

Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

Липень 2023 року

Україна

КЛЮЧОВІ ТЕЗИ

- Цінова доступність залишається головною проблемою, оскільки 52% опитаних покупців повідомили про підвищення цін як про основну фінансову перешкоду в доступі до товарів. Найвищий відсоток таких респондентів зафіксовано на Півночі (74%). Крім того, на Півночі спостерігалася найбільша частка підприємств роздрібної торгівлі, які очікували, що зростання цін від постачальників (94%) та зниження купівельної спроможності покупців (81%) стануть головними викликами в найближчі місяці.
- Ціни на пальне зросли: 7% на бензин А-95 і газ скраплений для автомобілів, та 8% на бензин А-92 і дизель. Таке підвищення пов'язане з поверненням довоєнного рівня податків на додану вартість (ПДВ) та акцизу.
- У той час як на національному рівні вартість повного кошика СІМР у липні залишилася незмінною порівняно із червнем (1186 грн), на Сході відбулося помітне (на 16%) зростання його вартості через подорожчання засобів гігієни, особливо дитячих підгузків. Зокрема, у Донецькій області 50% опитаних підприємств роздрібної торгівлі повідомили про збільшення цін на кожен товар у повному кошику СІМР. Продуктовий кошик залишався найдорожчим на Півночі, особливо в Чернігівській області.
- Нестача основних товарів, таких як продукти харчування, непродовольчі товари та безрецептурні ліки, була найбільш поширеною на Сході. Серед усіх товарів, включених до національного кошику СІМР, найменш доступними залишалися каші для першого прикорму, а також дитячі підгузки.
- Безпекові чинники обмежували діяльність підприємств роздрібної торгівлі на Півдні та Сході, особливо на територіях поблизу лінії фронту, таких як Донецька, Херсонська та Запорізька області.
- Опитані споживачі на Півдні стикалися з труднощами в доступі до фінансових послуг переважно через недостатню кількість банків та банкоматів, а також через тривалі перебої в роботі існуючих, спричинені бойовими діями.

1186 грн

Вартість кошика СІМР

32,02 USD (▲ 0,4%) 28,66 EUR (▼ 2%)

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

Схід*	1263	▲ 16%
Північ	1209	▲ 1%
Південь	1191	▼ 5%
Загалом	1186	— 0%
Захід	1181	▼ 3%
Київ	1154	▼ 4%
Центр	1096	▼ 6%

СІМР у липні 2023 року:

- 10 партнерів-учасників
- 1267 проведених інтерв'ю
 - 574 опитані підприємства роздрібної торгівлі
 - 693 опитані споживачі (41% чоловіків та 59% жінок)
- 24 досліджені області
- 143 досліджені громади

* Схід включає Харківську, Донецьку та Луганську області.

** Огляд методології наведено на сторінці 13.

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. 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 (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 споживачів, що відображають щомісячні зміни на місцевих ринках**.

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Продовольчі товари

У липні, як і в попередні місяці, продовольчі товари були в широкому доступі, оскільки лише 1% опитаних покупців у цілому в країні повідомили про їхню обмежену доступність (графік 1). На дефіцит продовольчих товарів переважно вказували споживачі в південному регіоні (4%).

Згідно з опитуванням підприємств роздрібної торгівлі, найменш доступним товаром у продуктовому кошику СИМР були каші першого прикорму. Про їхню повну доступність в цілому по країні повідомили 90% опитаних ритейлерів, причому найнижчий відсоток був на Півдні (68%), зокрема в Запорізькій (22%) та Херсонській (47%) областях.

Засоби гігієни

У липні 97% опитаних споживачів вказали на повну наявність засобів гігієни (графік 2), порівняно з 99% у червні.

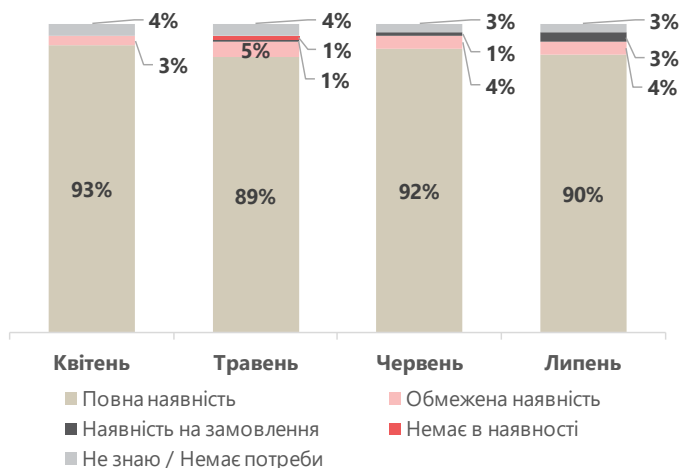
Найбільша частка покупців, які повідомили про недостатню кількість цих товарів у місцевих магазинах та на ринках, спостерігалася в Донецькій області (20%). Крім того, інші 30% опитаних покупців у цій області повідомили, що можуть придбати засоби гігієни тільки під замовлення.

Результати опитування ритейлерів свідчать, що дитячі підгузки були найдефіцитнішим товаром у гігієнічному кошику СИМР. Загалом по країні на їхню повну наявність вказали 91% опитаних ритейлерів. Найнижчий рівень доступності спостерігався на Півдні (70%) та Сході (83%), зокрема в Запорізькій (38%), Херсонській (45%) та Донецькій (50%) областях.

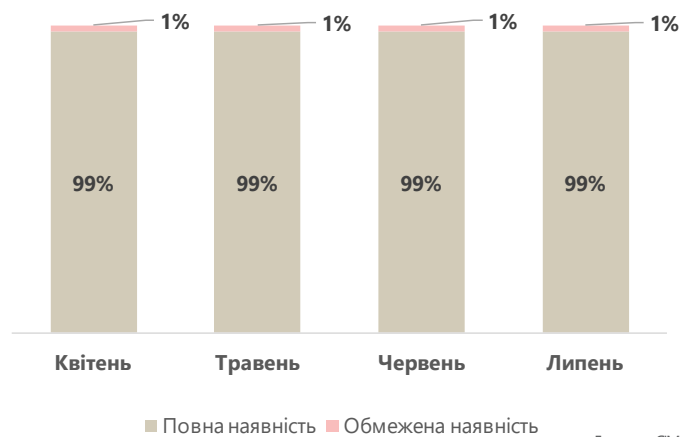
Ліки

Доступність безрецептурних ліків дещо погіршилася порівняно з минулим місяцем. Якщо в червні 92% споживачів повідомили про повну наявність ліків, то в липні їхня частка зменшилася до 90% (як можна побачити на графіку 3). Найнижчі відсотки зафіксовано на Сході (78%) та Півдні (81%). А саме, для 33% опитаних покупців у Херсонській області доступ до безрецептурних ліків був обмеженим. У Донецькій області 50% опитаних споживачів повідомили, що можуть придбати ліки лише під замовлення.

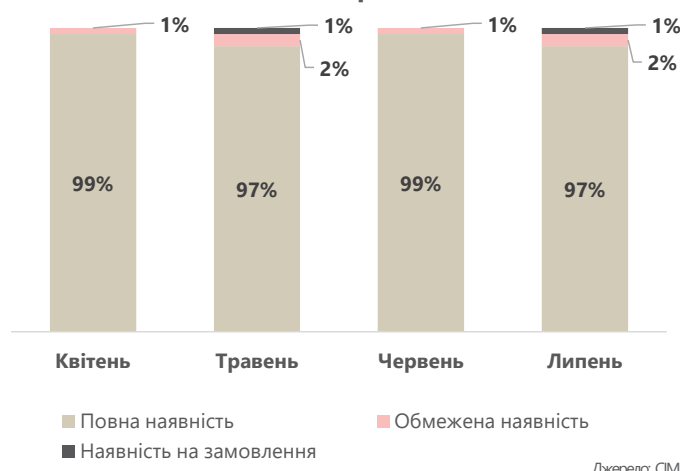
Графік 3: % покупців, які повідомили про наявність безрецептурних ліків, загалом по країні



