%	12	-7%	12	-8%
Підгузки дитячі (розмір 3)	1 упаковка (40-60 шт)	446	12%	364	-5%	388	-2%	398	14%	398	16%	398	6%	393	4%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	44	2%	40	2%	38	11%	39	3%	37	-3%	37	-7%	39	3%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	22	12%	21	3%	21	-5%	21	4%	21	-7%	21	-2%	21	1%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	41	-1%	36	2%	34	2%	34	-9%	26	-12%	26	-19%	35	3%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	50	-1%	48	7%	52	1%	51	8%	41	-1%	41	-7%	49	6%
Загалом		618	9%	521	-2%	549	-1%	556	10%	536	10%	536	2%	550	4%

Джерело: СІМР

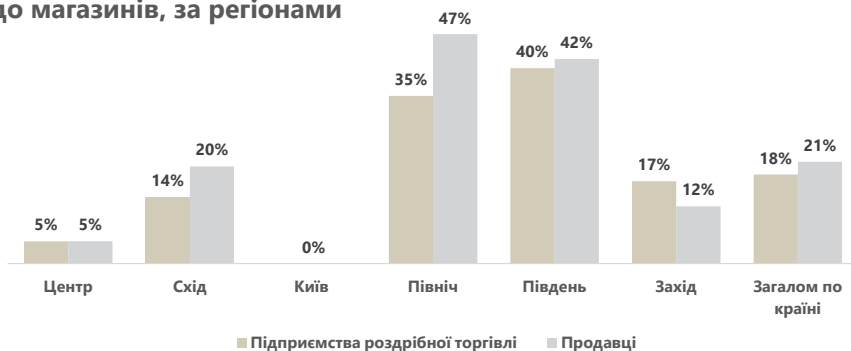
ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

У вересні 21% опитаних покупців загалом по країні зазначили, що повномасштабна війна вплинула на їхню можливість фізичного доступу до магазинів або ринків (серед опитаних підприємств роздрібної торгівлі ця цифра була дещо нижче й становила 18%). Найвищі відсотки спостерігалися на Півночі та Півдні, де, відповідно, 47% та 42% опитаних покупців повідомили про труднощі з доступом до магазинів (графік 10).

Основною причиною складнощів із доступом до ринків по всій країні були повітряні тривоги, на що вказали 13% опитаних покупців, найвищу частку було зафіксовано на Півночі (45%). Варто зазначити, що 93% опитаних покупців у Чернігівській області та 70% у Сумській повідомили, що магазини та ринки в місці їхнього проживання тимчасово припиняли роботу під час повітряної тривоги.

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



Джерело: CIMP

Фінансові фактори

Фінансові фактори продовжували негативно впливати на доступ покупців до магазинів та ринків по всій Україні, про що у вересні повідомили 66% респондентів.

Основними причинами цих труднощів були підвищення цін (54%) та неможливість дозволити собі товари (18%). Зокрема, 80% респондентів у м.Києві та 68% на Півночі визначили зростання цін у магазинах та на ринках як основну фінансову перешкоду в доступі до покупок. Більше того, 25% опитаних споживачів на Півдні та 23% на Сході зазначили, що не можуть дозволити собі придбання товарів.

На обласному рівні найбільш тривожною ситуація виявилася в Сумській області, де 100% респондентів (n=30) повідомили про проблеми, пов'язані зі зростанням цін. Аналогічно в Чернігівській та Запорізькій областях 77% і 71% респондентів, відповідно, вказали на підвищені ціни, а 40% і 48% повідомили, що не можуть собі дозволити придбання товарів.

Зростання цін на пальне в липні, серпні та вересні мало негативні наслідки для споживачів: 18% респондентів визначили високі ціни на пальне для автомобілів як один із факторів, що обмежив їхній доступ до магазинів та ринків.

Під час проведення інтерв'ю польові команди отримували коментарі від покупців на кшталт: «Я почав купувати дешевші товари», «Я обмежую себе, купуючи лише необхідні речі», «Я не можу дозволити собі ті товари, які хочу».

Безпеківі чинники мали значний вплив на доступ до магазинів покупців на південних та східних територіях поблизу лінії фронту. Про активні бойові дії або обстріли повідомили 57% опитаних покупців у Запорізькій та 38% у Херсонській областях, а на обмеження пересування, пов'язані з воєнним станом, вказали 33% респондентів у Херсонській та 15% у Харківській областях. Також 38% респондентів у Запорізькій, 29% у Херсонській та 10% Харківській областях повідомили про обмежений доступ до місцевих магазинів та ринків у вересні через відчуття небезпеки під час перебування в магазинах або дорогою до них, через страх потрапити під обстріл.

