

Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

Квітень 2023 року
Україна

КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Головною проблемою залишається **цінова доступність**, оскільки 61% споживачів назвали **підвищення цін** основною фінансовою перешкодою у доступі до товарів. Найвищий відсоток таких респондентів зафіксовано **на Півночі (85%)**. Причому підприємства роздрібної торгівлі очікували, що **зростання цін (49%)** та **зниження купівельної спроможності споживачів (44%)** стануть головними викликами в найближчі місяці.
- Безпекові фактори** обмежили діяльність підприємств роздрібної торгівлі **на Півдні та Сході, особливо у Херсонській, Запорізькій та Харківській областях**. Опитані споживачі у Херсонській та Харківській областях частіше повідомляли, що обмеження у пересуванні, активні бойові дії або обстріли, а також пошкодження об'єктів інфраструктури мали негативний вплив на їх доступ до магазинів.
- Доступ до банків і банкоматів** залишався проблемою для значної частки опитаних споживачів в областях, ближчих до зони бойових дій або постраждалих від повітряних атак, особливо **на Півдні та у Чернігівській області**.
- Предмети першої необхідності**, зокрема продукти харчування та засоби гігієни, були в широкому доступі. Наявність ліків у квітні складала 93%. Відсутність або обмежена наявність ліків, продовольчих товарів та засобів гігієни була більш поширеною **на Півдні**. Найменш доступними у кошику СІМР були каші першого прикорму та підгузки для немовлят.
- Найдорожчий набір товарів у кошику СІМР** було зафіксовано на **Півночі (1243 грн)** та **Півдні (1224 грн)**, що пов'язано із ускладненою логістикою та безпековими ризиками.

КОНТЕКСТ І ОБҐРУНТУВАННЯ

Повномасштабна війна в Україні призвела до масового переміщення населення та гуманітарної кризи. З огляду на важливу роль багатоцільової грошової допомоги, моніторинг ринку є надзвичайно важливим для забезпечення ефективної і сталої гуманітарної допомоги та недопущення її негативного впливу на місцеві магазини і ринки. У зв'язку з розширенням територій, невідконтрольних Уряду України, дані про стан ринку на територіях, що постраждали внаслідок бойових дій, є обмеженими та неповними. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку є заповнити цей брак інформації шляхом надання необхідних оперативних даних про цінові тенденції та показники функціонування ринку.

ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕННЯ

- Щомісячне відстеження цін та наявності основних товарів на ринках України.
- Оцінка впливу поточної гуманітарної кризи на системи ринків України.
- Допомога гуманітарним організаціям краще зрозуміти ситуацію на ринку в Україні.

МЕТОДОЛОГІЯ:

Щомісяця проводиться оцінка торговельних майданчиків по всій території України. У кожному місці збору даних польові команди реєструють ціни та інші ринкові показники шляхом опитування ключових інформантів (КІ) з числа підприємств роздрібної торгівлі (ритейлерів) та споживачів, які відображають щомісячні зміни на місцевих ринках.**

1192 ГРН

Вартість кошика СІМР

31.56 USD (▲ 1%) 28.92 EUR (▼ 1%)

Медіанні значення вартості повного кошика СІМР у квітні 2023 року

Північ	1243	▼ 0%
Південь	1224	▼ 3%
Загалом	1192	▼ 0%
Захід	1174	▲ 2%
Схід*	1173	▲ 0%
Київ	1142	▼ 6%
Центр	1105	▲ 2%

СІМР у квітні 2023 року:

- 11 партнерів-учасників
- 1396 проведених інтерв'ю
 - 640 опитаних підприємств роздрібної торгівлі
 - 756 опитаних споживачів (41% чоловіків та 59% жінок)
- 23 досліджені області
- 139 досліджених громади

* Схід охоплює Харківську, Луганську, та Донецьку області.

** Огляд методології представлено на сторінці 12.

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продовольчі товари

У квітні, як і в попередні місяці, продовольчі товари були в широкому доступі, оскільки в середньому по країні лише 1% опитаних споживачів повідомили про їхню обмежену доступність (графік 1). Переважно це були мешканці Одеської (12% опитаних споживачів у цьому регіоні), Волинської (5%) та Херсонської (2%) областей.

Згідно з опитуванням підприємств роздрібною торгівлі, найменш доступним продуктом у продуктовому кошику СІМР були каші першого прикорму. Про їхню повну наявність в Україні повідомили лише 89% опитаних підприємств, причому найнижчий відсоток був у Запорізькій (46%), Херсонській (53%), Рівненській (56%) та Чернігівській (60%) областях.

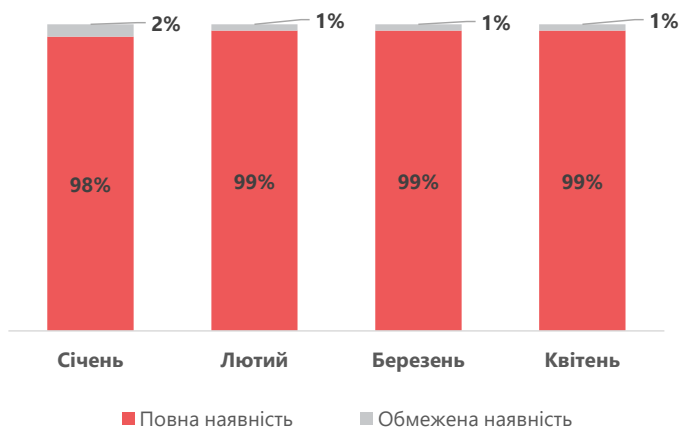
Через вичерпання минулорічних запасів, підприємства роздрібною торгівлі частіше повідомляли про відсутність або часткову наявність овочів, зокрема, картоплі, моркви, капусти і цибулі, що входять до продовольчого кошика СІМР. Ці ритейлери переважно знаходились у Західних областях. Водночас, у Південних областях поблизу лінії фронту спостерігався стійкий дефіцит поставок. Так, 13% опитаних у Запорізькій області вказували на відсутність капусти, а 11% опитаних у Херсонській області повідомляли про обмежену доступність цибулі та моркви.

Доступність товарів з кошику СІМР залишається недостатньою у магазинах респондентів у Херсонській області, де після нещодавнього звільнення часто відбуваються артилерійські обстріли. Дійсно, 14% опитаних підприємств роздрібною торгівлі у цій області, повідомили про обмежену наявність курятини, а інші 23% респондентів повідомили, що цей товар можна придбати лише під замовлення. Молоко було в обмеженій доступності або доступне під замовлення, про що повідомили відповідно 15% та 21% опитаних підприємств роздрібною торгівлі.

Засоби гігієни

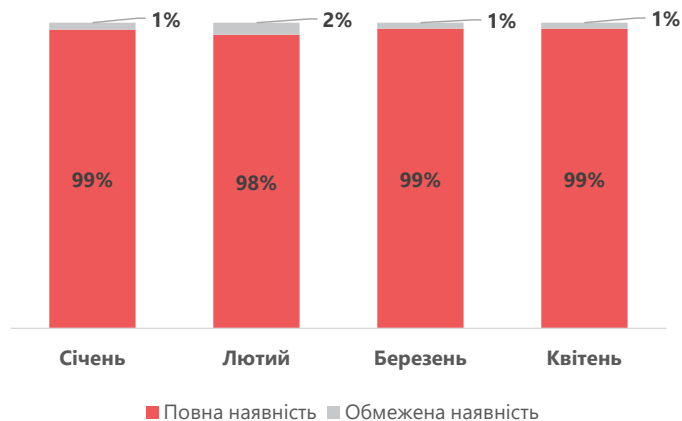
Як і в попередні місяці, у квітні 99% споживачів

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



Джерело: СІМР

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



Джерело: СІМР

повідомили про повну наявність засобів гігієни (графік 2). Обмежена доступність засобів гігієни залишається проблемою на Півдні та Заході: 12% споживачів у Одеській та 10% у Волинській областях повідомили про обмежену наявність засобів гігієни в місцевих магазинах та на ринках.