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



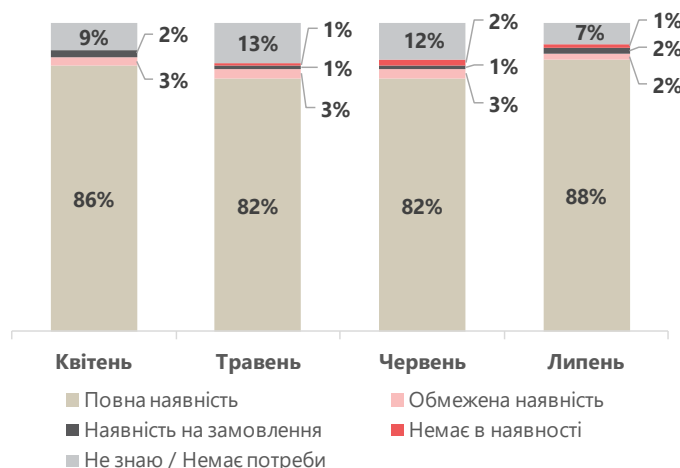
Графік 2: % покупців, які повідомили про наявність засобів гігієни, загалом по країні



Теплий одяг

Оскільки експерти попереджають про те, що наступна зима буде складною¹, важливо підготуватися заздалегідь та переконатися в доступності теплового одягу. Дані обстеження свідчать про безперервні труднощі в доступі до теплового одягу на Сході та Півдні. Так 40% опитаних споживачів у Донецькій області повідомили, що можуть придбати теплий одяг тільки під замовлення, а 15% опитаних споживачів в Херсонській області стикнулися з недостатньою кількістю (дефіцитом) теплового одягу в місцях їхнього проживання.

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



ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Наявність

Завдяки достатній пропозиції на ринку, для більшості опитаних споживачів у липні (83%) автомобільне паливо було в наявності в достатній кількості (графік 5). Водночас, існували певні проблеми з доступом до пального у Вінницькій області, де 13% респондентів повідомили про його відсутність.

У липні ситуація відносно палива для опалення не змінилася (як це відображено на графіку 6). Як і в червні, 12% опитаних споживачів у Чернігівській області мали змогу придбати паливо для опалення лише під замовлення. Крім цього, лише незначна кількість опитаних покупців у південних та центральних регіонах вказала на його недостатню кількість.

Ринкові ціни

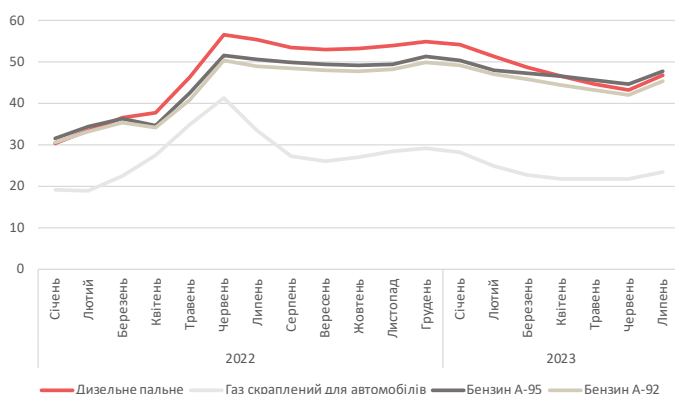
За даними Державної служби статистики України (Держстат)², середні ціни на всі види автомобільного пального на споживчому ринку зросли в липні (графік 7), що пов'язано з відновленням довоєнних ставок ПДВ та акцизу на паливо³.

Порівняно із червнем, середні споживчі ціни на такі види автомобільного палива як бензин А-92 та дизель зросли на 8%, тоді як ціни на бензин А-95 та газ скраплений для автомобілів підвищилися на 7%.

За даними опитування покупців, орієнтовні ціни на бензин і дизель, придбані через неофіційні джерела, були нижчими, ніж на ті, що були придбані через офіційні джерела. Так, респонденти могли придбати бензин через офіційні джерела за 48 грн за літр, а через неофіційні – за 46 грн за літр. Аналогічно ціна на дизель становила 47 грн за літр через офіційні джерела та 45 - через неофіційні.

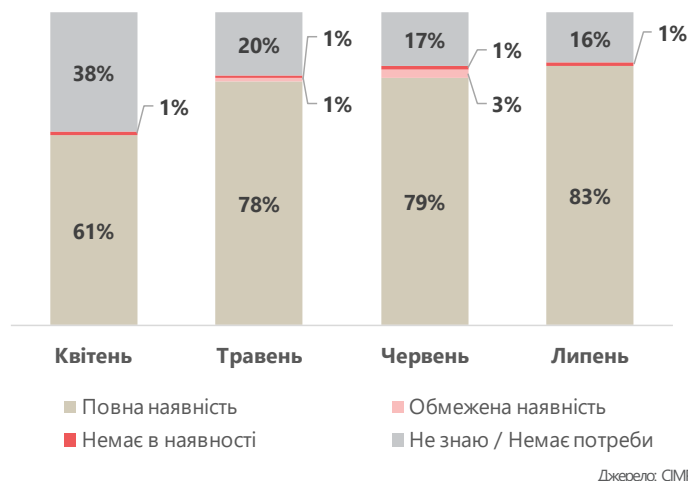
З початку повномасштабної війни, ціни на природний газ, який споживачі використовують для опалення своїх будинків та приготування їжі, залишалися незмінними на рівні 8 грн за кубометр по всій країні. Другий місяць поспіль ціни на електроенергію становили 2,64 грн за кВт/год.

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



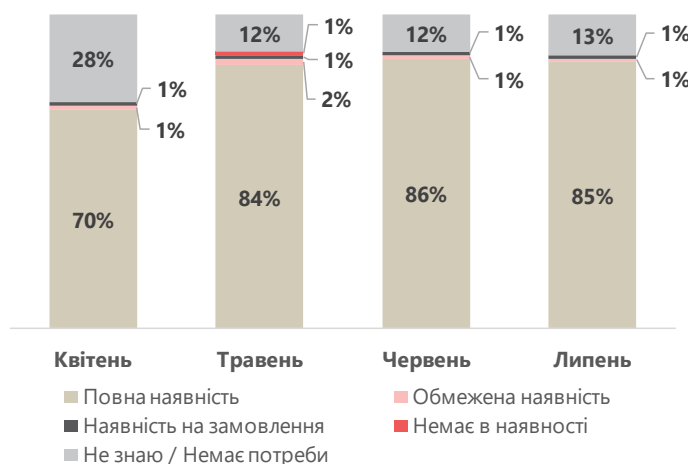
Джерело: Держстат

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



Джерело: СІМР

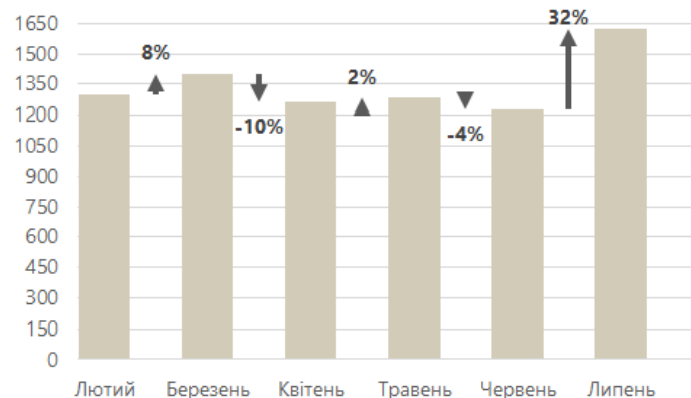
Графік 6: % покупців, які повідомили про наявність палива для опалення, загалом по країні



Джерело: СІМР

У липні ціни на дрова зросли на 32% порівняно із червнем і досягнули рівня 1620 грн за кубометр (графік 8). Найвищі ціни спостерігалися на Півдні (2500 грн) та Сході (2200 грн).

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



Джерело: СІМР

КОШИК CIMP

Медіанна вартість повного кошика CIMP

Кошик CIMP - 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 CIMP було визначено під час консультацій із Робочою групою з питань грошової допомоги в Україні (РГГД).

У липні вартість повного кошика CIMP залишилася на тому ж рівні, що і в червні, і становила 1186 грн загалом по країні (як показано на графіку 9). Проте на Сході відбулося помітне зростання його вартості (на 16%). І, навпаки, протягом цього ж періоду вартість кошика CIMP найбільше знизилася в Центрі (на 6%).

Найдорожчий кошик CIMP було розраховано на основі цін, про які повідомлялося на Сході (1263 грн) та Півночі (1209 грн), тоді як найнижчі ціни в кошику CIMP спостерігалися в Центрі (1096 грн).