Більше того, покупці в Херсонській, Харківській, Миколаївській та Запорізькій областях повідомляли про пошкодження будівель або інфраструктури в магазинах або на ринках, а також про пошкодження або загородження на дорогах до них.

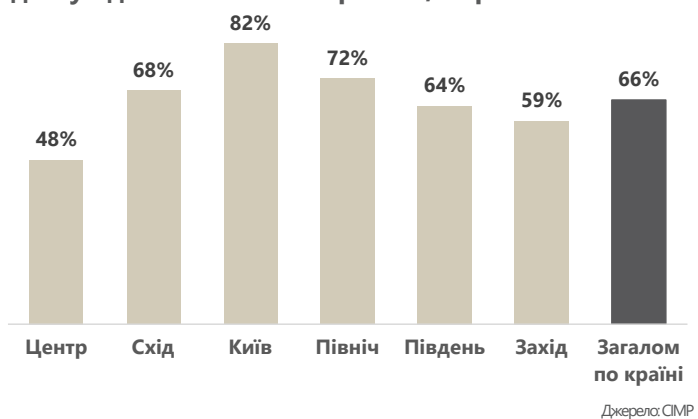
Відсутність транспортного сполучення була додатковим фактором, що фізично обмежував можливості 19% покупців у Запорізькій та Херсонській областях дістатися до магазинів або ринків у своїх громадах.

Крім того, 19% респондентів у Запорізькій області вказали на тимчасові перебої в роботі магазинів через відключення електропостачання.

Крім того, висока вартість проїзду в громадському транспорті також слугувала стримувальним фактором, особливо на Півдні та Заході (про це повідомили 11% респондентів в обох регіонах).

Як наслідок, проблема цінової доступності залишається критично важливою, особливо в Києві, на Півночі та Півдні, де це є перешкодою в доступі до ринків.

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



Джерело: CIMP

За даними опитування, проведеного Соціологічною групою "Рейтинг" у вересні 2023 року загалом по країні, 60% респондентів повідомили про погіршення їхнього особистого економічного становища протягом останніх шести місяців, тоді як 21% респондентів очікують його погіршення в наступні 12 місяців⁴.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

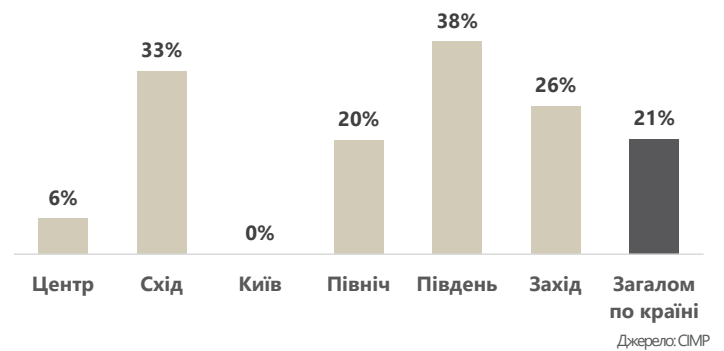
У вересні 21% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі повідомив про труднощі з підтриманням роботи та наповненням магазинів асортиментом товарів (незначне покращення порівняно з 24% у серпні). Підприємства роздрібно́ї торгівлі на Півдні та Сході стикалися з труднощами частіше, ніж в інших регіонах України (38% та 33% відповідно), як показано на графіку 12.

Високі цін від постачальників були головною складністю для підприємств роздрібно́ї торгівлі по всій країні (13%), при цьому найчастіше про це повідомляли на Сході (21%), Півночі (19%), Півдні (18%) та Заході (17%).

Загрози фізичної небезпеки мали негативний вплив на підприємства роздрібно́ї торгівлі на Півдні та Сході, особливо в прифронтових областях, таких як Херсонська та Запорізька. Зокрема, 52% підприємств роздрібно́ї торгівлі в Херсонській області та 50% в Запорізькій повідомили про труднощі, пов'язані з фізично небезпечними умовами. Обмеження на пересування обмежили діяльність 48% ритейлерів у Херсонській, 33% у Запорізькій та 10% у Харківській областях.