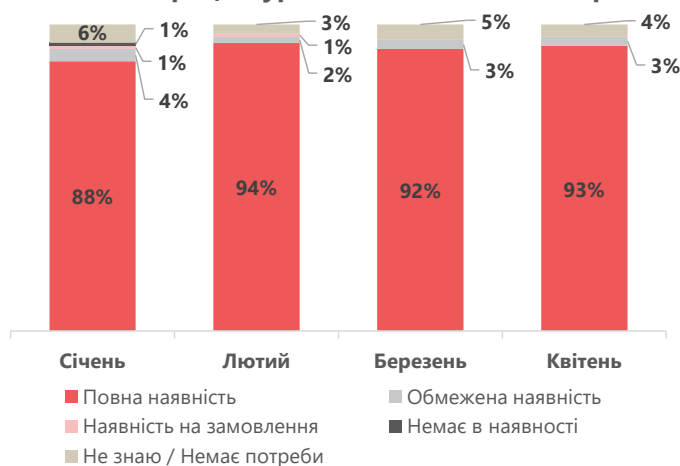
За словами опитаних підприємств роздрібною торгівлі, підгузки для немовлят були найдефіцитнішим товаром у гігієнічному кошику СІМР. Про їхню повну наявність загалом по країні повідомили 91% опитаних ритейлерів. Як і в попередньому місяці, найнижчий рівень наявності спостерігався у Запорізькій, Чернігівській та Херсонській областях, де про повну наявність підгузків повідомили відповідно 43%, 60% та 66% респондентів).

Зубної пасти не було в наявності у магазинах 18% опитаних підприємств роздрібною торгівлі у Рівненській області. Причому 11% респондентів у Херсонській області вказували на обмежену доступність цього товару в своїх магазинах. Також 17% опитаних підприємств роздрібною торгівлі у Волинській області згадували відсутність господарського мила.

Ліки

У квітні про доступність безрецептурних ліків повідомили 93% опитаних споживачів порівняно з 92% у березні (графік 3).

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



Джерело: СІМР

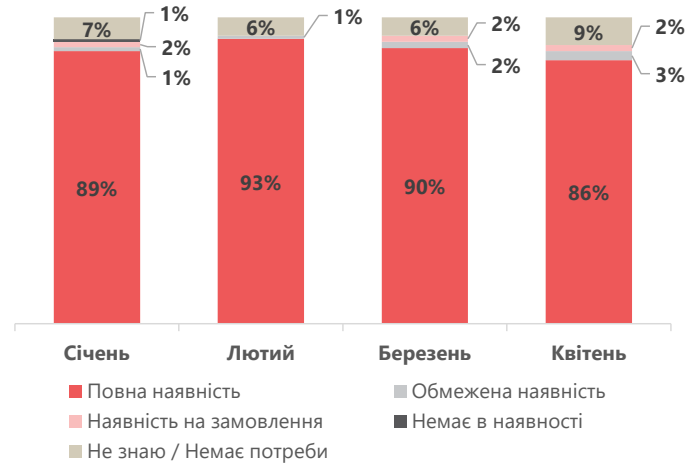
На обмежений доступ до ліків вказували споживачі, опитані у Волинській (14%), Херсонській (13%) та Одеській (12%) областях.

Теплий одяг

У зв'язку з потеплінням у квітні респонденти стали менше перейматися питанням наявності теплового одягу. На це також вказує збільшення частки респондентів, які відповіли «не знаю/не потребує», з 6% у березні до 9% у квітні (графік 4).

Водночас, 3% опитаних споживачів мали обмежену наявність теплового одягу в магазинах або на ринках у своїх громадах, а 2% могли придбати ці товари лише під замовлення. Найбільше повідомлень про проблеми з наявністю теплового одягу було у Херсонській, Харківській та Одеській областях.

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



Джерело: CIMP

НАЯВНІСТЬ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Наявність

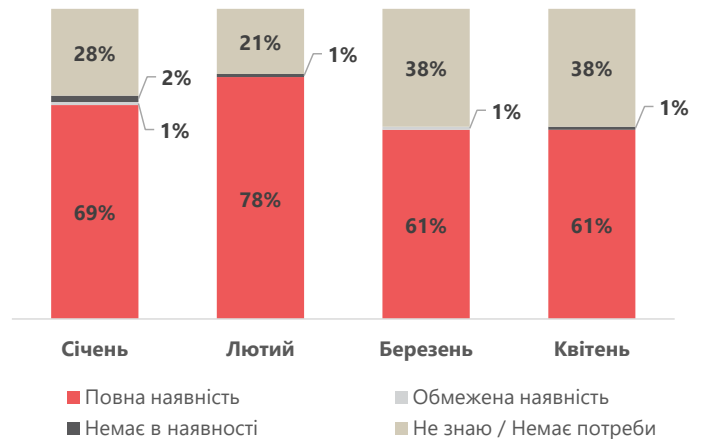
Менше половини опитаних споживачів (42%) регулярно купували автомобільне паливо для побутових або професійних потреб. Здебільшого це був бензин, дизельне паливо та природний газ. Лише незначна кількість респондентів зазначили, що користуються електромобілями.

Завдяки достатній пропозиції на ринку у квітні для більшості КІ-споживачів (61%) автомобільне паливо було повністю доступне (графік 5). Водночас, як і минулого місяця, існували певні проблеми з наявністю пального у Вінницькій області, де 12% респондентів повідомили про його нестачу.

Оскільки у квітні завершується опалювальний сезон, продовжує зростати частка споживачів, які не мають занепокоєнь щодо недоступності палива для опалення (графік 6).

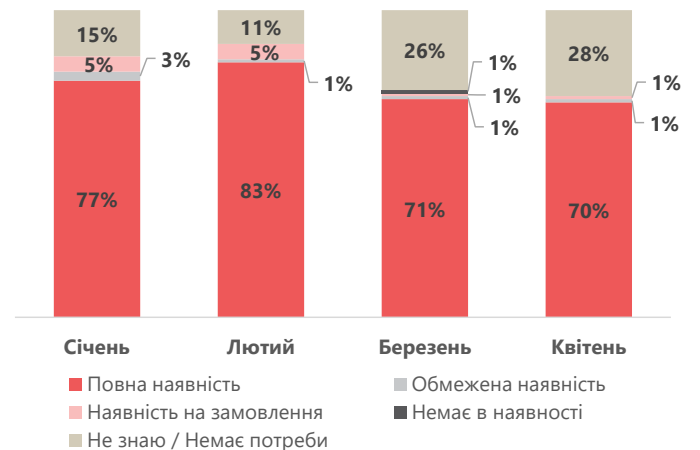
Однак, споживачі, опитані у Херсонській (14%) та Чернігівській (28%) областях повідомили про обмежену доступність палива для опалення та можливість придбати його лише під замовлення.

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



Джерело: CIMP

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



Джерело: CIMP

Ринкові ціни

У квітні середні споживчі ціни на усі види автомобільного пального були нижчими порівняно з березнем. Найбільше (на 4%) знизилися ціни на газ скраплений для автомобілів та на дизельне пальне. Ціни на бензин А-92 та бензин А-95 знизилися на 3% та 1% відповідно. (графік 7)¹.

Суттєво знизився темп росту цін на пальне, що було зумовлене падінням світових цін на нафту, значними запасами, зробленими підприємствами та домогосподарствами, а також зниженням попиту через зменшення відключень електроенергії та потепління².

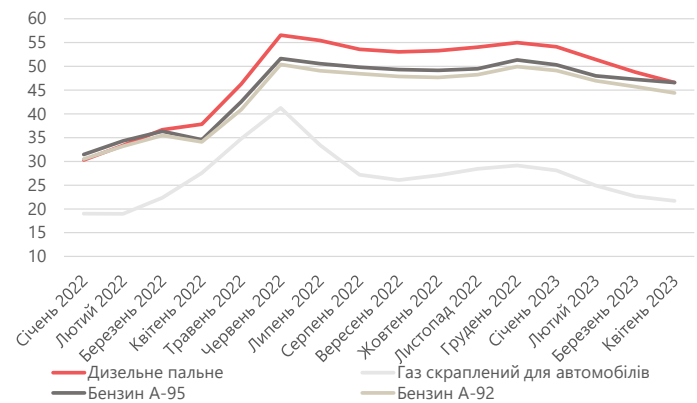
Однак ціни на автомобільне пальне все ще перевищували довоєнний рівень. У квітні 2023 року ціна на дизельне пальне була на 54%, на бензин А-95 - на 48%, на бензин А-92 - на 46%, на газ скраплений - на 14% вищою, ніж у січні 2022 року.