Стосовно регіональних відмінностей у цінах, то вищі ціни також спостерігалися в регіонах, на які впливали артилерійські обстріли та безпекові ризики, тоді як у деяких західних областях вищими ціни були через відносно високий попит (за повідомленнями польових команд).

ВМІСТ КОШИКА CIMP

Продовольчі товари

Хліб	500 г
Крупа гречана	1 кг
Капуста	1 кг
Морква	1 кг
Курятина (стега)	1 кг
Каші для першого прикорму	200 г
Вода питна	1 пляшка (1,5 л)
Яйця (курячі)	10 шт
Молоко (2,5%)	900 мл
Олія соняшникова	900 мл
Цибуля	1 кг
Картопля	1 кг
Рис круглий	1 кг
Борошно пшеничне (біле)	1 кг

Непродовольчі товари (НПТ)

Туалетне мило	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)

На обласному рівні найбільша вартість споживчого кошика CIMP була зафіксована в Донецькій (1448 грн), Волинській (1402 грн) та Херсонській (1366 грн) областях.

Про зростання цін на всі товари в споживчому кошику CIMP повідомили 50% опитаних підприємств роздрібною торгівлі в Донецькій, 25% - у Запорізькій та 22% - у Сумській областях.

Ціни

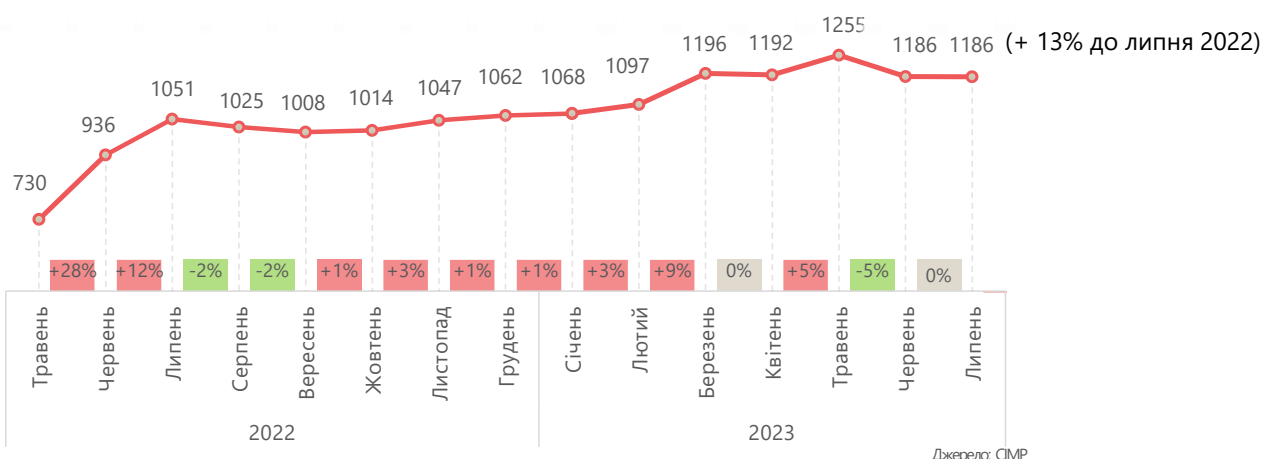
У липні вартість продуктового кошика CIMP знизилася в усіх регіонах, крім Сходу. Це зниження може бути пов'язане із сезонним зменшенням цін на овочі за рахунок розширення пропозиції. Варто зазначити, що капуста, цибуля та морква значно подешевшали по всій країні (на 48%, 33% та 15% відповідно).

Збільшення пропозиції сприяло уповільненню росту цін на яйця, але рівень цін все одно перевищував минулорічний через збільшення обсягів експорту.

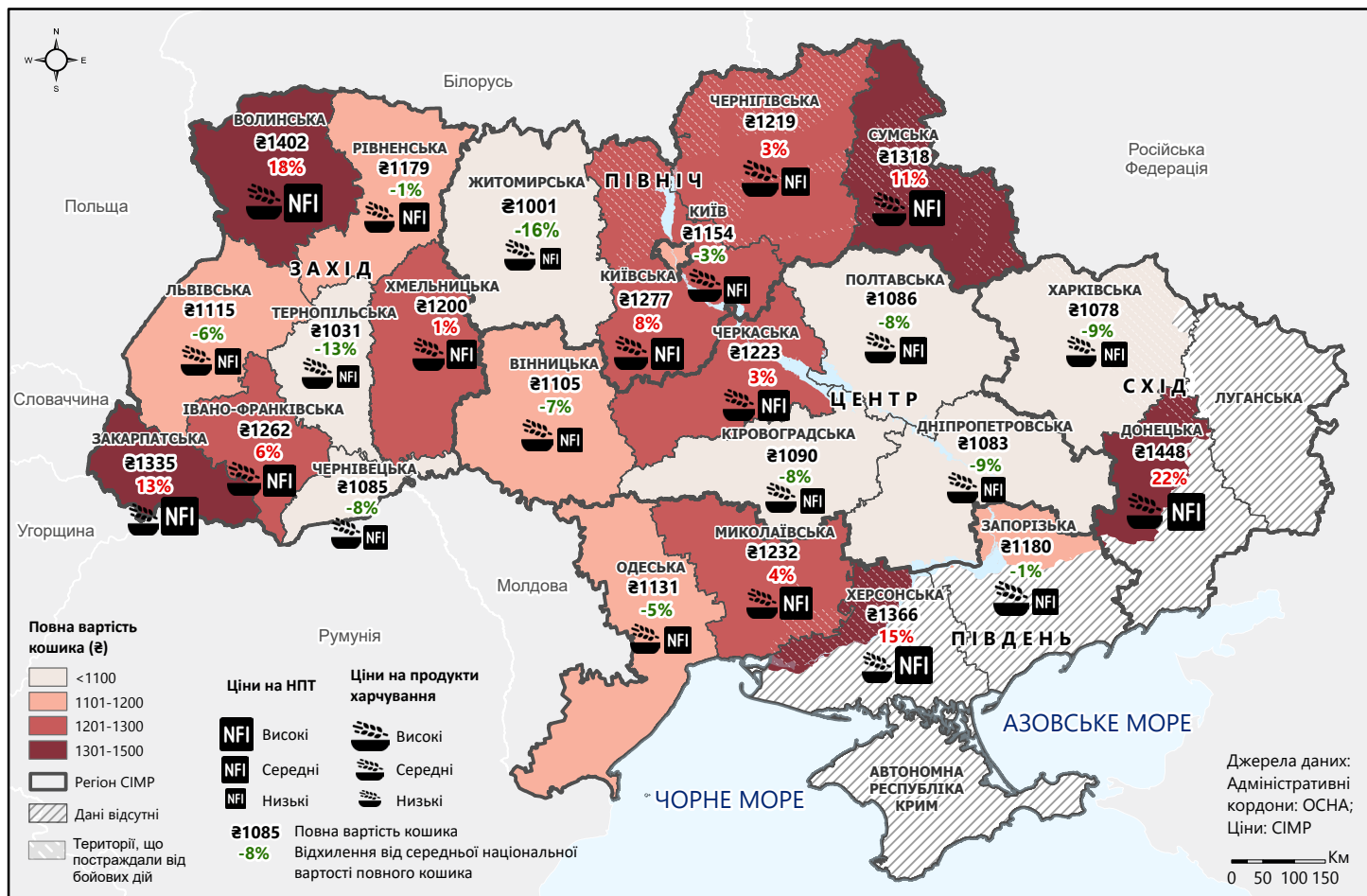
Ціни на картоплю та питну воду, навпаки, зросли по всій країні на 43% та 13% відповідно.

Як і у попередні місяці, найдорожчі продовольчі кошики було зафіксовано в Києві (620 грн) та на Півночі (621 грн), зокрема в Чернігівській області (659 грн). І, навпаки, найбільш доступною була вартість продуктового кошика в Центрі (593 грн).