Підприємства роздрібно́ї торгівлі також зіткнулися з проблемами з доступом до грошей, щоб для розрахуватися з постачальниками, особливо в Херсонській (43%), Запорізькій (33%) та Полтавській (29%) областях. Додаткові труднощі були пов'язані із забезпеченням наявності в магазинах основних товарів, особливо в Запорізькій та Хмельницькій областях (по 17% у кожній). Повне укомплектування штату було проблемою у Львівській (28%) та Запорізькій (17%)

Графік 12: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про труднощі в підтримці функціонування та забезпеченості магазину асортиментом товарів, за регіонами



областях, а зберігання товарів під час відключення електроенергії - переважно в Запорізькій (17%) та Київській (10%) областях.

У вересні ключових інформантів серед підприємств роздрібно́ї торгівлі попросили оцінити частку ритейлерів, які працюють на їхньому ринку, порівняно з довоєнним рівнем. **На територіях, які знаходяться поблизу лінії фронту, частка працюючих підприємств роздрібно́ї торгівлі була дещо нижчою, ніж у регіонах, які не зазнали безпосереднього впливу від наземних бойових дій.** Зокрема, ця частка варіювалася від 25% до 50% у певних громадах Харківської, Херсонської, Миколаївської та Одеської областей (див. Карту 3). Загалом по країні цей показник знаходився в межах від 75% до 100%.

Карта 3: Орієнтовна частка працюючих підприємств роздрібно́ї торгівлі у вересні 2023 року, порівняно з довоєнним рівнем, на основі даних, отриманих від опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі, за громадами



Таблиця 3: % підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили про нові труднощі, з якими вони зіткнулися з початку повномасштабної війни у лютому 2022 року, за типом труднощів та регіонами*

Вид проблеми	Центр	Схід	Київ	Північ	Південь	Захід	Загалом
Наявність основних товарів		1%		1%	4%	2%	1%
Зростання цін від постачальників	5%	21%		19%	18%	17%	13%
Платоспроможність для розрахунку з постачальниками	2%	1%		2%	17%	3%	4%
Повна укомплектованість штату	2%	1%			4%	8%	2%
Обмеження пересування		10%			17%		5%
Фізична небезпека в даному районі					21%		3%
Зберігання товарів під час відсутності електроенергії				4%	2%	1%	1%
Достатня кількість запасів товарів		1%		1%	1%	2%	1%
Інше		4%					1%

Джерело: СІМР

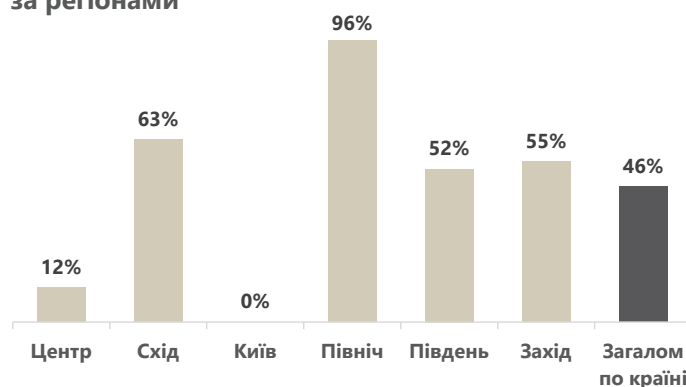
* Показники були отримані з відповідей на запитання, в якому можуть бути декілька варіантів відповідей.

Результати опитування свідчать, що **46% опитаних підприємств роздрібної торгівлі по всій країні очікують на нові труднощі в найближчому майбутньому через повномасштабну війну** (див. графік 13).

Серед найбільш очікуваних труднощів, про які повідомлялося загалом по країні, були зростання цін (40%), а також зниження купівельної спроможності покупців (35%). На рівні регіонів про ці виклики найчастіше вказували респонденти на Півночі: 92% очікували на зростання цін та 77% - на зниження купівельної спроможності покупців. Результати дослідження виявили **тривожну ситуацію в Чернігівській області, де кожне опитане підприємство роздрібної торгівлі (n=18) очікувало на зростання цін від постачальників та на зниження купівельної спроможності покупців.**

Більше того, 24% ритейлерів на Півночі та 17% на Півдні очікували на зниження доступності готівкових коштів. Також 18% опитаних підприємств на Півночі, 16% на Півдні та 14% на Сході передбачали зниження мобільності покупців.

Графік 13: % підприємств роздрібної торгівлі, які очікують на нові труднощі у зв'язку з війною, за регіонами



Джерело: СІМР

Крім того, 15% опитаних ритейлерів на Півночі очікували на погіршення ситуації з наявністю основних товарів.