За даними опитування споживачів, орієнтовна ціна на бензин і дизпаливо, придбані через неофіційні джерела, була нижчою, ніж на ті, що були придбані через офіційні джерела. Так, респонденти могли придбати бензин і дизпаливо через офіційні джерела за 48 грн кожен, а через неофіційні – відповідно за 47 грн і 41 грн за літр.

Зростання адміністративно-регульованих цін продовжував стримувати мораторій на підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги для населення³. Як наслідок, ціни на електроенергію та природний газ, які споживачі використовують для опалення своїх домів, залишалися незмінними з початку повномасштабної війни.

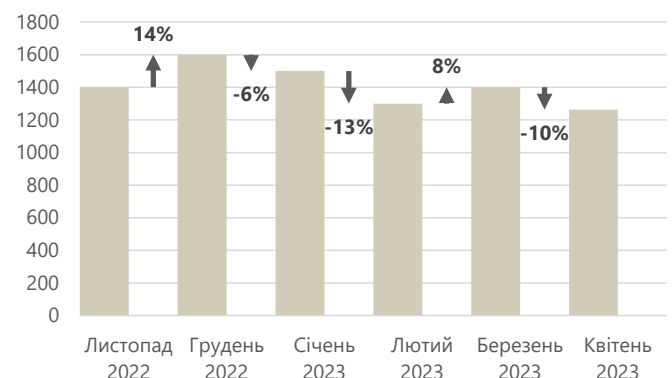
Природний газ в усіх регіонах України був доступний для населення за ціною 8 грн за кубометр, а ціна на електроенергію варіювалась від 1,44 грн до 1,68 грн за кВт/год залежно від обсягу споживання електроенергії.

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



Джерело: Держстат

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



Джерело: СІМР

У квітні ціна на дрова дещо знизилась. Опитані споживачі могли купувати дрова в середньому за 1263 грн за кубометр, що на 10% дешевше ніж у березні (графік 8).

КОШИК СІМР

Продовольчі товари

Хліб	500 г
Гречка	1 кг
Капуста	1 кг
Морква	1 кг
Курятина (стегна)	1 кг
Каші першого прикорму	200 г
Вода питна	1 пляшка (1,5 л)
Яйця (куряті)	10 шт
Молоко (2.5%)	0,9л
Олія соняшникова	0,9л
Цибуля	1 кг
Картопля	1 кг
Рис (круглий)	1 кг
Борошно пшеничне	1 кг

Непродовольчі товари (НПТ)

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

КОШИК СІМР

Медіанне значення вартості повного кошика СІМР

Кошик СІМР - це підгрупа споживчого набору репрезентативних товарів (послуг) зі 335 позицій, який формується Державною службою статистики України (Держстатом) і куди входять основні продовольчі товари та засоби гігієни, які регулярно купує середньостатистичне домогосподарство. Вміст кошика СІМР було визначено під час консультацій із Робочою групою з питань грошової допомоги в Україні. Динаміка вартості споживчого кошика відображає рівень інфляції споживчих цін.

У квітні **вартість повного кошика СІМР** знизилась на 4 грн і склала 1192 грн. Найбільше зниження вартості відбулося у Києві (на 6%). Водночас, вартість повного кошику СІМР зросла у Центрі та на Заході (на 2% у кожному з цих регіонів).

Найдорожчими товари СІМР залишались у Північному (1243 грн) та Південному (1224 грн) регіонах, тоді як найнижчі ціни спостерігалися у Центральній частині країни (1105 UAH).

Стосовно регіональних відмінностей у цінах, то вищі ціни спостерігалися в регіонах, що постраждали від артилерійських обстрілів, через безпекові ризики та складнішу логістику, тоді як у деяких західних регіонах вищі ціни спостерігалися через відносно вищий попит.

На обласному рівні найвища вартість споживчого кошика СІМР була зафіксована у Київській (1358 грн), Волинській (1321 грн), Сумській (1315 грн), Рівненській (1315 грн), Херсонській (1283 грн) та Миколаївській (1279 грн) областях.

Про зростання цін на усі товари споживчого кошику СІМР повідомили 38% опитаних підприємств роздрібною торгівлі у Хмельницькій, 36% у Волинській, 22% у Сумській, 21% у Тернопільській, 18% в Івано-Франківській та 9% у Рівненській областях.

Ціни

У квітні **вартість продовольчого кошика СІМР** зросла у Західному регіоні (на 2%), причому 19% опитаних

підприємств роздрібною торгівлі повідомили про зростання цін на усі продовольчі товари.

Найдорожчі продуктові кошики були зареєстровані в Києві (650 грн) та на Півночі (647 грн), тоді як найдешевші – на Сході (587 грн).

У квітні найбільше зросли ціни на курятину (стегна) (на 10%). Зростання цін на м'ясо може бути зумовлене обмеженою виробничою потужністю та скороченням імпорту через зростання світових цін⁴.

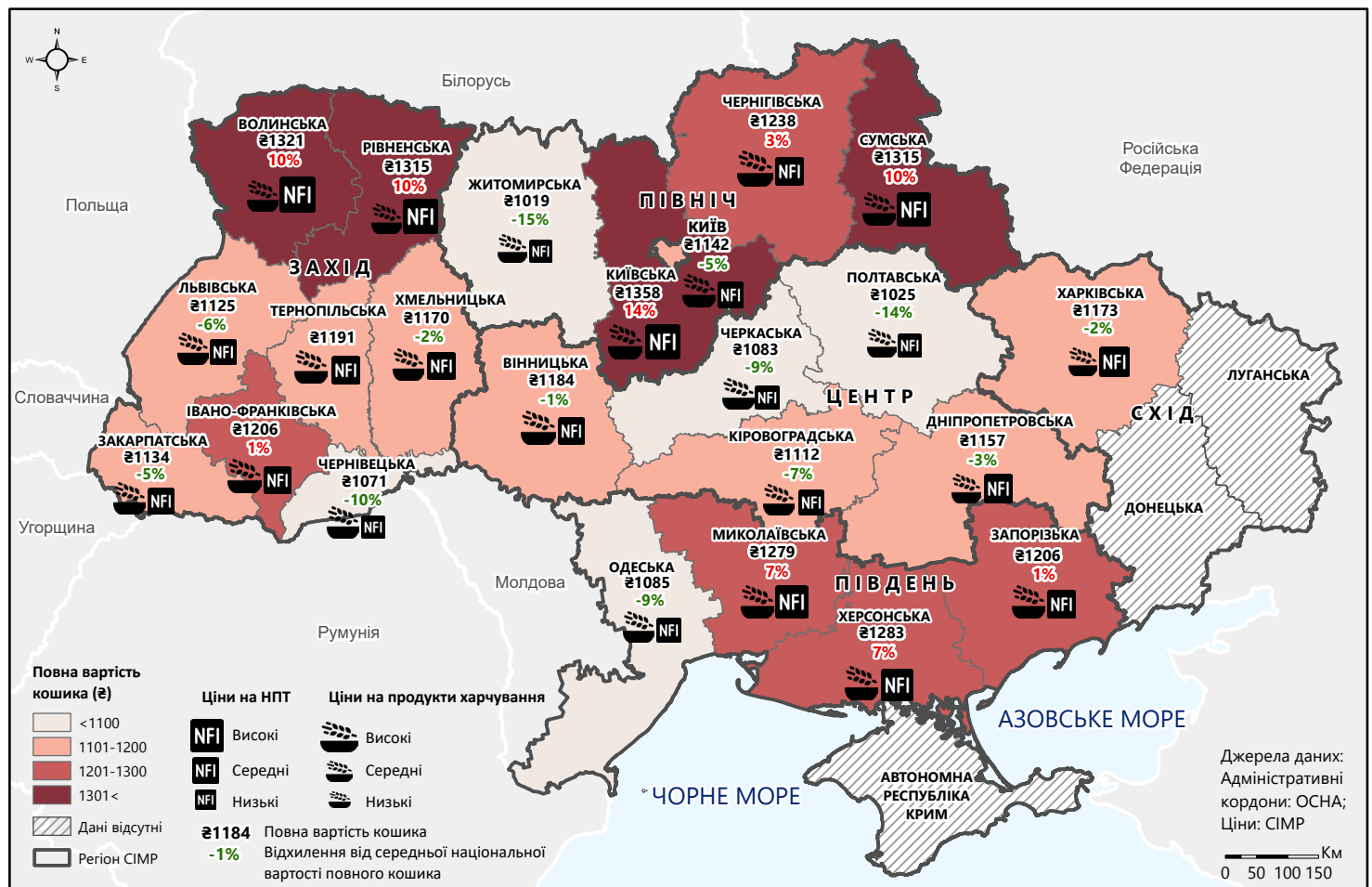
Хоча зростання цін на овочі у квітні дещо сповільнилось (переважно через збільшення поставок), ціни на деякі овочі продовжили зростати. Зростання цін на капусту було зумовлене міжсезонною пропозицією ранніх сортів у деяких регіонах, тоді як морква подорожчала через вичерпання минулорічних запасів. Як наслідок, ціна на моркву в середньому зросла на 5% по всій країні.

