

ВСТУП

З метою обґрунтування заходів з надання грошової допомоги та розуміння динаміки ринку в Україні, у березні 2022 року Робоча група з питань грошової допомоги в Україні (РГГД) створила Спільну ініціативу з моніторингу ринку (СІМР). Керівництво ініціативою здійснює Цільова група 4 з моніторингу РГГД (ЦГ4), очолювана організацією ACTED та Ініціативою REACH за підтримки членів РГГД.

Дослідження стану ринків України проводиться щомісяця. У кожному населеному пункті польові команди реєструють ціни та інші показники ринку шляхом опитування підприємств роздрібною торгівлі та покупців. Окрім опитувань, REACH також проводить онлайн-моніторинг цін по всій країні. У цьому інформаційному бюлетені представлений огляд цін на основні продукти харчування та непродовольчі товари (НПТ) у досліджуваних регіонах, а також витрати, пов'язані з основними позиціями кошика СІМР, який складається з 20 основних продуктів харчування та засобів гігієни.

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

Товари першої необхідності, такі як продукти харчування і засоби гігієни, залишаються широкодоступними.

Наявність ліків зросла із 76% (протягом літніх місяців) до 92%. Інформація щодо доступності товарів, необхідних для підготовки до зими, є орієнтовною, оскільки у вересні холодна пора року лише розпочалася.

Ключовим питанням є цінова доступність товарів, оскільки половина (49%) покупців повідомила, що основною фінансовою причиною, що перешкоджає їм у доступі до товарів, є зростання цін. Двадцять один відсоток опитаних вказали, що не можуть дозволити собі придбати товари, наявні в їхніх магазинах.

Значне (на 50%) зростання вартості **споживчого кошика СІМР** спостерігалось на Сході України. Найбільше підвищилися ціни на гігієнічні прокладки, яйця та каші для першого прикорму (на 30%, 29%, 24% відповідно). Ціни на пальне залишалися вищими (на 37%–75%), ніж у період до початку повномасштабного вторгнення.