ПОСТАЧАННЯ

У вересні 52% опитаних підприємств роздрібної торгівлі зазначили, що їхня діяльність залежить від одного постачальника продовольчих товарів. Частка підприємств роздрібної торгівлі, чия діяльність переважно залежить від одного постачальника основних засобів гігієни, була дещо нижчою (48% по всій країні). Це є потенційним джерелом вразливості для магазинів, оскільки може поставити під загрозу їхню здатність підтримувати належний рівень запасів.

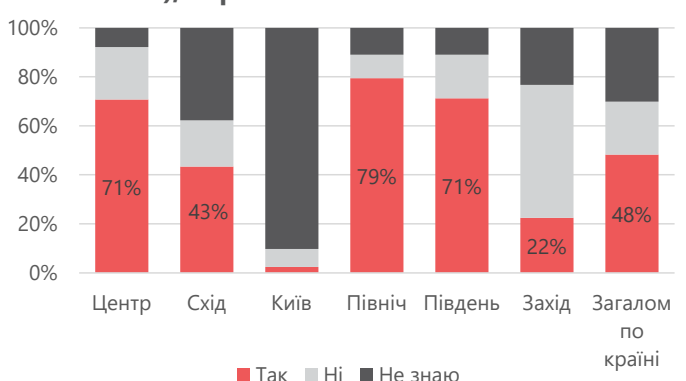
Графік 14: % підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника продовольчих товарів, за регіонами



Джерело: СІМР

Найбільші виклики в цьому плані були зафіксовані на Півночі, Півдні та в Центрі (графіки 14 та 15). **Північний регіон був особливо вразливим до проблем, пов'язаних з постачанням**, оскільки 79% опитаних ритейлерів повідомили, що вони в основному поклалися на одного постачальника продовольчих та непродовольчих товарів. Більше того, **підприємства роздрібної торгівлі в Київській області опинились під найбільшою загрозою, оскільки 100% підприємств мали лише одного постачальника продовольчих або непродовольчих товарів (n=27 для продовольчих та n=22 для непродовольчих товарів).**

Графік 15: % підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника непродовольчих товарів (включаючи засоби гігієни), за регіонами



Джерело: СІМР

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Банки

У вересні 69% опитаних покупців повідомили про повну доступність банківських відділень, які надавали повний спектр банківських послуг, що майже на рівні попереднього місяця (68%).

За повідомленнями респондентів, повітряні атаки продовжували скорочувати часи роботи банківських відділень по всій країні. Дев'ятнадцять відсотків опитаних покупців зазначили, що банківські відділення не могли надавати свої звичайні послуги під час повітряних тривог, при цьому найвищий відсоток таких респондентів було зафіксовано в Центрі (37%), на Півночі (26%) та Заході (25%).

Як і в попередні місяці, **найбільші труднощі з доступом до повного спектру банківських послуг мали респонденти на Півдні, оскільки 42% опитаних покупців у цьому регіоні вказали на відсутність працюючих банків в їхніх громадах**. Найчастіше про такі труднощі повідомляли жителі Запорізької (76% респондентів), Херсонської (52%) та Миколаївської (38%) областей.

Банкомати

Частка покупців, які повідомляли про повну доступність банкоматів, знизилася несуттєво: з 91% у серпні до 89% у вересні.

Найбільш помітні проблеми з доступністю спостерігалися на Півдні, де 28% покупців повідомили про відсутність банкоматів в їхніх громадах, а 9% відзначили дуже обмежену кількість працюючих банкоматів. Найчастіше з проблемами відсутності банкоматів стикалися жителі Запорізької (76%), Миколаївської (31%) та Херсонської (21%) областей. Обмежена кількість банкоматів найбільше вплинула на респондентів у Херсонській області (21%).

Крім того, 9% опитаних покупців у Херсонській області повідомили про технічні неполадки або інші проблеми в роботі банкоматів у їхніх громадах.

Графік 16: % покупців, які повідомили про наявність працюючих банкоматів, за регіонами



Джерело: CIMP

* Укрпошта - державна поштова служба України.

** Показники були отримані з питання з множинним вибором відповідей.

Укрпошта*

Загалом по країні 78% покупців повідомили, що відділення «Укрпошти» працювали щодня й надавали всі звичайні фінансові послуги.