Водночас сезонне збільшення пропозиції, зокрема з боку домогосподарств, призвело до значного зниження цін на яйця (на 8% в середньому по країні).

Вартість непродовольчого кошика (засоби гігієни) різко знизилась у Києві (на 11%) та помітно зросла у Центрі (на 5%).

Як і минулого місяця, найдорожчі непродовольчі кошики спостерігались на Півночі (597 грн), Сході (586 грн) та Півдні (585 грн). Це пов'язано з надзвичайно високою ціною на підгузки в цих регіонах.

Карта 1: Медіанна вартість продовольчих та непродовольчих товарів у квітні 2023 року, за областями



Таблиця 1: Медіанні ціни на продовольчі товари у квітні 2023 року за регіоном, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка
Хліб	500 г	20	0%	17	-8%	19	-2%	19	3%	19	7%	14	-4%	19	4%
Гречка	1 кг	59	-2%	57	-1%	65	-7%	62	-4%	63	-1%	55	-4%	61	-3%
Капуста	1 кг	25	2%	24	0%	24	3%	23	-6%	24	-5%	24	1%	24	-1%
Морква	1 кг	44	13%	45	5%	48	11%	44	2%	48	9%	45	5%	45	5%
Курятина (стега охол.)	1 кг	104	15%	104	3%	91	2%	106	7%	119	2%	81	2%	104	10%
Каші перш. прикорму	200 г	83	4%	82	5%	66	-11%	86	8%	75	0%	71	-8%	79	1%
Яйця (курячі)	10 шт	59	-8%	58	-5%	64	-8%	59	-7%	58	-9%	54	-8%	59	-8%
Молоко (2.5%)	900 мл	31	2%	30	-1%	34	-1%	32	-2%	31	-10%	36	12%	32	-2%
Олія соняшн., рафін.	900 мл	55	-4%	59	-3%	67	-4%	59	-4%	62	-2%	65	6%	60	-2%
Цибуля	1 кг	54	2%	52	-3%	52	-4%	52	-1%	54	-5%	51	-4%	52	-3%
Картопля	1 кг	8	-12%	9	-1%	13	2%	9	-1%	10	-9%	9	3%	9	1%
Рис (круглий)	1 кг	60	2%	59	0%	61	-1%	58	0%	56	-6%	51	-5%	58	-1%
Вода	1.5 л	14	-4%	12	0%	16	-4%	17	9%	14	-5%	12	-18%	14	-5%
Борошно пшеничне в/г	1 кг	18	-3%	17	-6%	20	-1%	19	-3%	18	-7%	18	7%	18	-4%
Загалом		637	2%	625	0%	639	-3%	647	0%	650	-2%	587	-1%	635	0%

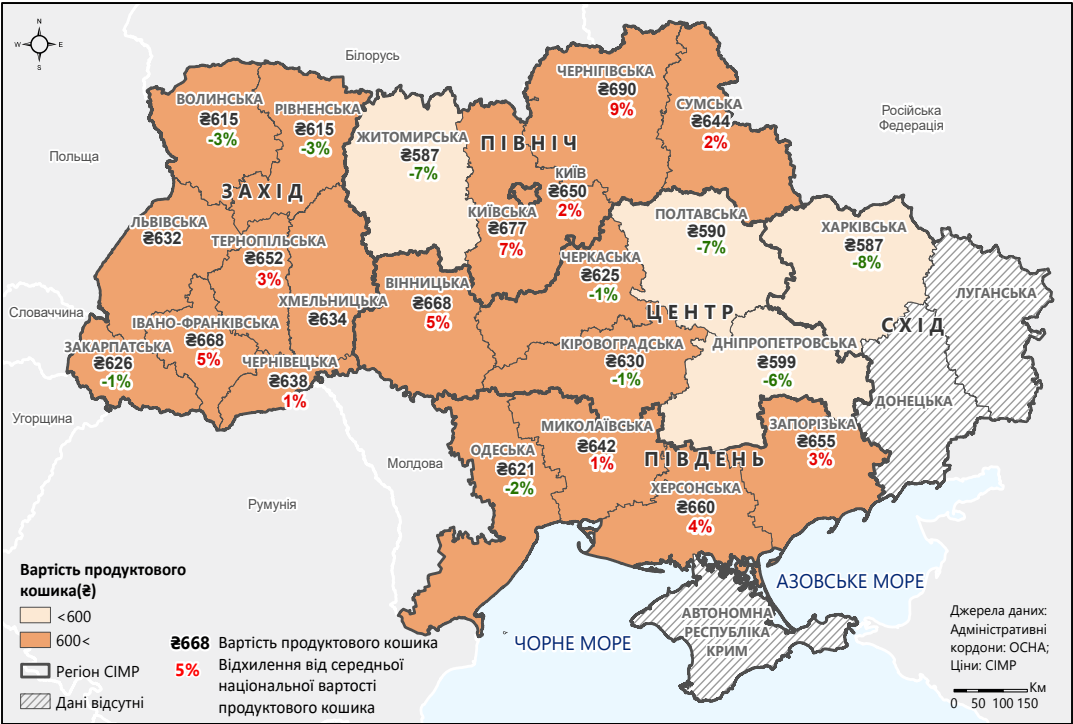
Джерело: CIMP

Таблиця 2: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у квітні 2023 року за регіоном, 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)	14	-12%	11	-2%	15	9%	13	-1%	12	-7%	11	-13%	13	-4%
Підгузки дитячі, 5-9 кг	1 упаковка (40-60 шт)	381	3%	336	6%	423	-5%	435	-1%	340	-13%	426	3%	402	0%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	38	-1%	36	1%	36	-11%	36	-6%	42	8%	43	5%	37	-4%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	19	-4%	18	-5%	24	8%	21	-2%	22	-3%	19	-7%	20	-5%
Зубна паста	1 тюбик(75 мл)	37	-9%	34	9%	38	3%	45	-5%	32	-11%	40	11%	37	2%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	48	1%	44	5%	49	-6%	46	4%	45	-10%	48	-4%	47	-4%
Загалом		538	1%	480	5%	585	-4%	597	-1%	492	-11%	586	2%	556	-1%

Джерело: CIMP

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



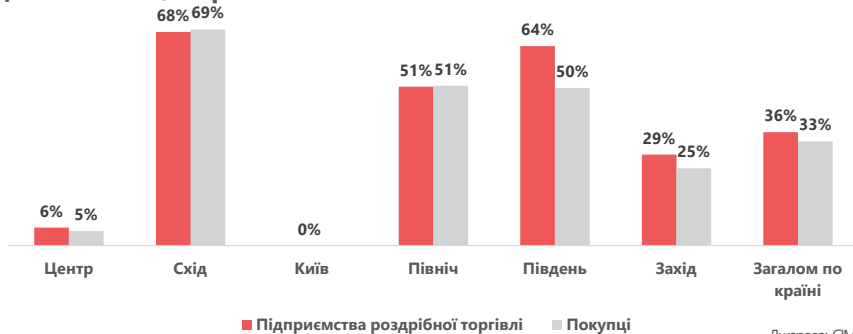
ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

У квітні кожен третій опитаний споживач і представник роздрібною торгівлі зазначив, що повномасштабна війна вплинула на їхню можливість фізичного доступу до магазинів або ринків. Найвищі показники спостерігалися на Сході, Півночі та Півдні, де відповідно 69%, 51% та 50% опитаних споживачів повідомили про труднощі з доступом до магазинів (графік 9).