Вартість повного кошика СІМР

1008 ГРН ▼ 2%

24.39 USD ▼ -5%

24.70 EUR ▼ -2%

13 партнерів-учасників

1406 проведених інтерв'ю

732 опитані підприємства роздрібною торгівлі

674 опитані покупці

23 досліджені області

152 досліджені громади

Курси обміну валют*

UAH/USD

41.35 ▲ +4%

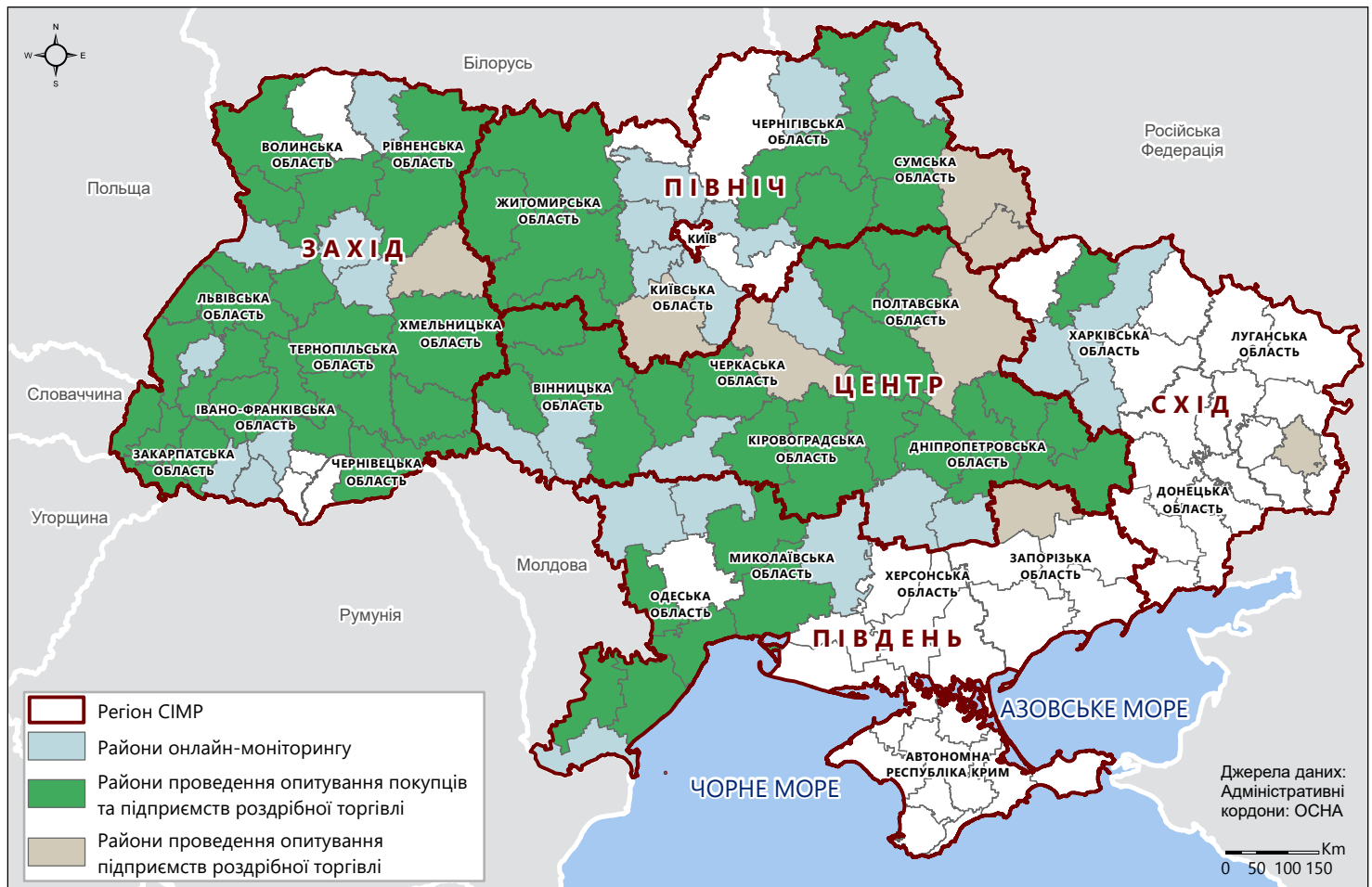
UAH/EUR

40.83 ▲ +1%

*Середній обмінний курс валют на 15 вересня на паралельному ринку <http://minfin.com.ua>

82% роздрібних торговців на Півдні та 80% на Сході повідомили про труднощі (наприклад, підвищення цін постачальниками, наявність основних товарів) у підтримці роботи та наявності товарів у магазині через бойові дії.

Карта 1: Географічне охоплення (особисті та онлайн опитування)



ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

У вересні менше респондентів, порівняно з попередніми місяцями, повідомляли про обмежену наявність палива як для автотранспортних засобів, так і для опалення житлових будинків. Навпаки, зросла кількість респондентів, які повідомляли про повну його доступність, що край важливо для початку опалювального сезону.

Для переважної більшості опитаних на початку осені (75%) автомобільне паливо (бензин, дизель чи газ) було повністю доступним (графік 2), тоді як у червні зазначений показник становив лише 9%, у липні – 48%, у серпні – 64%, у вересні – 75%.

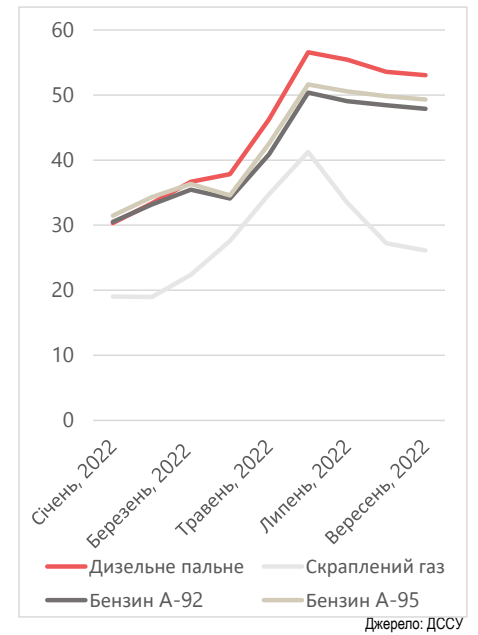
Газ, вугілля чи дрова, які використовуються для опалення житлових будинків, у вересні були повністю доступні для 79%

респондентів, порівняно із 49% у червні та липні, а також 61% у серпні (графік 3).

За повідомленнями респондентів, ціна на вугілля, після стрімкого її зростання в серпні, зменшилася у вересні на 13% і становила 9350 грн за тону (графік 4). Ціна на дрова, після поступового її збільшення протягом усіх літніх місяців, знизилася у вересні до 1200 грн за куб. метр. Це на 17% нижче, ніж у серпні (графік 5). Змін у ціні на газ для опалення не зафіксовано.

На споживчому ринку ціни на паливо у вересні продовжували поступово знижуватися (графік 1). Найбільше (на 4%) подешевшав скраплений газ. Середня ціна на дизельне паливо, бензин А-95 та бензин А-92 зменшилася проти попереднього місяця на 1% (графік 6). Проте рівень цін на паливо залишається ще занадто високим порівняно з періодом до початку повномасштабного вторгнення у лютому 2022 року. Так, середня ціна на дизельне паливо у вересні була на 75% більше, ніж

Графік 1: Ціна на автомобільне паливо, грн



у січні, на бензин А-95 та бензин А-92 – на 57% більше, на скраплений газ – на 37%.

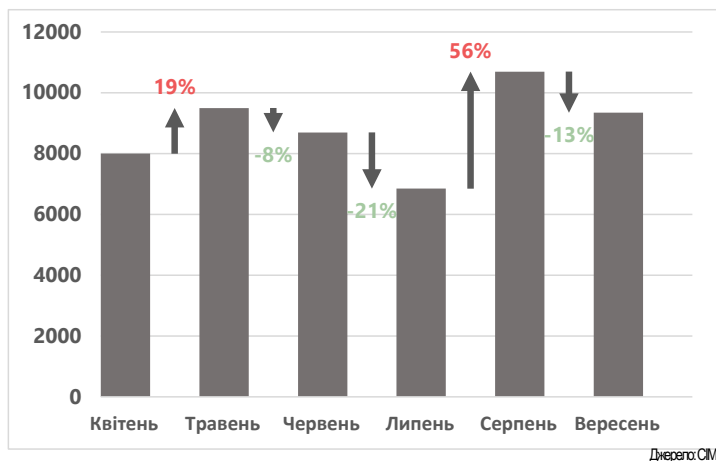
Графік 2: % покупців, які повідомили про наявність автомобільного палива, загалом по країні