Як і в попередні місяці, **результати опитування не виявили суттєвих обмежень у доступі до відділень «Укрпошти»**. Єдиною незручністю, про яку повідомлялося, було призупинення роботи офісів «Укрпошти» під час повітряних тривог, що переважно вплинуло на покупців у Центрі (33%), на Півночі (27%) та Заході (27%). Крім того, 11% покупців на Півдні вказали на наявність лише пересувних поштових відділень в їхніх громадах.

Способи оплати

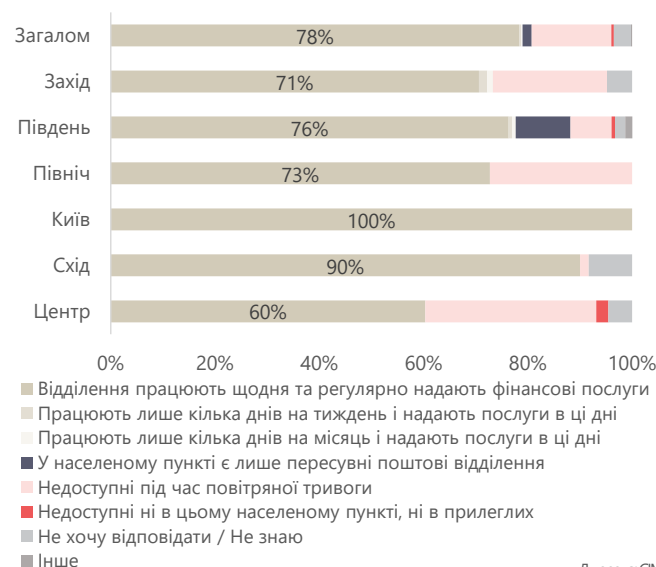
У вересні основними способами оплати, які приймали підприємства роздрібної торгівлі, були готівка (100%), кредитні картки (89%), дебетові картки (73%), мобільні додатки (64%) та ваучери від ООН та неурядових організацій (4%).**

Графік 17: % покупців, які повідомили про наявність працюючих відділень банків, за регіонами



Джерело: CIMP

Графік 18: % покупців, які повідомили про наявність працюючих відділень «Укрпошти», за регіонами



Джерело: CIMP

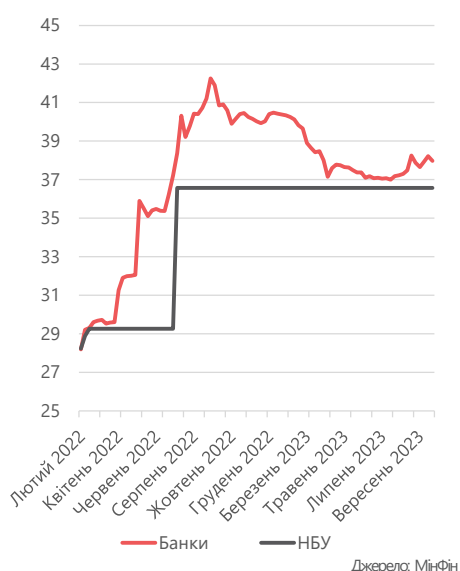
Макроекономіка

Інфляція

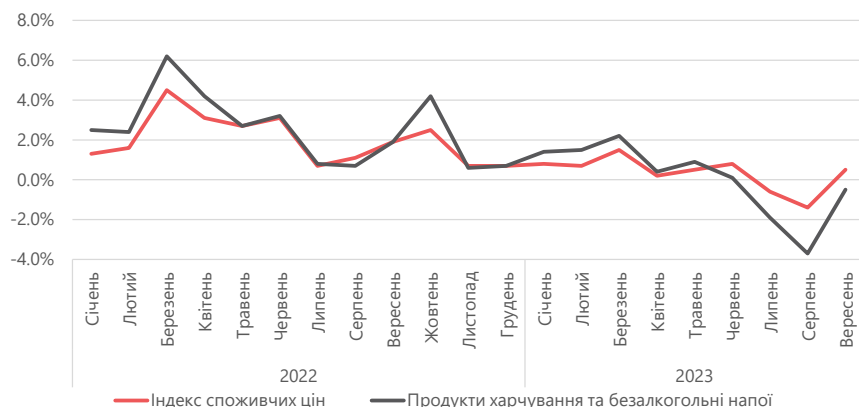
Споживчі ціни у вересні, порівняно із серпнем підвищилися на 0,5%. (графік 20). Більше того, вони залишалися на 3% вищими, ніж на початок року та на 7,1% вищими, ніж у вересні 2022 року⁵.