Головними причинами труднощів доступу до магазинів по всій країні були повітряні тривоги (17% опитаних КІ) та обмеження у пересуванні,

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



пов'язані з воєнним станом (9%).

Від повітряних ударів найбільше потерпали споживачі на Півночі (39%), Заході (21%), Сході (21%) та Півдні (18%). Обмеження у пересуванні негативно вплинули на доступ до послуг для споживачів на Сході (38%) та Півдні (11%).

Споживачі на Сході та Півдні повідомили, що активні бойові дії або обстріли на їхніх територіях (14% та 22%), пошкодження будівель або інфраструктури в їхніх магазинах або на ринках (24% та 22%), та відсутність транспорту (24% та 14%) вплинули на можливість доступу до магазинів та ринків. 20% опитаних споживачів на Півдні та 12% на Півночі відчували себе в небезпеці, перебуваючи в магазинах або дорогою до них, через страх потрапити під обстріл. Відсутність електроенергії в магазинах ускладнила доступ до них для 19% КІ на Півночі. Крім того, 5% опитаних на Півдні постраждали від пошкодження або перекриття доріг, що ведуть до магазину чи ринку.

Фінансові фактори

Фінансові фактори продовжували негативно впливати на доступ споживачів до магазинів та ринків по всій Україні. До того ж, частка респондентів, які повідомили про це, зросла з 59% у березні до 69% у квітні. Основними причинами були зростання цін (61%) та неможливість дозволити собі придбати товари (17%).

Значно вищі відсотки спостерігалися на Сході (90%) та Півночі (88%), особливо в Чернігівській (96%) та Київській (95%) областях, де переважна більшість опитаних споживачів повідомили, що на їхній доступ до магазинів та ринків вплинули фінансові фактори (графік 10).

Про зростання цін як основну фінансову перешкоду повідомили 85% КІ на Півночі, 73% на Сході, 55% у Центрі та 54% на Заході. Крім того, 29% опитаних споживачів на Півдні та 27% на Сході зазначили, що вони не можуть дозволити собі певні товари.

Громадський транспорт був дорогим для 23% КІ на Сході. Висока вартість пального для особистого автомобіля негативно вплинула на 20% споживачів на Сході, 15% - на Півночі та в Центрі, 14% - на Заході та 13% - на Півдні.

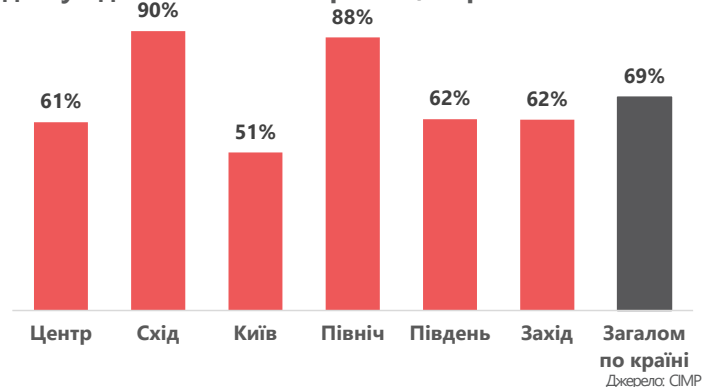
ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

У квітні 35% ритейлерів повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпечення їх асортиментом, тоді як у березні цей показник становив 37%. Частіше з цими труднощами стикалися ритейлери на Півночі та Півдні, ніж в інших регіонах України (61% та 60%, відповідно).

Найбільші труднощі були пов'язані з високими цінами постачальників (про це повідомили 24% підприємств загалом по країні), обмеженнями у пересуванні (11%) та фізичною небезпекою на території (10%).

Зростання цін у постачальників найбільше вплинуло на

Графік 10: % опитаних споживачів, які повідомили про негативний вплив фінансових факторів на їхній доступ до магазинів або ринків, за регіонами



Крім того, 12% споживачів на Півночі, 7% на Півдні та Сході не мали достатньо коштів, а продавці неохоче погоджувалися на інші варіанти оплати.

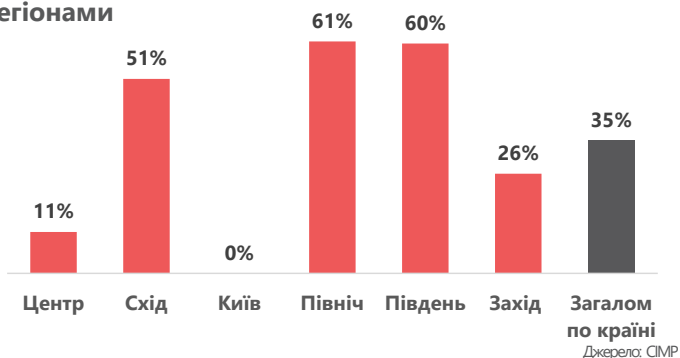
Відповідно, питання цінової доступності залишається критично важливим, особливо на Півночі та Сході (як і в попередні місяці), де це є великою перешкодою для доступу до ринків.

діяльність ритейлерів на Півночі (46%), Сході (45%) та Півдні (29%), особливо в Чернігівській (73%) та Київській (59%) областях.

Труднощі, пов'язані з обмеженням у пересуванні, обмежували діяльність ритейлерів на Сході (36%) та Півдні (30%). Загрози фізичної небезпеки мали негативний вплив на 26% ритейлерів на Сході та 36% на Півдні, переважно в у прифронтових областях, зокрема, у Херсонській (73%) та Запорізькій (52%). Також 29% опитаних ритейлерів на Півдні повідомили про труднощі з доступом до грошових коштів для розрахунків з постачальниками.

Крім того, 20% ритейлерів на Півночі відчували

Графік 11: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом, за регіонами

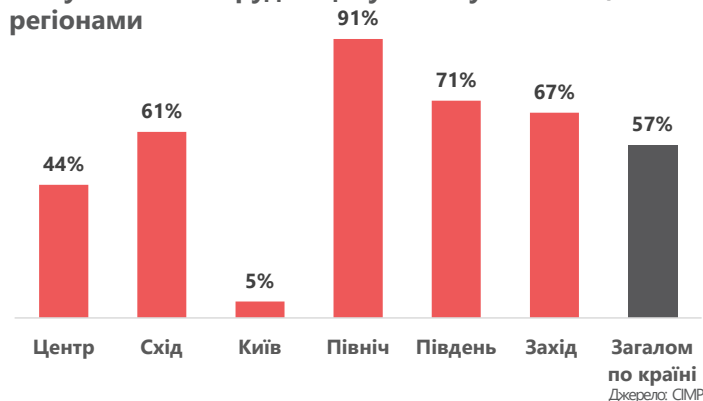


труднощі, пов'язані зі зберіганням товарів під час відключення електроенергії, а 16% - труднощі із збереженням повного штату працівників.

Слід зазначити, що частка ритейлерів, які очікують нових труднощів у найближчому майбутньому через повномасштабну війну, становила 57% загалом по країні (у березні - 58%).

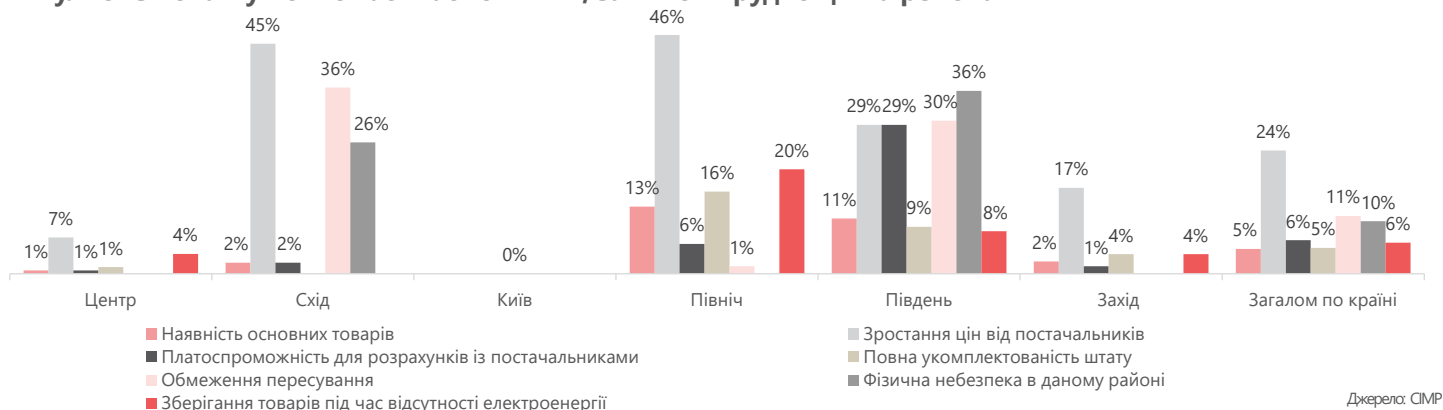
Серед найбільш очікуваних труднощів - зростання цін (49%), з найвищим відсотком на Півночі (88% опитаних