Графік 9: Місячна динаміка вартості кошика CIMP, грн



Карта 1: Медіанні значення цін на продовольчі та непродовольчі товари в липні 2023 року, за областями

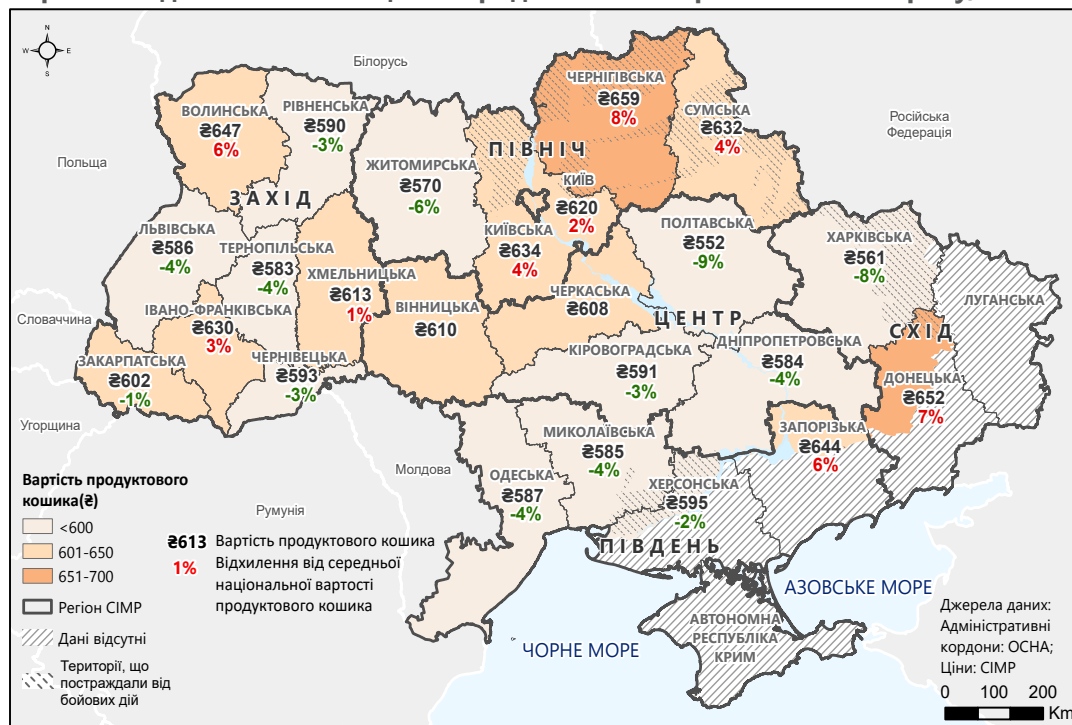


Таблиця 1: Медіанні ціни на продовольчі товари в липні 2023 року, за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом по країні	
		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	5%	17	-6%	18	1%	17	-5%	21	-8%	18	3%	18	1%
Крупа гречана	1 кг	46	-10%	47	-2%	60	-7%	52	-1%	46	-9%	47	3%	47	-7%
Капуста	1 кг	21	-55%	22	-55%	26	-42%	26	-46%	25	-51%	25	-44%	25	-48%
Морква	1 кг	55	-9%	47	-21%	49	-17%	52	-10%	47	-27%	53	-9%	50	-15%
Курятина (стегна, свіжі)	1 кг	107	3%	115	4%	97	5%	110	14%	120	-4%	96	-4%	109	7%
Каші для першого прикорму	200 г	90	3%	94	14%	61	-14%	92	-4%	97	7%	82	39%	91	8%
Яйця (курятні)	10 шт	36	-9%	34	-5%	44	-4%	36	-13%	35	-21%	36	-7%	36	-11%
Молоко (2.5%, свіже)	900 мл	31	3%	32	2%	33	1%	32	-4%	30	2%	37	18%	32	2%
Олія соняшникова	900 мл	48	-5%	51	0%	60	-3%	56	0%	53	-5%	62	11%	55	-2%
Цибуля	1 кг	40	-30%	33	-37%	32	-39%	38	-30%	36	-38%	37	-32%	37	-33%
Картопля	1 кг	20	78%	19	46%	18	29%	22	105%	19	22%	20	-2%	19	43%
Рис (круглий)	1 кг	53	-3%	52	-1%	59	2%	52	-3%	56	-5%	55	17%	54	-1%
Вода	1.5 л	17	18%	15	0%	17	9%	17	-4%	14	0%	17	14%	17	13%
Борошно пшеничне	1 кг	19	1%	15	-4%	20	0%	19	-5%	20	0%	20	38%	19	1%
Загалом		601	-7%	593	-7%	595	-9%	621	-5%	620	-12%	606	1%	609	-6%

Джерело: CIMR

Карта 2: Медіанні значення цін на продовольчі товари в липні 2023 року, за областями



Таблиця 2: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) в липні 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	-2%	12	7%	15	-4%	13	2%	12	-6%	16	25%	14	6%
Підгузки дитячі (розмір 3)	1 упаковка (40-60 шт)	406	-2%	359	-6%	435	0%	424	12%	381	9%	490	45%	415	9%
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)	43	1%	40	8%	37	0%	38	0%	44	2%	43	27%	42	10%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	20	0%	18	-6%	22	-2%	22	-4%	22	-2%	26	16%	22	-1%
Зубна паста	1 тюбик (75мл)	43	21%	31	0%	37	-4%	42	7%	31	-6%	37	-18%	37	0%
Пральний порошок	1 пачка (500 г)	54	7%	43	-10%	51	-2%	49	-5%	44	2%	45	22%	47	-3%
Загалом		581	1%	503	-5%	596	0%	588	8%	534	6%	657	34%	577	7%

Джерело: CIMR

Ціни на певні товари в кошику непродовольчих товарів (НПТ) CIMR значною мірою відрізнялися в різних регіонах. Особливо це стосувалося дитячих підгузків, ціни на які коливалися від 359 грн у Центрі до 490 грн на Сході.

У липні вартість непродовольчого кошика становила 577 грн по всій країні, що на 7% більше порівняно із червнем.

Найдорожчий непродовольчий кошик було зафіксовано на Сході (657 грн), тоді як найдешевший (503 грн) - у Центрі, при чому останній був єдиним регіоном, в якому загальна ціна непродовольчого кошика знизилася в липні.

На запит РГД в липні також було зібрано ціни на визначені непродовольчі (гігієнічні) товари, не включені до кошика CIMR (як можна побачити в таблиці 3). Цей набір товарів був найдорожчим на Сході й найдешевшим - у Центрі.

Таблиця 3: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни), не включені до кошика CIMR*, у липні 2023 року, загалом по країні, грн

Найменування	Одиниця	Медіанна ціна, грн
Зубна щітка	1 шт	25
Шампунь	1 шт 200 мл	34
Бритва одноразова (чоловіча)	1 набір із 2 окремих лез	30
Піна для гоління (чоловіча)	1 шт 200 мл	82
Бритва одноразова (жіноча)	1 набір із 2 окремих лез	41
Крем для гоління (жіночий)	1 шт 200 мл	116
Вологі серветки	1 упаковка (15 шт)	9
Крем для тіла	250 мл	111
Туалетний папір	2 рулони	20
Дезодорант (нейтральний) стійкого типу	1 шт 200 мл	149
Засіб для миття посуду/чищення	1 шт 500 мл	31
Губка для миття посуду	1 шт	5
Універсальний побутовий відбілювач	1 шт 500 мл	12
Паперові рушники (для загального прибирання)	6 рулонів	135

Джерело: CIMR

* Ціни на цей набір товарів було додатково зібрано в липні.

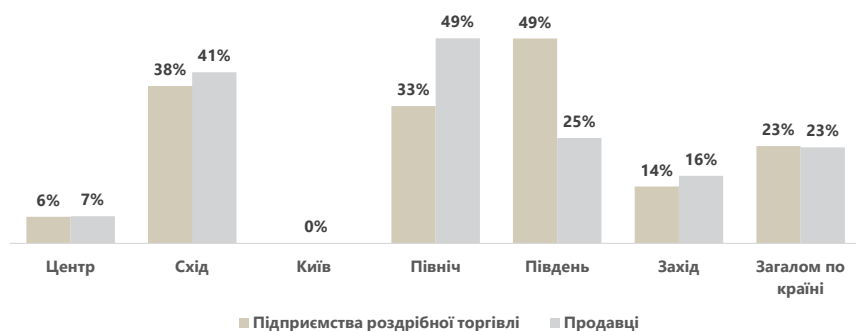
ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

Фізичний доступ до магазинів

У липні 23% опитаних як покупців, так і підприємств роздрібною торгівлі в цілому в країні зазначили, що повномасштабна війна вплинула на їхню можливість фізичного доступу до магазинів або ринків. Найвища частка таких респондентів спостерігалася на Півночі та Сході, де, відповідно, 49% та 41% опитаних покупців повідомили про труднощі з доступом до магазинів (графік 10).