Важливий внесок у сповільненні інфляції відіграло збільшення пропозиції продуктів харчування, зокрема овочів та фруктів нового врожаю, а також кращі врожаї зернових та олійних, у тому числі на тлі швидшого їх збирання. Ці чинники в умовах обмежених експортних можливостей впливали на вартість як сирих, так і оброблених продуктів харчування³.

Графік 19: Середньоринковий обмінний курс долара США



Графік 20: Темпи інфляції, % до попереднього місяця



Економічна активність

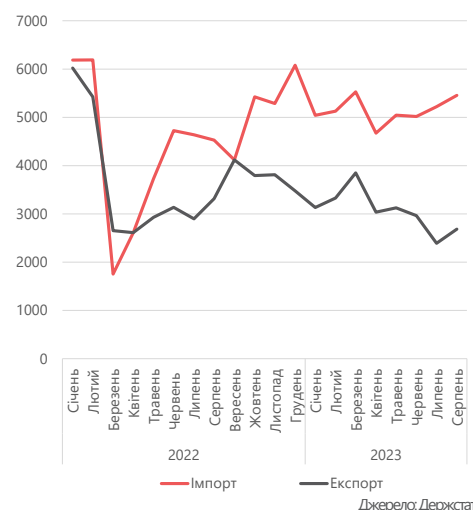
У вересні економічну активність підтримували роботи зі збору, перевезення та переробки більших, ніж торік врожаїв. Значні капітальні видатки бюджету стимулювали будівництво, що також позначилося на залізничних перевезеннях¹.

Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами в січні-серпні 2023 року зросло втричі порівняно з аналогічним періодом 2022 року (до 16,7 млрд дол. США із 5,5 млрд дол. США)⁶.

За даними Держстату, експорт товарів з України скоротився на 15,3% до 24,5 млрд дол. США за звітний період, порівняно із січнем-серпнем 2022 року, тоді як імпорту збільшився на 19,6% до 41,1 млрд дол. США.

Із часу виходу із зернової угоди, Росія провела 17 масованих атак, що призвело до зниження експортного потенціалу українських портів на 40%⁷.

Графік 21: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, млн. дол. США

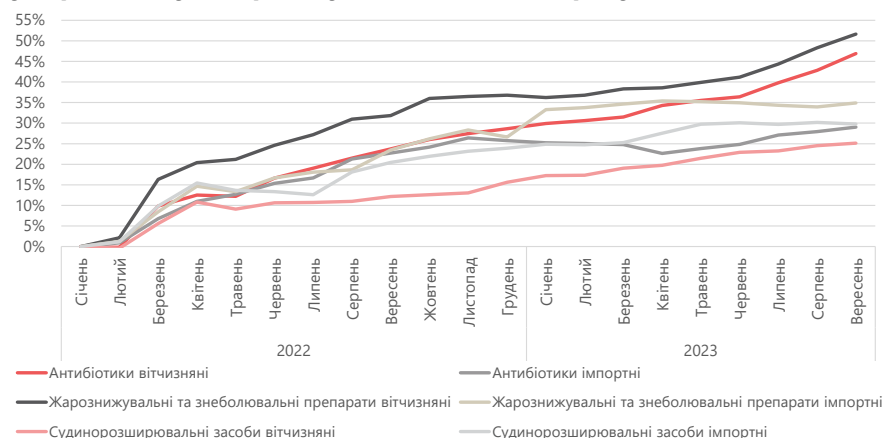


ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

За даними Держстату², у вересні середні споживчі ціни на основні лікарські засоби, такі як антибіотики вітчизняні, зросли на 3%. Аналогічно, ціни на жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні збільшилися на 2% (графік 22).

Порівняно із вереснем 2022 року, найбільше підвищилися середні ціни на антибіотики вітчизняні (на 19%), а також на жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні (на 15%) і судинорозширювальні засоби вітчизняні (на 12%).