Графік 12: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які очікують нових труднощів у зв'язку з війною, за регіонами



у цьому регіоні), Сході (61%) та Заході (60%), а також зниження купівельної спроможності населення (44%), з найбільшим відсотком на Півночі (78%). 37% ритейлерів на Сході та 29% на Півдні очікують зниження мобільності клієнтів переважно через дуже високу інтенсивність ракетних та артилерійських обстрілів. 23% опитаних ритейлерів на Півдні очікували зниження доступності готівкових коштів. Крім того, 19% ритейлерів на Півночі очікували зниження доступності товарів на ринку.

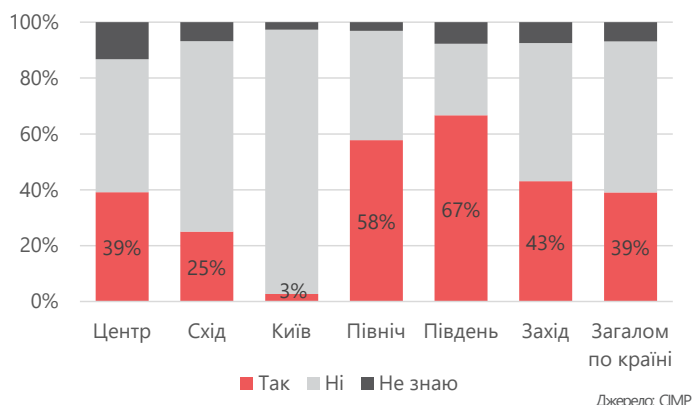
Графік 13: % опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про нові труднощі, з якими вони зіткнулися з початку повномасштабної війни, за типом труднощів та регіонами



ПОСТАЧАННЯ

Як і у березні, у квітні 39% ритейлерів, що їхня діяльність залежить від одного постачальника продовольчих товарів. Це є потенційним джерелом вразливості для магазинів, оскільки може поставити під загрозу їхню здатність підтримувати належний рівень

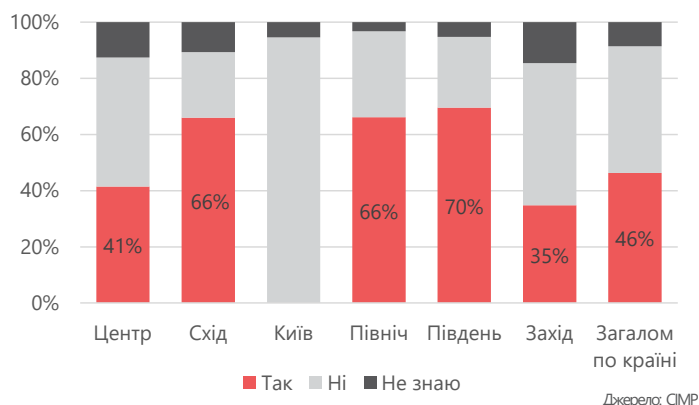
Графік 14: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника продовольчих товарів, по всій країні



запасів. З найбільшими ризиками стикалися ритейлери Південного регіону (графік 14).

Частка ритейлерів, які в основному залежали від одного постачальника основних засобів гігієни, була дещо вищою (46%). Найбільші труднощі в цьому відношенні спостерігалися у південному, східному та північному регіонах (графік 15).

Графік 15: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника засобів гігієни, по всій країні



ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Банки

У квітні лише 69% опитаних споживачів повідомили про повну доступність банківських відділень, які працювали в повному обсязі (графік 17).

Найбільші труднощі з доступом до повного спектру банківських послуг мали респонденти на Півдні, де 22% споживачів вказали на відсутність працюючих банків у їх населеному пункті, а 13% - на те, що наявні відділення не працюють через бойові дії. Переважно це були жителі Запорізької, Миколаївської та Херсонської областей.

Крім того, 40% опитаних споживачів у Чернігівській області зазначили, що мали їздити за банківськими послугами до інших населених пунктів через відсутність банків поряд з їхнім місцем проживання.

Через повітряні атаки банківські відділення по всій країні працювали за скороченим графіком. 21% споживачів вказали, що банківські відділення не могли надавати свої звичайні послуги під час повітряної тривоги, з них найбільше розташовані на Сході (40%) та в Центрі (39%).

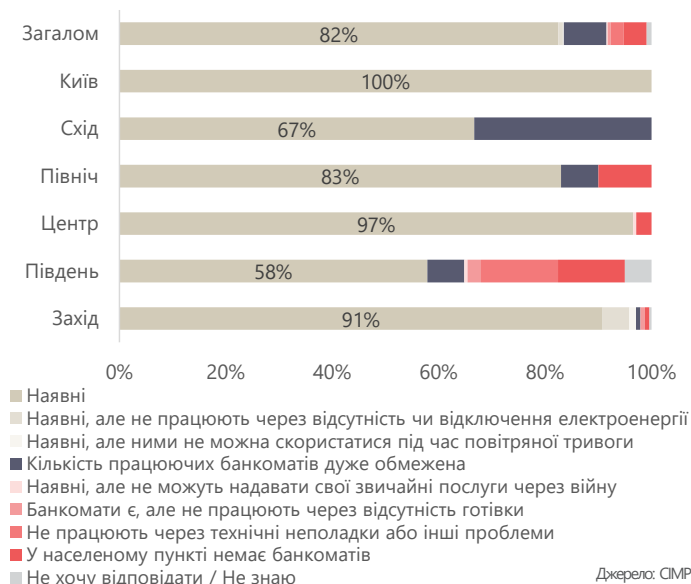
Банкомати

У квітні частка споживачів, що зазначили повну доступність банкоматів, збільшився до 82% порівняно з 78% у березні. Найбільші проблеми з доступом виявлені на Півдні, де лише 58% респондентів зазначили повну доступність працюючих банкоматів, тоді як найнижчі показники були виявлені в Херсонській області (38%).

На думку 8% споживачів, кількість працюючих банкоматів була вкрай обмеженою. Ця проблема є актуальною на Сході, Півночі й Півдні, де 33% споживачів у Харківській, 28% у Житомирській та 20% у Херсонській областях повідомили про обмежену кількість банкоматів.

На Півдні 13% споживачів зазначили, що банкомати не працювали через технічні проблеми або з інших причин. Майже всі вони знаходилися в Херсонській (27%) й Запорізькій (12%) областях. 4% споживачів вказали на відсутність банкоматів у їх громадах. Найвищий відсоток був у Чернігівській (40%), Запорізькій (33%) та

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



Миколаївській (24%) областях.

Крім того, на Півдні 14% споживачів повідомили, що банкомати не працювали через технічні проблеми або з інших причин. Усі вони були розташовані в Херсонській (23%) та Миколаївській (16%) областях.

Укрпошта

За словами 68% споживачів відділення «Укрпошти» працювали щодня і регулярно надавали усі звичайні фінансові послуги. Водночас 18% споживачів вказали, що відділення «Укрпошти» не працюють під час повітряної тривоги. За даними 4% КІ, у їхніх громадах були доступні лише пересувні поштові відділення. З них найвища частка була у Чернігівській (40%), Херсонській (18%) й Миколаївській (16%) областях.

Способи оплати

У квітні основними способами оплати, які приймали ритейлери, були готівка (100%), кредитні картки (84%), дебетові картки (71%), мобільні додатки (55%) та ваучери від ООН або неурядових організацій (2%).

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



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



МАКРОЕКОНОМІКА

У квітні інфляція на споживчому ринку становила 0,2% порівняно з березнем 2023 року. Ціни на продовольчі товари та безалкогольні напої зросли на 0,4% (графік 19)⁵.