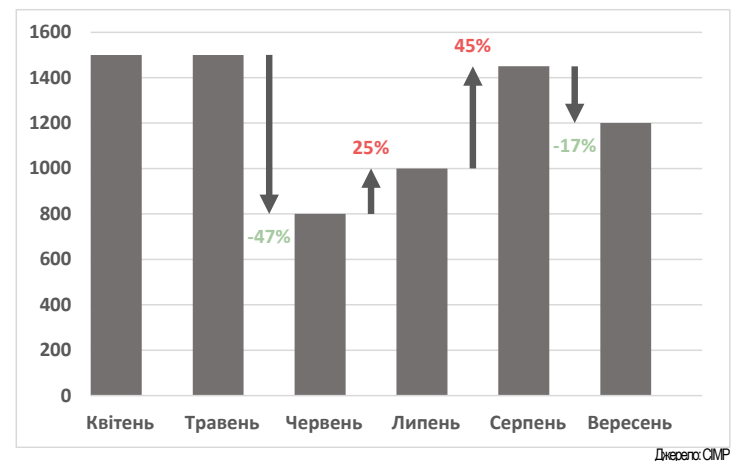
Графік 3: % покупців, які повідомили про наявність палива для опалення житла, загалом по країні



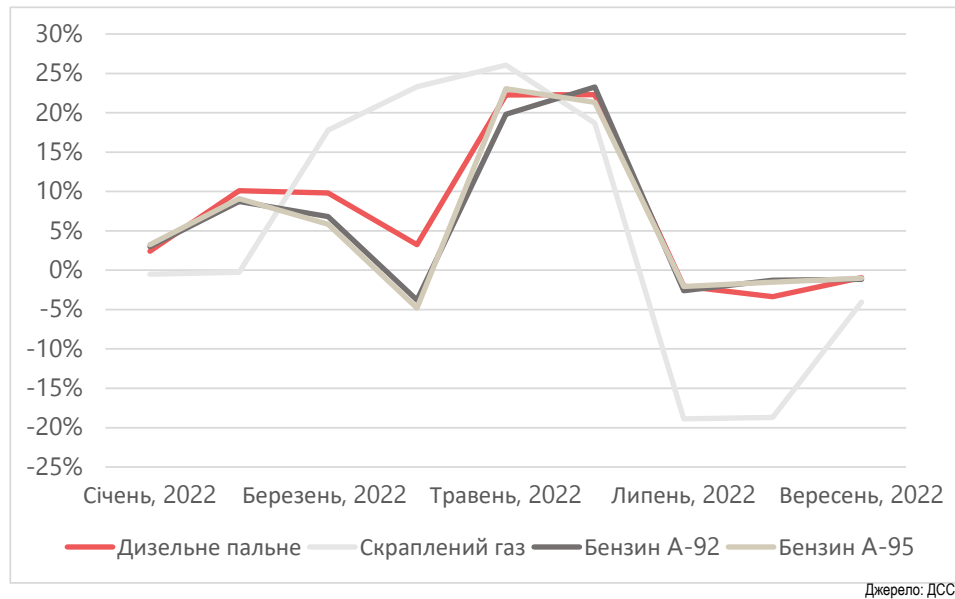
Графік 4: приблизна поточна ціна на вугілля через офіційні джерела, грн, загалом по країні



Графік 5: приблизна поточна ціна на дрова через офіційні джерела, грн, загалом по країні



Графік 6: Динаміка зміни ціни на автомобільне паливе, % до попереднього місяця



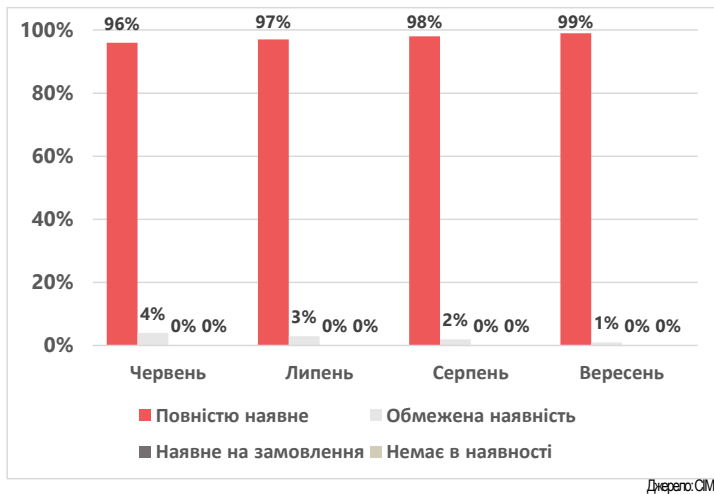
Частка респондентів які зазначили, що мають доступ до теплового одягу, зросла (графік 10). Як і у попередньому місяці, це відбулося за рахунок зменшення частки відповідей «Не знаю/ немає потреби», що свідчить про активну підготовку населення до холодів. Про повну наявність теплового одягу у вересні повідомили 89% опитаних проти 73% у серпні та 60% у липні.