Основними причинами труднощів, на які вказували покупці по всій країні, були повітряні атаки, про що повідомили 13% респондентів. При цьому найвища їхня частка спостерігалася на Півночі (42%). Зокрема, 76% опитаних споживачів у Чернігівській та 70% у Сумській областях повідомили, що магазини та ринки в місці їхнього проживання тимчасово припиняли роботу через повітряні тривоги.

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



Загалом по країні, другим найбільш поширеним фактором, який негативно впливав на можливість доступу споживачів до магазинів та ринків, були обмеження на пересування через воєнний стан. На це вказали 23% респондентів на Сході та 12% на Півдні.

Покупці на Сході також часто стикалися з різноманітними безпековими проблемами, включаючи активні бойові дії або обстріли у їхній місцевості (7%), відчуття небезпеки через страх потрапити під обстріл, перебуваючи в магазинах або по дорозі до них (11%), та пошкодження будівель або інфраструктури в їхніх магазинах або на ринках (18%). Найбільший вплив ці фактори мали на жителів Харківської області.

Тимчасові перебої в роботі магазинів через відключення електропостачання впливали на доступ до магазинів або ринків опитаних покупців у Житомирській (12%) та Волинській (10%) областях.

Фінансові фактори

Фінансові фактори продовжували негативно впливати на доступ покупців до магазинів та ринків по всій Україні, про що в липні повідомили 66% респондентів порівняно із 67% у червні.

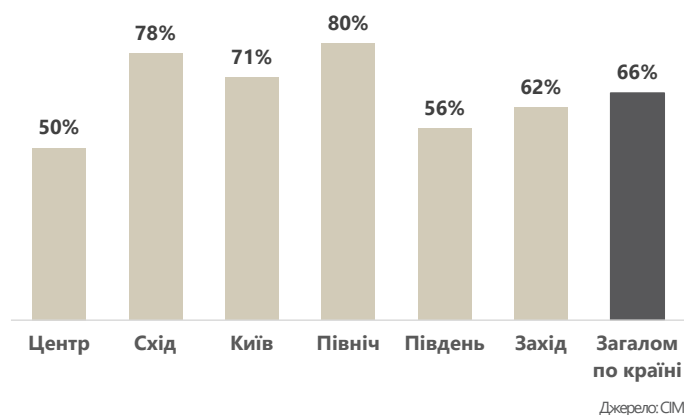
Головними причинами цих викликів були зростання цін (52%) та неможливість дозволити собі придбати товари (20%). Зокрема, 74% респондентів на Півночі, 61% у Києві та 59% на Сході вказали на зростання цін як на основну для них фінансову перешкоду. Більше того, 35% опитаних споживачів на Сході та 30% на Півночі зазначили, що не можуть дозволити собі певні товари.

На національному рівні покупцями було вказано на додаткові фінансові перешкоди, а саме: занадто високі ціни на паливо для особистих транспортних засобів (18%) та висока вартість проїзду в громадському транспорті (7%).

Більше того, 10% опитаних споживачів на Сході не мали достатньої кількості готівки, а продавці неохоче приймали інші способи оплати.

Як наслідок, питання цінової доступності залишається критично важливим, особливо на Півночі та Сході, де це є бар'єром у доступі до ринків.

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



ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

У липні 33% опитаних підприємств роздрібної торгівлі повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпеченням їх асортиментом товарів (порівняно з 27% у червні). Ритейлери зі Сходу, Півночі та Півдня стикалися з цими труднощами частіше, ніж в інших регіонах України (59%, 50% та 47% відповідно), як показано на графіку 12.

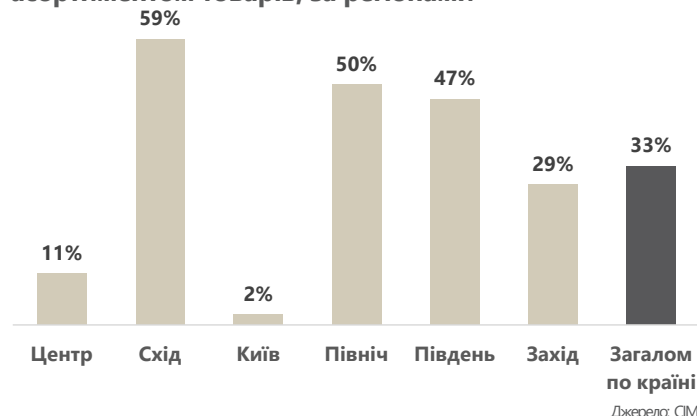
Головні труднощі були пов'язані з високими цінами від постачальників (про це повідомили 24% підприємств загалом по країні), обмеженнями на пересування (7%) та небезпечними умовами в регіоні (7%).

Зростання цін, які було встановлено постачальниками, вплинуло переважно на діяльність ритейлерів на Сході (49%) та Півночі (40%). На обласному рівні найбільша частка підприємств, що стикалися з такими проблемами, спостерігалася в Донецькій (67%), Волинській (67%), Чернігівській (50%) та Сумській (50%) областях.

Фізичні загрози найбільше вплинули на ритейлерів на Півдні та Сході, особливо на територіях уздовж лінії фронту. Якщо бути точніше, про труднощі, пов'язані з фізично небезпечними умовами, повідомили 33% підприємств роздрібної торгівлі на Півдні* та 12% на Сході*, більшість з яких знаходилися в Донецькій, (100%), Херсонській (74%) та Запорізькій (47%) областях. Труднощі, пов'язані з обмеженнями на пересування, стримували діяльність 27% ритейлерів на Півдні та 12% на Сході, більшість з яких також знаходилися в Херсонській (70%), Запорізькій (34%) та Донецькій (33%) областях.

Крім того, підприємства роздрібної торгівлі на Півдні та Півночі зіткнулися з труднощами, пов'язаними зі зберіганням товарів під час відключення електроенергії (14% та 13% відповідно) та з доступом до грошей або готівки для розрахунків із постачальниками (16% та 9%).

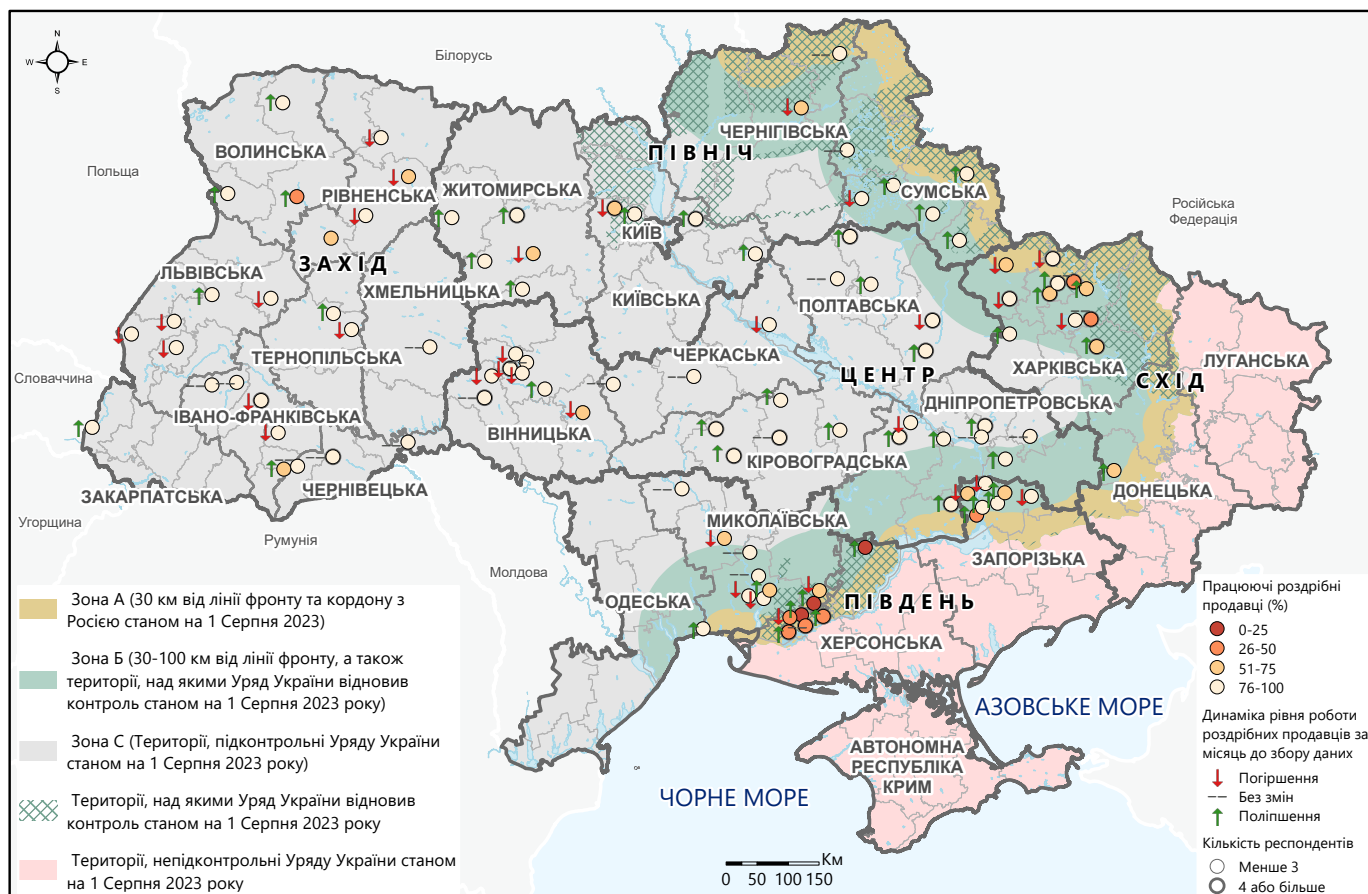
Графік 12: % підприємств роздрібної торгівлі, які повідомили про труднощі в підтримці функціонування та забезпеченості магазину асортиментом товарів, за регіонами