Графік 22: Кумулятивне зростання цін на окремі лікарські засоби, у середньому по країні, у % від січня 2022 року



ВАРТІСТЬ ОРЕНДИ ЖИТЛА

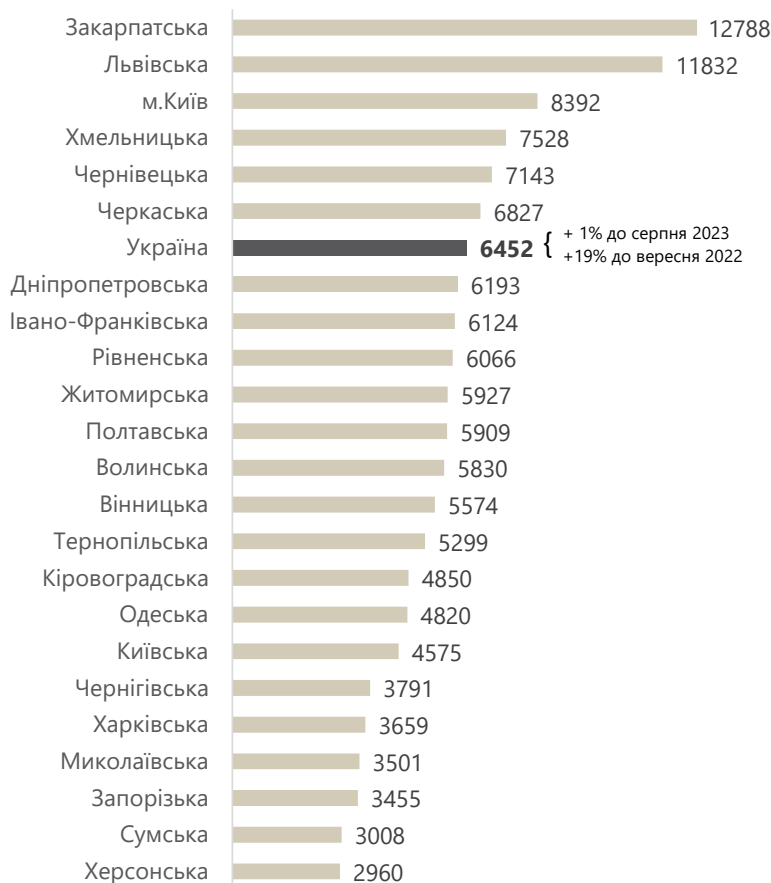
У вересні ціни на оренду однокімнатних квартир в Україні продовжували зростати.

За даними Держстату², середня ціна оренди однокімнатної квартири у вересні підвищилася на 1% порівняно із серпнем. Найсуттєвіше зростання цін було зафіксовано в Запорізькій, Івано-Франківській та Харківській областях (по 4%).

Порівняно з вереснем 2022 року, ціни на оренду однокімнатної квартири зросли на 19% в цілому по країні, при цьому найбільш відчутне зростання цін відбулося в Закарпатській (на 89%), Львівській (на 45%) та Житомирській (на 43%) областях. Разом із тим, варто зазначити, що ціни на оренду знизилися в Харківській, Запорізькій та Кіровоградській областях (на 19%, 8% та 5% відповідно).

Найвищі ціни на оренду квартири спостерігалися в західних областях, таких як Закарпатська (12788 грн) та Львівська (11832 грн). І, навпаки, найнижчі ціни були в областях поблизу лінії фронту або тих, що зазнають наземних обстрілів, таких як Херсонська (2960 грн), Сумська (3008 грн) та Запорізька (3455 грн).

Графік 23: Місячна середня вартість оренди 1-кімнатної квартири у вересні 2023 року, за областями, грн