На початку осені зросла наявність безрецептурних лікарських засобів. Якщо влітку вони були повністю доступними лише для 76% опитаних, то у вересні їх частка зросла до 92%. Водночас для 1% споживачів безрецептурні препарати у вересні взагалі були недоступні (графік 9).

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Товари першої необхідності залишаються широкодоступними. Наявність продуктів харчування становила 99%, засобів гігієни – 95% (графіки 7 та 8).

Графік 7: % покупців, які повідомили про наявність продуктів харчування, загалом по країні



Графік 8: % покупців, які повідомили про наявність засобів гігієни, загалом по країні



Графік 9: % покупців, які повідомили про наявність ліків, загалом по країні



Графік 10: % покупців, які повідомили про наявність теплового одягу, загалом по країні



КОШИК СІМР

Кошик СІМР – це підгрупа мінімального споживчого кошика (МСК) з 296 позицій, розробленого Державною службою статистики України (ДССУ), до якого входять лише основні продукти харчування та засоби гігієни, які середньостатистичне домогосподарство купує на регулярній основі. Вміст кошика СІМР було визначено під час консультацій із Робочою групою з питань грошової допомоги в Україні. Тенденції у вартості цього кошика свідчать про зростання споживчих цін.

У вересні загальна вартість кошика СІМР зменшилася на 2%. Найбільше зниження його вартості відбулося на Півдні України. Водночас, вартість споживчого кошика СІМР на Сході зросла на 50% у порівнянні з попереднім місяцем. Найвища вартість товарів у кошику СІМР зберігається в східних та північних регіонах, а найдешевші ціни – на Заході та Півдні країни (графік 11).

ВМІСТ КОШИКА СІМР

Продовольчі товари

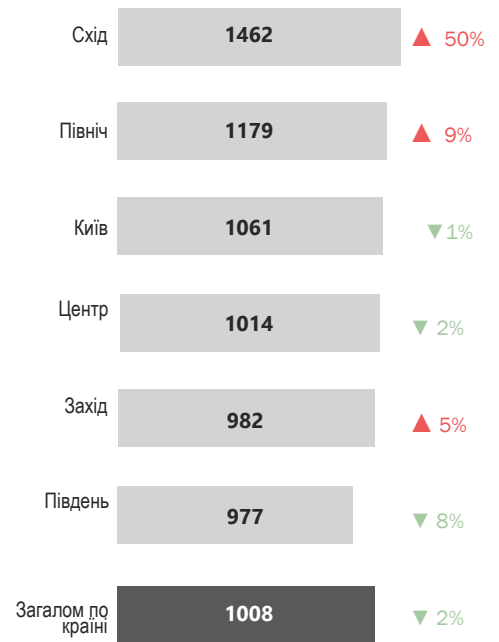
Хліб	500 г
Гречка	1 кг
Капуста	1 кг
Морква	1 кг
Курятина (стега)	1 кг
Каші для першого прикорму	200 г

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

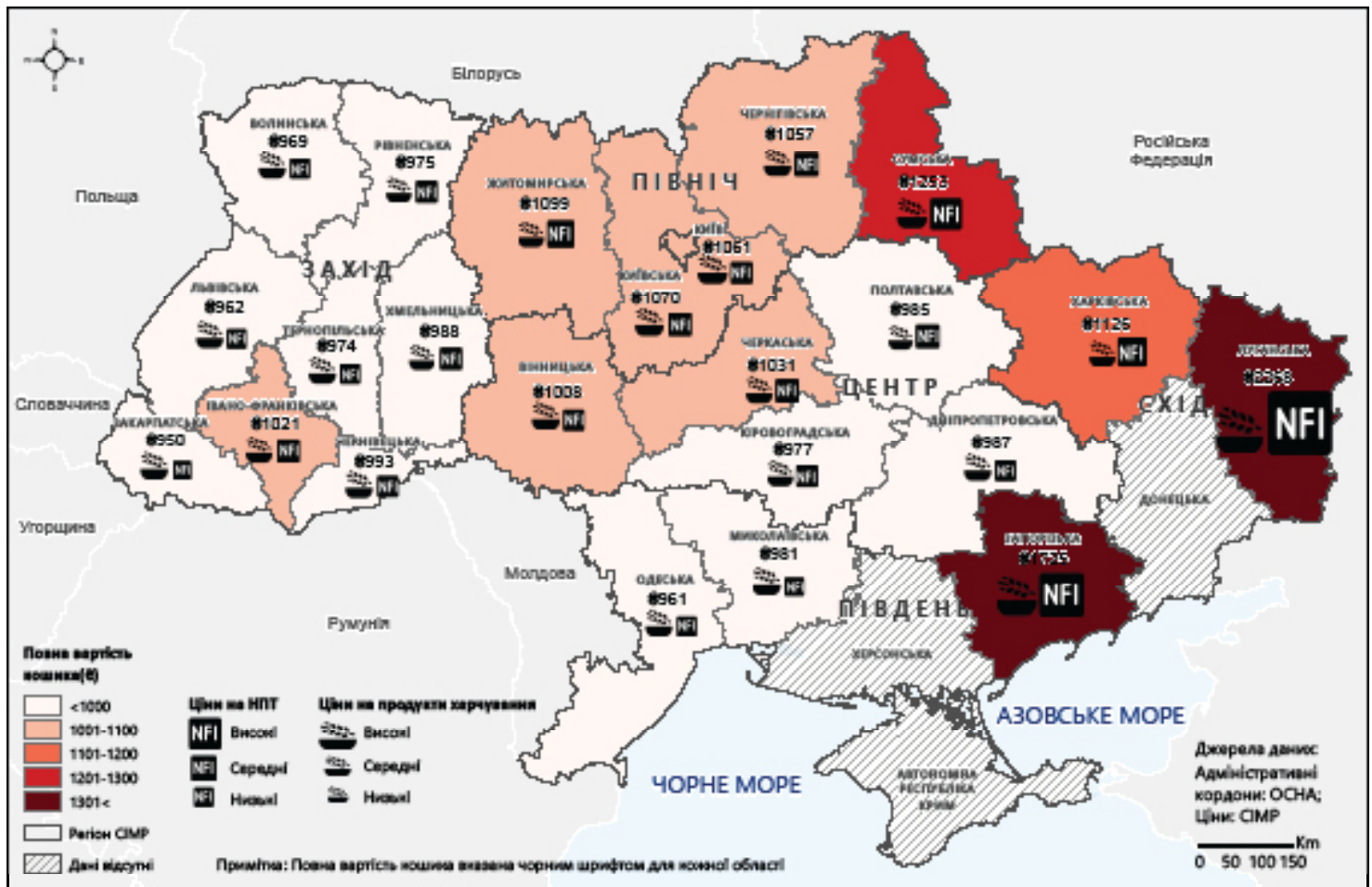
Непродовольчі товари (НПТ)