Більше того, 10% опитаних підприємств роздрібної торгівлі на Півночі повідомили про труднощі з наявністю основних товарів та утриманням повного штату працівників.

У липні ключових інформантів серед підприємств роздрібної торгівлі попросили оцінити частку ритейлерів, що працюють на їхньому ринку порівняно з довоєнним рівнем. На територіях, які раніше були тимчасово непідконтрольні Уряду України та зараз знаходяться поблизу лінії фронту, частка працюючих підприємств роздрібної торгівлі була дещо нижчою, ніж у регіонах, які не зазнали безпосереднього впливу від наземних бойових дій, як показано на карті 3 нижче.

Карта 3: Орієнтовна частка працюючих підприємств роздрібної торгівлі в липні 2023 року, порівняно з довоєнним рівнем, на основі даних, отриманих від опитаних підприємств роздрібної торгівлі, за громадами



* Схід включає Харківську, Донецьку та Луганську області.

Південь включає Одеську, Миколаївську, Херсонську, Запорізьку області та Автономну Республіку Крим.

Графік 13: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили про нові труднощі, з якими вони зіткнулися з початку повномасштабної війни в лютому 2022 року, за типом труднощів та регіонами



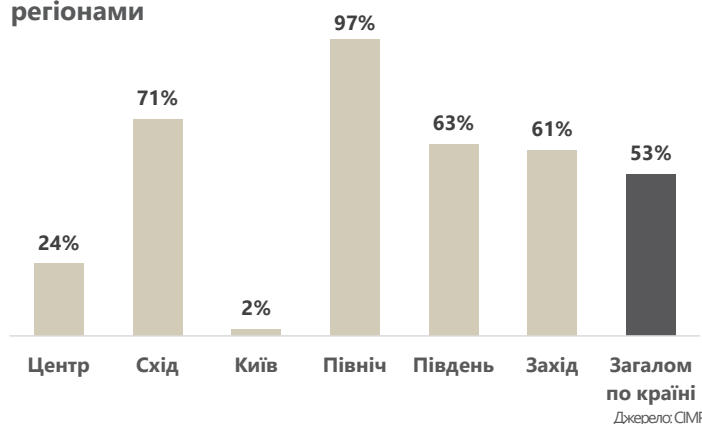
Джерело: СІМР

Отримані дані свідчать, що 53% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі по всій країні очікують нових труднощів у найближчому майбутньому через повномасштабну війну (графік 14).

Серед найпоширеніших очікуваних труднощів, про які повідомлялося загалом по країні, були зростання цін (44%), а також зниження купівельної спроможності покупців (37%). Про ці два виклики на рівні регіонів найбільше повідомлялося на Півночі: 94% респондентів очікували зростання цін та 81% - на зниження купівельної спроможності покупців. Як і попереднього місяця, результати дослідження виявили тривожну ситуацію в Чернігівській області, де кожне опитане підприємство роздрібно́ї торгівлі очікувало на зростання цін від постачальників та зниження купівельної спроможності споживачів.

Крім того, 20% підприємств роздрібно́ї торгівлі на Півночі та 23% на Півдні очікували на зниження доступності готівкових коштів.

Графік 14: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які очікують нових труднощів у зв'язку з війною, за регіонами



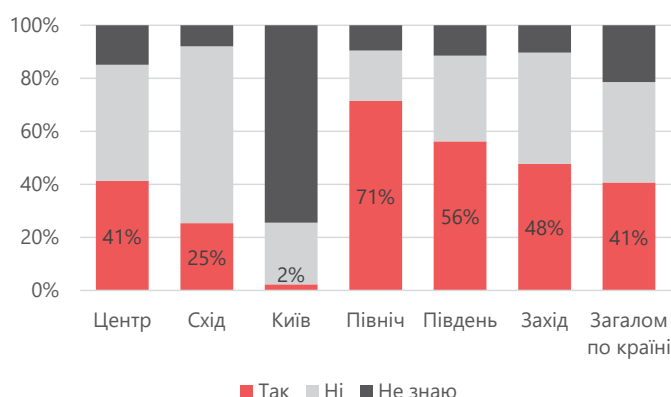
Джерело: СІМР

Більше того, 30% опитаних ритейлерів на Півдні та 19% на Сході очікували на зниження мобільності покупців.

ПОСТАЧАННЯ

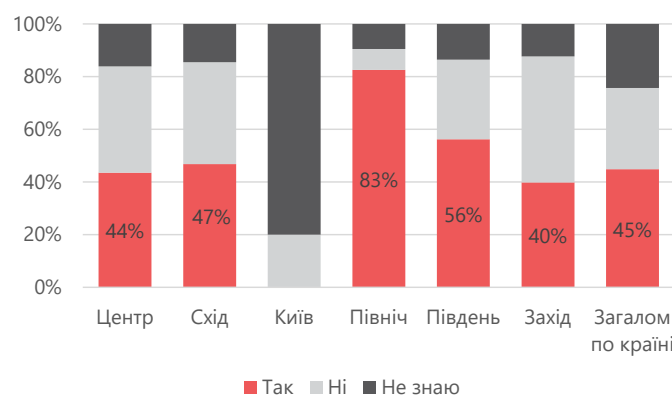
У липні 41% опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі зазначили, що їхня діяльність залежить від одного постачальника продовольчих товарів. Частка підприємств роздрібно́ї торгівлі, чия діяльність переважно залежить від одного постачальника основних засобів гігієни, була дещо вищою (45% по всій країні). Це є потенційним джерелом вразливості для магазинів, оскільки може поставити під загрозу їхню здатність підтримувати належний рівень запасів.

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



Джерело: СІМР

Графік 16: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника непродовольчих (включаючи засоби гігієни) товарів, за регіонами



Так Ні Не знаю

Джерело: СІМР

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Банки

У липні 75% опитаних покупців вказали на повну доступність банківських відділень, які надавали повний спектр банківських послуг, порівняно із 66% у червні (графік 18).

За повідомленням респондентів повітряні атаки продовжували скорочувати час роботи банківських відділень по всій країні. Чотирнадцять відсотків опитаних покупців зазначили, що банківські відділення не могли надавати свої звичайні послуги під час повітряної тривоги, при цьому найбільший відсоток було зафіксовано на Півночі (25%), в Центрі (22%) та на Заході (21%).