Джерело: Держстат

ОГЛЯД МЕТОДОЛОГІЇ

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

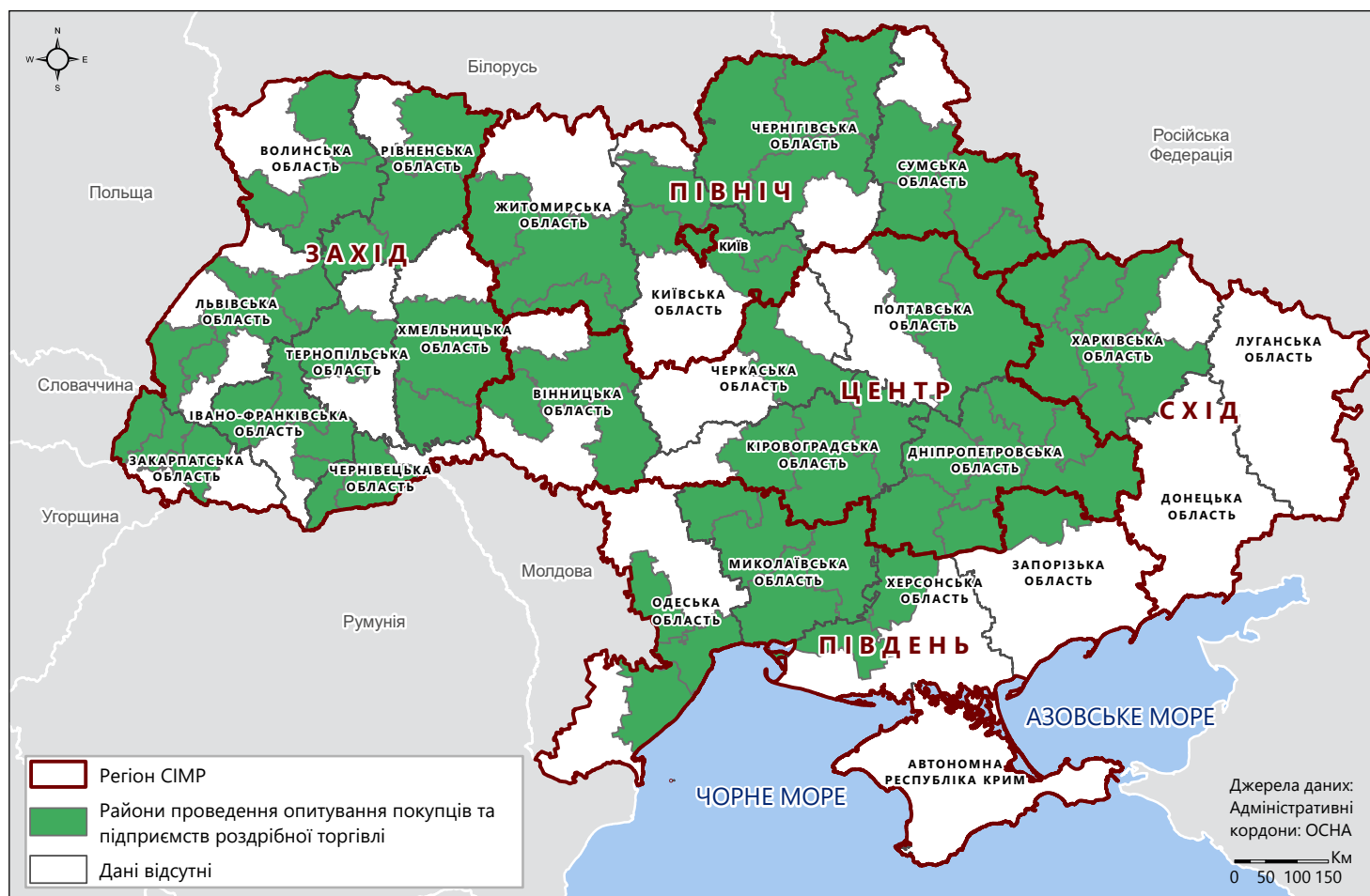
Завдання польових команд - зібрати мінімум 3 ціни на певний товар у кожній досліджуваній *громаді* шляхом опитування підприємств роздрібної торгівлі, а також провести щонайменше 5 інтерв'ю з покупцями в кожній досліджуваній *громаді*. По кожному найменуванню реєструється ціна найдешевшого бренду або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

користуються широким попитом. Усі дані збираються польовим персоналом, який володіє загальною методологією та інструментами СІМР. Далі ці дані надходять на загальний сервер РГГД - 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 триангуляції там, де це можливо.

Ціни, наведені в цьому інформаційному бюлетені, є «медіанами місцевостей», призначеними для мінімізації впливу відхилень та неоднакової кількості цін, отриманих із різних *громад*. Спочатку розраховується медіана цін на кожен 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 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.

КІНЦЕВІ ПРИМІТКИ

¹ Національний Банк України «Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд, жовтень 2023 року», 5 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

² Державна служба статистики України «Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2023 році», 12 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

³ Національний Банку України «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у вересні 2023 року», 10 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

⁴ Соціологічна група «Рейтинг», «Загальнонаціональне опитування №24 «Україна в умовах війни». Настрої та економічне становище населення», 28 вересня 2023 року, доступно [тут](#)

⁵ Державна служба статистики України «Індекси цін», 9 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

⁶ Державна служба статистики України «Зовнішня торгівля України товарами у січні–серпні 2023 року», 13 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

⁷ Facebook, Міністр інфраструктури Олександр Кубраков, 14 жовтня 2023 року, доступно [тут](#)

ДОНОРИ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

UHF Ukraine Humanitarian Fund

ПАРТНЕРИ



REACH Informing more effective humanitarian action

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).

REACH Informing more effective humanitarian action