Туалетне мило	1 брусок (75 г)
Підгузки (дитячі, розмір 3)	1 пачка (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 (400 г)

Графік 11: Медіанні значення повних кошиків СІМР за регіонами, у грн



Карта 2: Медіанні значення цін на продовольчі та непродовольчі товари, за областю



Таблиця 1: Медіанні ціни на продовольчі товари за регіоном, 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	16	-12%	18	12%	16	-16%	17	-7%	20	-7%	14	-1%	16	-10%
Гречка	1 кг	88	-10%	91	-6%	92	-3%	98	-1%	94	-5%	105	11%	93	-5%
Капуста	1 кг	17	-45%	17	-42%	18	-42%	17	-47%	22	-31%	19	-39%	17	-44%
Морква	1 кг	24	-20%	25	-4%	24	-20%	24	-14%	28	-5%	24	-20%	24	-19%
Курятина (стегна охолоджені)	1 кг	73	-5%	73	-4%	75	-4%	73	-5%	105	7%	73	-3%	73	-5%
Каші для першого прикорму	200 г	74	30%	71	29%	83	37%	66	14%	71	10%	136	130%	73	24%
Яйця (курячі)	10 шт.	38	31%	38	31%	36	21%	38	31%	34	9%	39	29%	38	29%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	27	4%	27	3%	27	-10%	26	-4%	30	0%	27	-7%	27	-4%
Олія (соняшникова рафінована)	900 мл	63	6%	67	12%	67	3%	68	13%	63	3%	68	13%	67	12%
Цибуля	1 кг	31	-6%	31	0%	30	0%	31	-12%	35	0%	31	-6%	31	-6%
Картопля	1 кг	10	-9%	12	10%	13	7%	11	-8%	14	7%	13	-7%	13	2%
Рис (круглий)	1 кг	61	5%	60	2%	49	-17%	60	2%	61	2%	64	8%	61	3%
Вода питна	1,5 л	13	0%	13	0%	15	7%	13	0%	15	-3%	14	0%	13	0%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	20	-20%	18	-23%	20	-13%	20	-9%	21	-1%	21	-7%	20	-12%
Загалом		555	-2%	560	2%	564	-2%	561	-1%	612	0%	647	14%	565	-1%

Джерело: СІМР

Таблиця 2: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) за регіоном, 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
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	13	-34%	13	-36%	12	-38%	13	-14%	14	-12%	13	8%	13	-27%
Підгузки дитячі, 5-9 кг	1 пачка (40-60 шт.)	293	22%	319	-9%	284	-17%	494	27%	292	-6%	660	126%	306	-6%
Гігієнічні прокладки	1 пачка (10 шт.)	36	20%	40	25%	39	10%	41	38%	32	8%	51	88%	39	30%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	19	15%	19	11%	19	-4%	19	5%	21	17%	19	15%	19	8%
Зубна паста	1 тубик (75 мл)	26	-12%	29	-6%	23	-35%	21	-41%	44	-24%	30	-2%	27	-16%
Пральний порошок	1 пачка (400 г)	40	25%	36	13%	37	4%	30	-1%	46	27%	43	29%	39	18%
Загалом		428	16%	455	-5%	414	-15%	617	20%	449	-4%	816	98%	443	-3%

Джерело: СІМР

ЦІНИ

Зниження цін на сезонні овочі, яке традиційно відбувається в серпні та вересні, не вплинуло на продуктивний кошик СІМР, вартість якого у вересні майже не змінилася та становила 565 грн у середньому в Україні. Найдорожчий кошик зареєстровано на Сході. Його вартість зросла на 14% порівняно з попереднім місяцем та становила 647 грн.