Темпи зниження споживчої інфляції були вищими, ніж очікувалось. Цьому сприяв високий рівень пропозиції продовольчих товарів та палива, а також покращення ситуації в енергетичному секторі. Інфляцію також стримувало зміцнення гривні на готівковому валютному ринку та покращення інфляційних очікувань.²

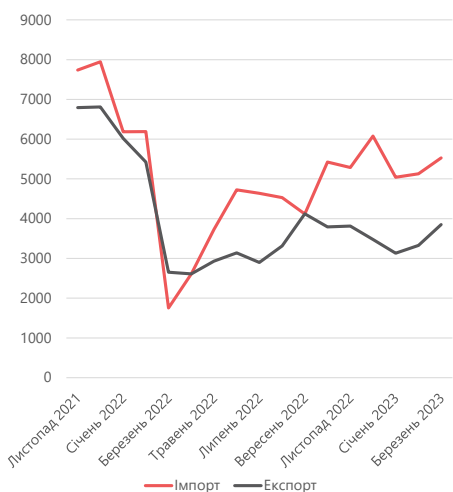
За місяць найбільше зросли ціни на свинину (на 7,4%). Яловичина, м'ясо птиці, кисломолочна продукція, безалкогольні напої, риба, хліб та овочі подорожчали на 1,8-0,3%. Водночас ціни на яйця знизилися на 8,7%.⁵

У квітні 2023 року ціни зросли на 17,9% порівняно з квітнем 2022 року відповідно до 12-місячного відсотка зміни індексу споживчих цін. Найбільше за рік зросли ціни на транспорт, продовольчі товари та безалкогольні напої, предмети домашнього вжитку, побутову техніку та поточне утримання житла (на 23,6%, 22,2% та 20,1% відповідно)⁶, як показано на графіку 20.

Зменшення дефіциту електроенергії та успішна адаптація підприємств, у тому числі через закупівлю джерел автономного живлення, призвели до пожвавлення економічної активності¹.

Так, за даними опитування,

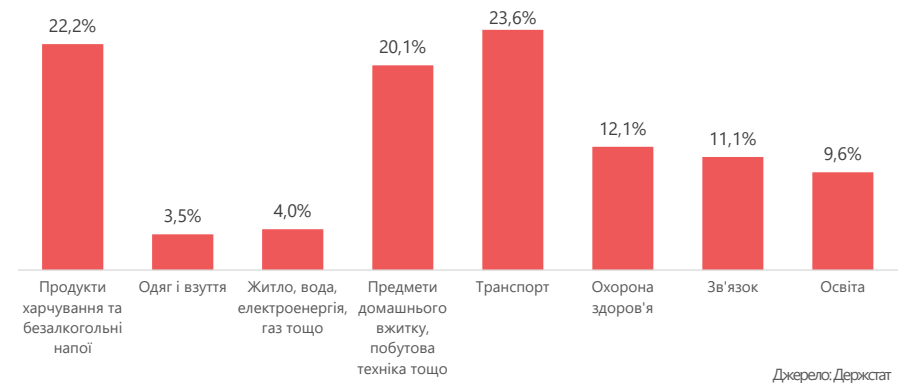
Графік 21: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, у млн. доларів США



Графік 19: Темпи інфляції, % до попереднього місяця



Графік 20: Зміни споживчих цін на окремі групи товарів та послуг у квітні 2023 року, % до квітня 2022 року



проведеного НБУ, у квітні, вперше із жовтня 2021 року, бізнес позитивно оцінив свою діяльність порівняно з попереднім місяцем. Незважаючи на ці позитивні тенденції, поточний фінансово-економічний стан підприємств залишається слабким⁷.

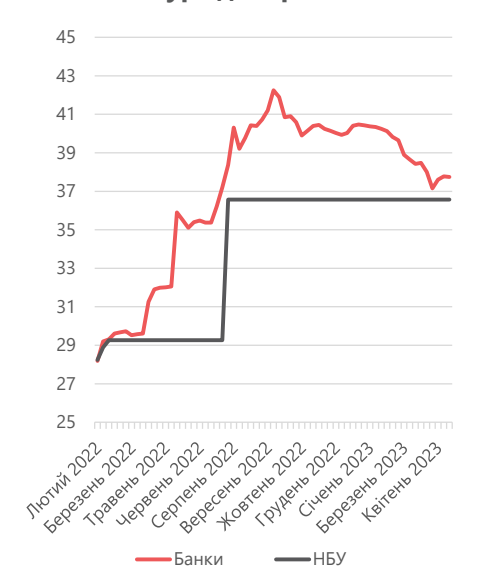
Посівна ярих культур цього року обтяжена наслідками війни: високим рівнем забруднення, пошкодження та мінування земель на деокупованих та близьких до бойових дій територіях; ускладненою обробкою земель після минулорічного врожаю кукурудзи та соняшнику, що збиралися із запізненням, а також збільшенням витрат виробників та дефіцитом кадрів. Додатковим стримуючим чинником для проведення посівної та роботи олійноекстракційних заводів була невизначеність щодо продовження роботи «зернового коридору».

Відновлення споживчого попиту сприяло пожвавленню роздрівної торгівлі та сфери послуг. Однак споживчий попит залишався слабким через високий рівень безробіття, низькі доходи населення та велику кількість переміщених осіб.

За даними Державної служби статистики, негативне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами у січні-березні 2023 року зросло у 26 разів порівняно з аналогічним періодом 2022 року⁸.

Експорт товарів з України за звітний період скоротився на 26% до \$10,3 млрд порівняно з першим кварталом 2022 року, тоді як імпорт збільшився на 11% до \$15,7 млрд⁹.

Графік 22: Середньоринковий обмінний курс долара США

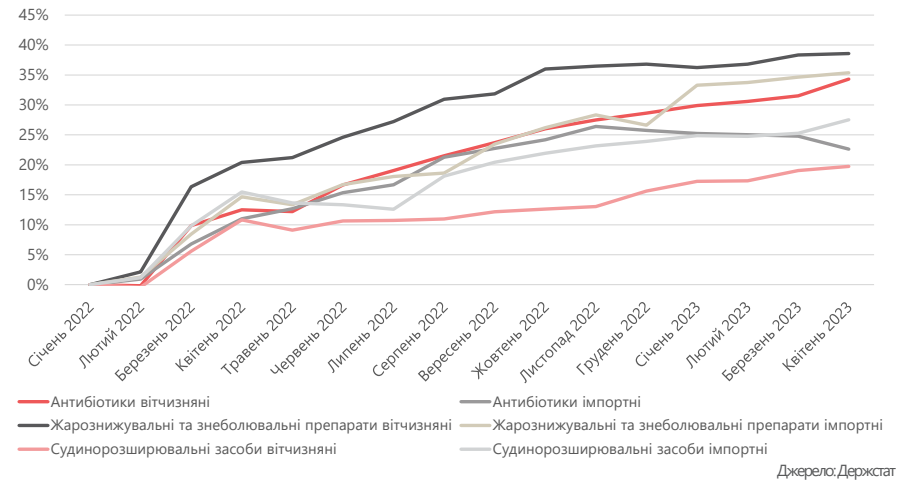


ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

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

Ціни на ліки залишаються значно вищими порівняно з довоєнним рівнем. Відносно січня 2022 року середні ціни на жарознижувальні та анальгетики вітчизняних торгових марок були вищими на 39%, на жарознижувальні та анальгетики імпортованих торгових марок - на 35%, на антибіотики вітчизняних торгових марок - на 34%, на антибіотики імпортованих торгових марок - на 23%, на судинорозширювальні засоби імпортованого виробництва - на 28%, на судинорозширювальні засоби вітчизняного виробництва - на 20%¹ (графік 23).

Графік 23: Кумулятивне зростання цін на окремі лікарські засоби, у середньому по країні, у % від січня 2022 року



ВАРТІСТЬ ОРЕНДИ ЖИТЛА

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

У квітні 2023 року середня вартість оренди 1-кімнатної квартири була на 40% вищою, ніж у січні 2022 року (довоєнний рівень). Найбільше зростання цін на оренду порівняно з січнем 2022 року зафіксовано в Закарпатській (на 204%), Львівській (на 112%), Івано-Франківській (на 88%), Чернівецькій (на 63%), Хмельницькій (на 62%), Кіровоградській (на 61%) та Черкаській (на 60%) областях.