Як і в попередніх місяцях, найбільші труднощі з доступом до повного спектру банківських послуг мали респонденти на Півдні. У цьому регіоні 25% опитаних споживачів вказали на відсутність працюючих банків в їхній громаді та ще 7% - на те, що наявні банківські відділення тривалий час не можуть надавати такі послуги, як обмін валют, видача кредитів та прийом депозитів. Переважно про такі труднощі повідомляли жителі Херсонської, Миколаївської та Запорізької областей.

Банкомати

Частка опитаних покупців, які повідомили про повну доступність банкоматів, залишилася на тому ж рівні, що і в червні, і склала 90%.

Найсуттєвіші проблеми з доступом спостерігалися на Півдні, де 15% опитаних споживачів повідомили про відсутність банкоматів в їхніх громадах, а 8% зазначили, що не можуть скористатися такими послугами, як зняття готівки, через довготривалі перебої в роботі наявних банкоматів.

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



Джерело: СІМР

Укрпошта*

Загалом по країні 83% опитаних покупців повідомили, що відділення «Укрпошти» працювали щодня й регулярно надавали всі звичайні фінансові послуги, що помітно більше, ніж 72% в червні. За результатами опитування в липні не спостерігалось суттєвих обмежень у доступі до відділень Укрпошти. Єдиним обмежувальним фактором було призупинення роботи під час повітряних тривог, що переважно вплинуло на покупців на Півночі (25%) та в Центрі (21%).

Способи оплати

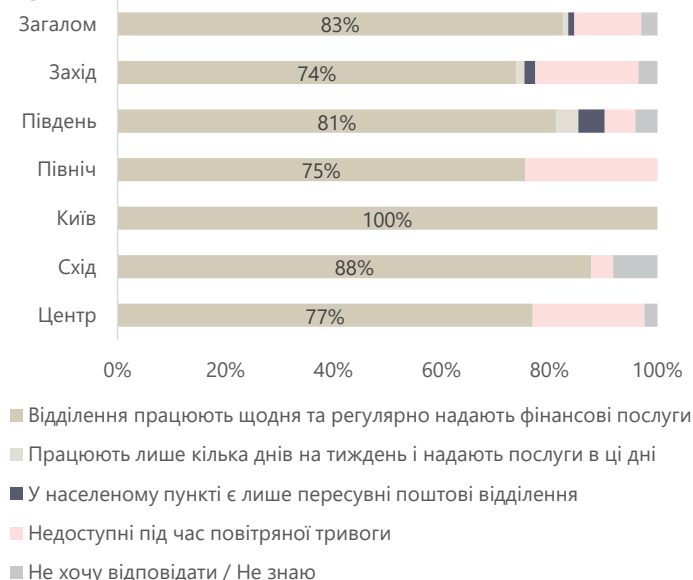
У липні основними способами оплати, які приймали опитані підприємства роздрібною торгівлі, були готівка (100%), кредитні картки (94%), дебетові картки (80%), мобільні додатки (64%) та ваучери від ООН або неурядових організацій (5%**).

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



Джерело: СІМР

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



Джерело: СІМР

* Укрпошта - державна поштова служба України.

** Показники були отримані з відповідей на питання, в якому наявні декілька варіантів відповідей.

МАКРОЕКОНОМІКА

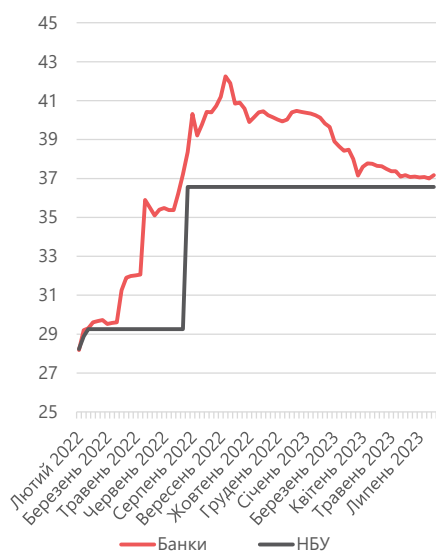
Інфляція

Споживчі ціни в липні 2023 року порівняно із червнем 2023 року знизилися на 0,6%, а з початку року зросли на 4% та залишалися на 11,3% вище, ніж у липні 2022 року⁴.

Швидше уповільнення інфляції зумовлювалося більшою пропозицією сирих продуктів харчування, а також подальшим впливом сприятливої ситуації на валютному ринку та поліпшенням інфляційних очікувань на ціни окремих товарів, насамперед імпортованих³.

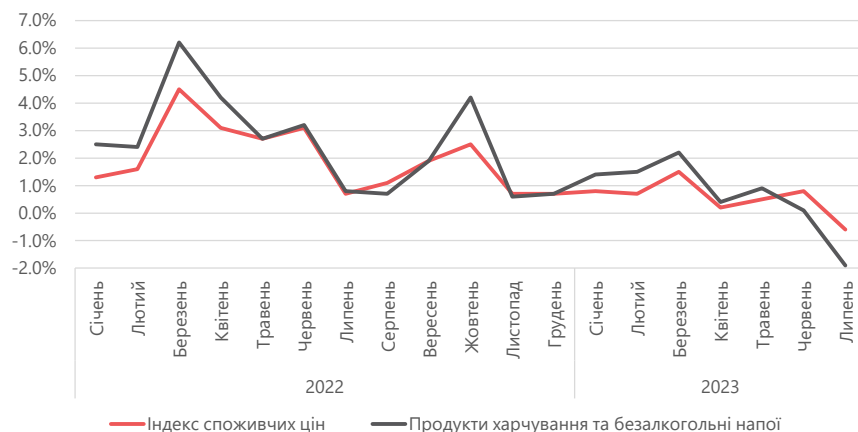
Водночас очікується, що надалі інфляція знижуватиметься

Графік 20: Середньоринковий обмінний курс долара США



Джерело: МінФін

Графік 21: Темпи інфляції, % до попереднього місяця



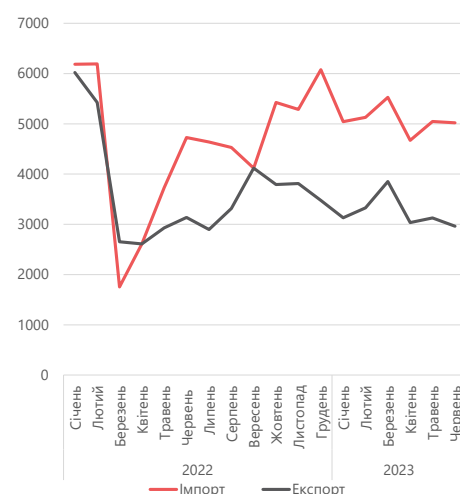
Джерело: Держстат

повільніше, ніж у попередні місяці через такі фактори, як вичерпання ефекту бази порівняння, повернення довоєнного рівня оподаткування пального та червневне підвищення цін на електроенергію для побутових споживачів. Крім того, на цінову динаміку певною мірою вплинуть і наслідки бойових дій на Півдні України, зокрема руйнування Каховської гідроелектростанції (ГЕС)⁵.

Економічна активність

Стала робота енергетичної системи та макрофінансова стабільність, разом зі зростанням внутрішнього попиту, сприяли подальшому поживавленню економічної активності. З іншого боку, економічне зростання було обмежене продовженням ракетних ударів, блокадою зернового коридору та пошкодженням інфраструктури. Крім того, торгові бар'єри, накладені кількома країнами ЄС на українську сільськогосподарську продукцію, негативно вплинули на бізнес. Ці фактори призвели до зниження обсягів українського експорту в другому кварталі і будуть надалі стримувати економічне відновлення країни.