Найбільше у вересні подорожчали яйця (на 29%), каші для першого прикорму (на 24%) та рафінована соняшникова олія (на 12%). Зростання цін на вказані продукти відбулося в усіх регіонах України. При цьому вартість каш для першого прикорму порівняно з попереднім місяцем на Сході зросла більше, ніж удвічі. Слід зауважити, що не зважаючи на

завершення збору нового врожаю, у деяких регіонах уже почали підвищуватися ціни на картоплю (на 10% – у центральній частині країни та на 7% – у Києві та на Півдні України).

Ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни), що входять до споживчого кошика СІМР, характеризувалися відносною неоднорідністю в регіональному розрізі. Крім того, загальна вартість непродовольчого кошика варіювалася від 414 грн на Півдні до 816 грн на Сході. При цьому на Сході порівняно з попереднім місяцем непродовольчий кошик зріс у ціні майже вдвічі. Це відбулося за рахунок підвищення на 126% цін на підгузки. Варто зазначити, що у вересні спостерігалось значне зростання цін на

гігієнічні прокладки (від 8% у Києві до 88% на Сході України). На пральний порошок ціни підвищилися в усіх регіонах, крім північного, а найбільше – на Сході (на 29%) та в Києві (на 27%). Господарське мило подорожчало в ціні в середньому на 8%.

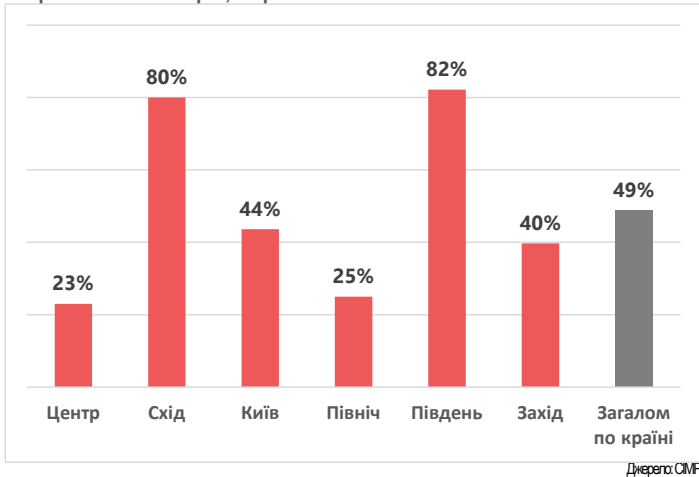
Втім, зміни цін на всі непродовольчі товари, як і в попередніх місяцях, взаємно компенсуються на національному рівні.

ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

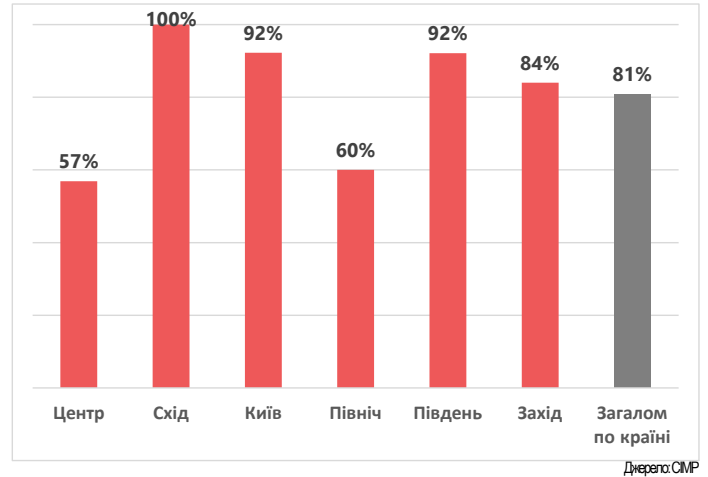
У вересні 14% покупців зазначили, що повномасштабне вторгнення, яке розпочалося в лютому 2022 року, негативно вплинуло на їхню можливість фізичного доступу до магазинів або ринків (графік 15).



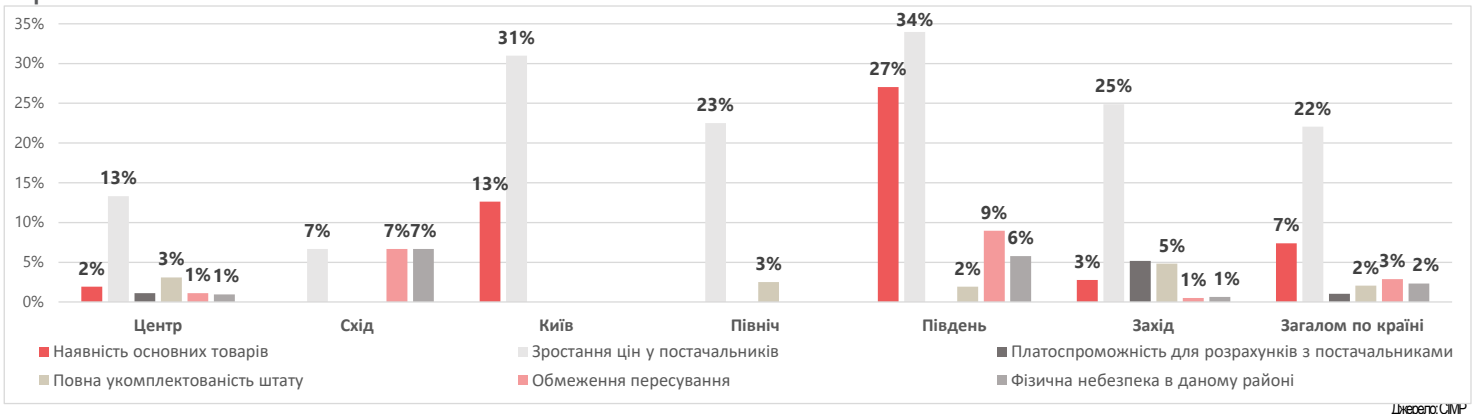
Графік 12: % підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про труднощі в підтримці функціонування та забезпеченості магазину асортиментом товарів, за регіоном