Найвищі ціни на оренду житла спостерігалися в західних областях, які прийняли найбільшу кількість ВПО, наприклад, у Закарпатській (13123 грн) та Львівській (11543 грн), тоді як найнижчі - в областях, розташованих поблизу лінії фронту або постраждалих внаслідок обстрілів, таких як Сумська (2769 грн), Запорізька (2769 грн) та Херсонська (2960 грн)¹.

Графік 24: Області за середньою вартістю оренди 1-кімнатної квартири у квітні 2023 року, грн



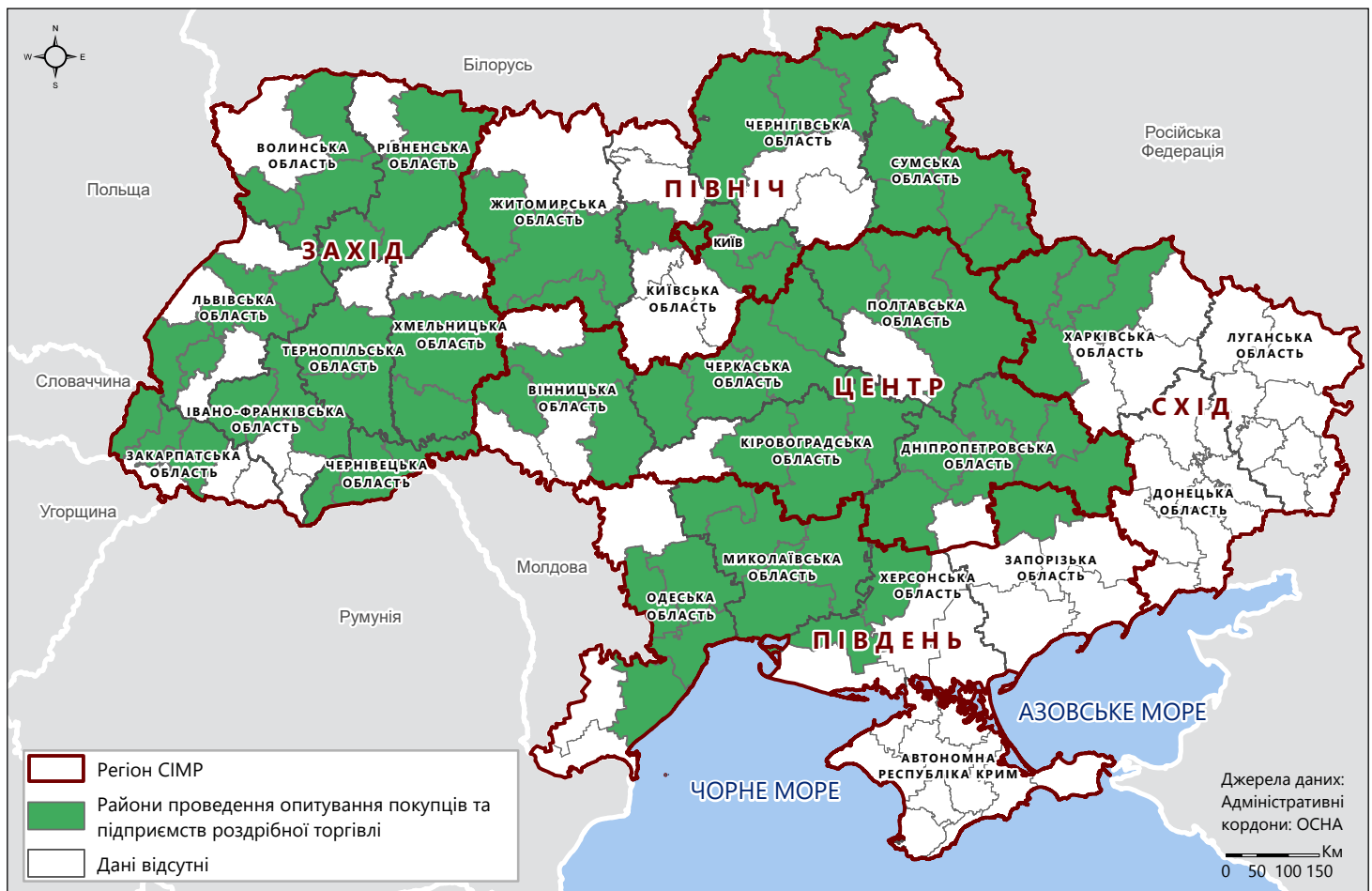
МЕТОДОЛОГІЯ

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

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

користуються широким попитом. Усі дані збираються польовим персоналом, який володіє загальною методологією та інструментами СІМР. Далі ці дані надходять на загальний сервер РГГД - КоВо, після цього дані очищаються та аналізуються фахівцями REACH. У рамках СІМР також передбачене інтегрування вторинних даних, зокрема даних Державної служби статистики України та інших джерел, які використовуються для тріангуляції там, де це можливо. Ціни, наведені в цьому інформаційному бюлетені, є «медіанами місцевостей», призначеними для мінімізації впливу відхилень та неоднакової кількості цін, отриманих з різних громад. Спочатку розраховується медіана цін на кожну досліджувану позицію в межах кожної досліджуваної громади; далі, по кожній позиції експерти REACH розраховують медіану з цього переліку медіан для більших територіальних одиниць (райони, області, регіони, та загалом по Україні).

ГЕОГРАФІЧНЕ ОХОПЛЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



ТРУДНОЩІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Оскільки CIMR спирається на методологію цільової вибірки, результати слід розглядати як орієнтовні, а не репрезентативні. Окрім того, результати дослідження відображають ситуацію на ринку на момент збору даних.

У методології CIMR для кожного товару реєструється ціна найдешевшого наявного бренду або сорту, які користуються широким попитом. Оскільки в різних регіонах той чи інший бренд може бути відсутнім, порівняння цін між регіонами іноді базується на товарах з дещо відмінними характеристиками.

У деяких випадках проведення

мінімальної кількості інтерв'ю з підприємствами роздрібною торгівлі або споживачами, передбачену методологією CIMR, є неможливим. Тому з метою відтворення відсутніх цін та розрахунку вартості кошика CIMR може застосовуватись розрахункова ціна, яка базується на медіані відповідного району чи області.

Методологія віддаленого моніторингу CIMR дозволяє отримати достовірні дані про ціни та доступність товарів і послуг. Однак, вона не передбачає збору додаткових даних про функціональність ринку.

З огляду на подальше розширення території проведення CIMR деякі зміни в загальних медіанних цінах можуть бути зумовлені змінами в географічному охопленні, а не фактичними цінами.

КІНЦЕВІ ВИНОСКИ

¹ Державна служба статистики України, «Середні споживчі ціни на товари (послуги) в Україні у 2023 році», 15 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

² Національний банк України, «Інфляційний звіт», 4 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

³ Держпродспоживслужба, «До уваги споживачів: встановлено мораторій на підвищення тарифів на комунальні послуги», 27 вересня 2022 року, доступно [ТУТ](#)

⁴ НБУ, «Коментар Національного банку щодо рівня інфляції в квітні 2023 року», 11 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

⁵ Державна служба статистики України «Індекси цін», 10 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

⁶ Державна служба статистики України «Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2023 році», 15 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

⁷ Національний банк України, «Ділові очікування підприємств України», 17 квітня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

⁸ Financial Club, «Дефіцит зовнішньої торгівлі товарами збільшився у 26 разів за I квартал», 15 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

⁹ Державна служба статистики України «Зовнішня торгівля України», 15 травня 2023 року, доступно [ТУТ](#)

ДОНОРИ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

UHF Ukraine Humanitarian Fund

ПАРТНЕРИ



acted



MERCY CORPS



Про ініціативу REACH

Метою Ініціативи REACH є допомога у розробці інформаційних інструментів та продуктів, які покращують здатність гуманітарних організацій приймати рішення на основі фактичних даних в контексті надзвичайних ситуацій, відновлення та розвитку. Методології, які використовуює REACH, передбачають збір первинних даних та поглиблений аналіз. Діяльність REACH відбувається в рамках механізмів міжвідомчої координації надання гуманітарної допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій Ініціативи IMPACT, ACTED та Програми оперативного застосування супутникової інформації Навчального і науково-дослідного інституту ООН (UNITAR-UNOSAT).