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



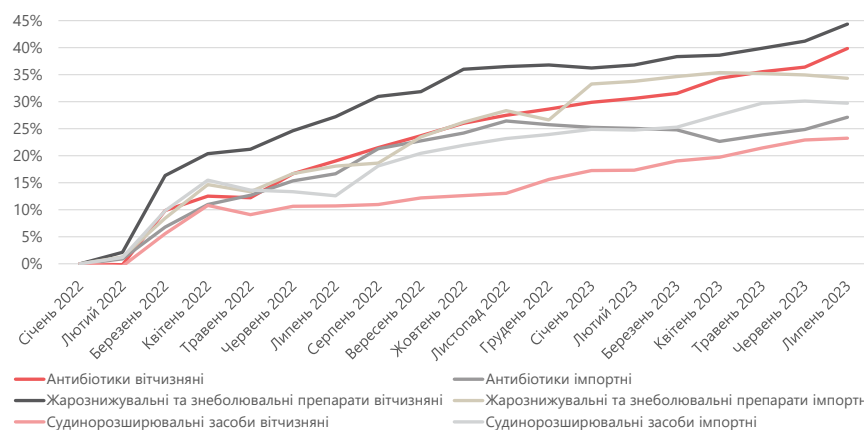
Джерело: Держстат

ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

За даними Держстату², у липні середні ціни на основні лікарські засоби, такі як антибіотики вітчизняні, зросли на 3%. Аналогічно, ціни на антибіотики імпортні, а також на жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні збільшилися на 2% (графік 23).

Проте варто зазначити, що ціни на ліки залишаються значно вищими порівняно з довоєнним рівнем. Відносно січня 2022 року найбільше зросли середні ціни на жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні (на 44%), а також на антибіотики вітчизняні (на 40%).

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



Джерело: Держстат

ОРЕНДНА ПЛАТА

У липні ціни на оренду 1-кімнатних квартир в Україні практично не змінилися порівняно із червнем².

Проте середня вартість оренди 1-кімнатної квартири була на 43% вищою, ніж у січні 2022 року (довосенний рівень). Топ-3 найбільшого зростання цін на оренду житла порівняно із січнем 2022 року зафіксовано в Закарпатській (на 198%), Львівській (на 120%) та Івано-Франківській (на 108%) областях².

Найвищі ціни на оренду житла спостерігалися в західних областях, які прийняли найбільшу кількість внутрішньо переміщених осіб, таких як Закарпатська (12867 грн) та Львівська (12000 грн), тоді як найнижчі - в областях, розташованих поблизу лінії фронту або постраждалих внаслідок обстрілів, таких як Сумська (2769 грн), Херсонська (2960 грн) та Запорізька (3130 грн), де, навпаки, зафіксовано значний відтік населення².

Графік 24: Місячна середня вартість оренди 1-кімнатної квартири в липні 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 роздрібною торгівлі, які виступають в ролі ключових інформаторів (КІ) щодо ситуації у відповідних сегментах ринку, а інший - для споживачів у досліджуваних магазинах і на ринках для проведення індивідуальних інтерв'ю.

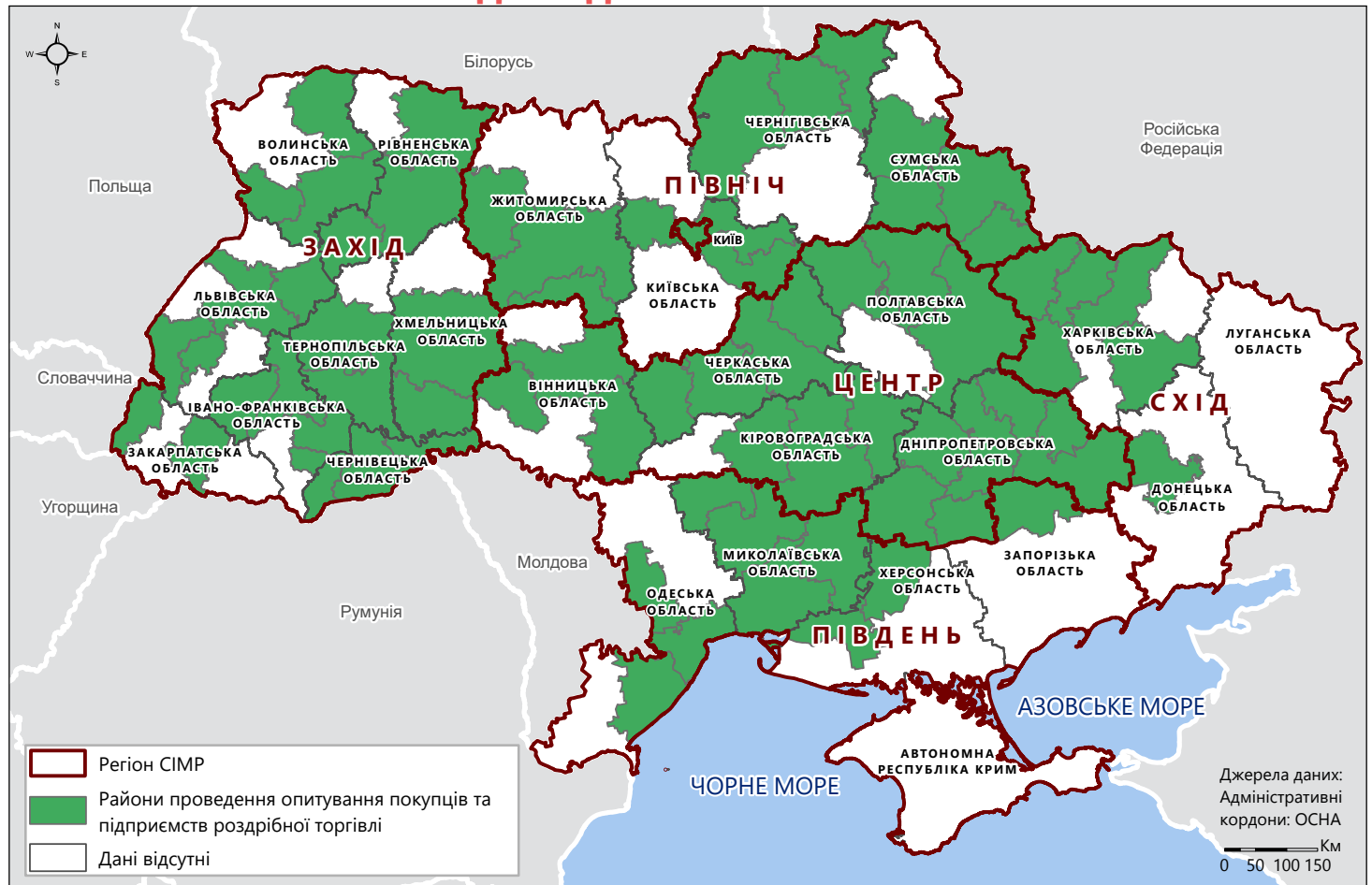
Завдання польових команд - зібрати мінімум 3 ціни на певний товар у кожній досліджуваній *громаді* шляхом опитування підприємств роздрібною торгівлі, а також провести щонайменше 5 інтерв'ю з покупцями у кожній досліджуваній *громаді*. По кожному найменуванню

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 триангуляції 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 СІМР 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 СІМР 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, передбачене методологією СІМР, є неможливим. Тому з метою відтворення відсутніх цін та розрахунку вартості кошика СІМР може застосовуватись розрахункова ціна, яка базується на медіані відповідного району чи області.

Методологія віддаленого моніторингу СІМР 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 СІМР деякі зміни в загальних медіанних цінах можуть бути зумовлені змінами в географічному охопленні, а не фактичними цінами.

КІНЦЕВІ ПРИМІТКИ

¹ Економічна Правда "Наступна зима буде не менш складною, ніж попередня. До чого готуватися?", 13 липня 2023 року., доступно [тут](#)

² Державна служба статистики України, "Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2023 році", 14 серпня 2023 року, доступно [тут](#)

³ Національний Банк України "Коментар Національного банку щодо рівня інфляції у липні 2023 року", 10 серпня 2023 року, доступно [тут](#)

⁴ Державна служба статистики України "Індекси цін", 9 серпня 2023 року, доступно [тут](#)

⁵ Національний Банк України "Інфляційний звіт, липень 2023р.", 3 серпня 2023 року, доступно [тут](#)

ДОНОРИ



ПАРТНЕРИ



ПРО ІНІЦІАТИВУ REACH

Метою Ініціативи REACH є створення інформаційних ресурсів та продуктів, які допомагають гуманітарним організаціям приймати рішення на основі фактичних даних в умовах надзвичайних ситуацій, відновлення та розвитку. Методології, які використовують фахівці REACH, включають збір первинних даних та поглиблений аналіз. Уся діяльність здійснюється через міжвідомчі механізми координації допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій Ініціативи ІМПАСТ, АСТЕД та Навчального та науково-дослідного інституту – Програми ООН з використання супутникової інформації в оперативних цілях (UNITAR-UNOSAT).