Графік 13: % підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили, що очікують нових труднощів у зв'язку з конфліктом, за регіоном



Графік 14: % підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про нові труднощі, що виникли від початку конфлікту, за типом труднощів та регіоном



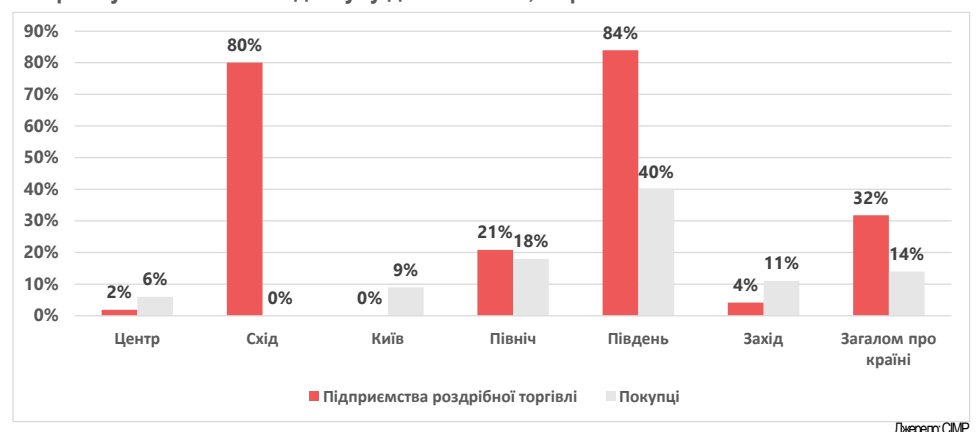
Значна частка цих респондентів припадає на Південь України (40% від опитаних у цьому регіоні). Основними причинами були відчуття незахищеності в магазині або по дорозі до нього через страх потрапити під обстріл, а також обмеження в пересуванні, що пов'язані з воєнним станом.

Фінансові чинники мали негативний вплив на 60% покупців та їхній доступ до магазинів. Половина опитаних (49%) повідомила про підвищення цін, а 21% повідомили, що не можуть дозволити собі товари, наявні в їхніх магазинах.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

У вересні 49% підприємств роздрібною торгівлі повідомили про нові труднощі в підтримці функціонування та забезпеченості магазинів асортиментом товарів. Найбільша частка таких підприємств зафіксована на Сході та Півдні країни (80% та 82% відповідно). У Центрі та Півночі з вказаними проблемами стикався лише кожен

Графік 15: % покупців та підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про вплив конфлікту на можливість доступу до магазинів, за регіонами



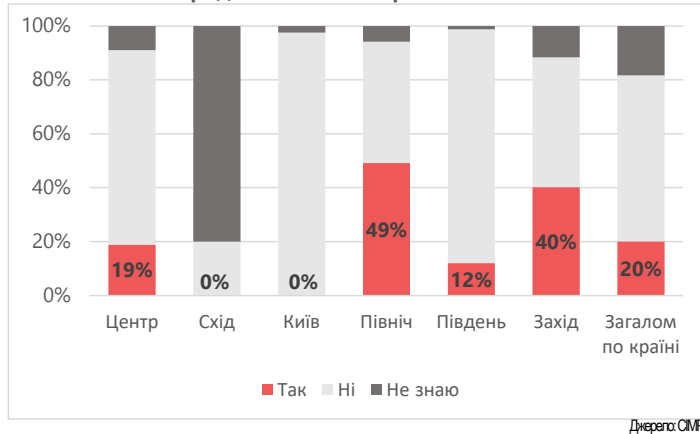
четвертий опитаний продавець (графік 12).

Кожен третій опитаний у Києві та на Півдні, а також кожен четвертий на Півночі та Заході вказав на зростання цін у постачальників (графік 14). Про проблеми з наявністю основних товарів повідомили 27% опитаних продавців на Півдні.

Слід відмітити, що в цілому в Україні частка підприємств роздрібною торгівлі, що

очікують нових труднощів у найближчому майбутньому через загострення бойових дій, залишилася майже на рівні попереднього місяця (81%). Водночас суттєве збільшення частки продавців, які очікують на нові труднощі, зафіксовано на Сході (з 85% у серпні до 100% у вересні), Півдні (з 81% до 92%) та Києві (з 76% до 92%), як це показано на графіку 13.

Графік 16: % підприємств роздрібною торгівлі загалом по країні, які повідомили, що вони переважно залежать від одного постачальника продовольчих товарів



Джерело: СІМР

При цьому кожен третій опитаний ритейлер очікує на зростання цін, а кожен четвертий прогнозує зниження купівельної спроможності покупців.

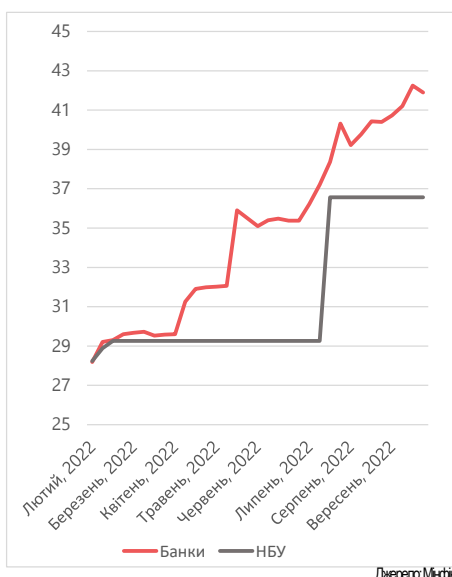
Крім того, 80% продавців на Сході та 84% на Півдні повідомили, що криза вплинула на можливість доступу до магазинів (графік 15).

ПОСТАЧАННЯ

Кожне п'яте підприємство роздрібною торгівлі залежить від одного постачальника продовольчих товарів та кожне четверте – від одного постачальника засобів гігієни (графік 16 та графік 17). Це вказує на вразливість магазинів із точки зору їхнього забезпечення необхідними продуктами.

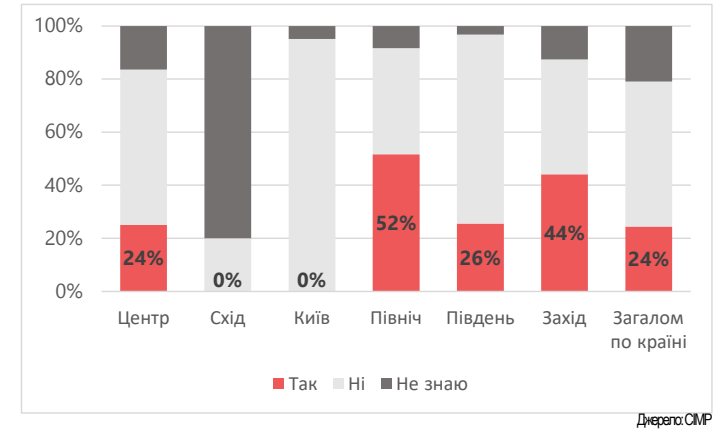
При цьому найбільші ризики мають підприємства Північного та Західного регіонів. Кожен другий респондент на

Графік 18: Середньоринковий обмінний курс долара США



Джерело: Мінфі

Графік 17: % підприємств роздрібною торгівлі загалом по країні, які переважно залежать від одного постачальника засобів гігієни



Джерело: СІМР

Півночі повідомив, що закуповує як продовольчі, так і непродовольчі товари в одного постачальника. На Заході частка таких продавців становила 40% та 44% відповідно.

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Загалом послуги банків, банкоматів та Укрпошти є доступними по всій країні як і в попередньому місяці.

Однак слід зауважити, що для 9% респондентів відділення банків з повним спектром послуг та мобільний банкінг залишаються недоступними в їхньому населеному пункті, хоча вони доступні в прилеглих населених пунктах.

Крім того, 8% покупців не мали банкоматів у своїх населених пунктах. Цей показник вище на Сході, де 20% опитаних респондентів вказали на відсутність доступу до банкоматів у своїх населених пунктах.

Також 4% респондентів повідомили, що відділення Укрпошти працюють лише декілька днів на тиждень, надаючи в ці дні фінансові послуги, а для 2% опитаних були доступними лише пересувні поштові відділення в їхніх громадах.

Основними способами оплати, які приймали до оплати підприємства роздрібною торгівлі у вересні, були готівка (100%), кредитні картки (75%), дебетові картки (68%) та мобільні додатки (56%).

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ

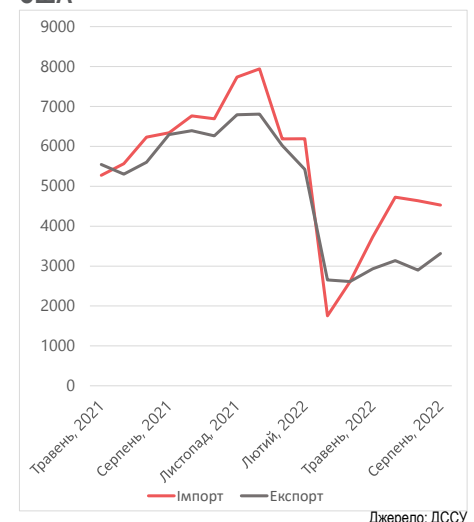
Споживча інфляція в Україні пришвидшується (за оцінками Національного банку України на основі вебскрепінгу, до 24,4% рік до року у вересні

з 23,8% рік до року у серпні). Основними чинниками посилення інфляційного тиску залишаються наслідки воєнних дій та російської окупації, а також ефекти перенесення від коригування курсу гривні.

Економічна активність похвалилася, що, частково зумовлено сезонністю. Закінчено збирання ранніх культур, врожай яких очікувано нижчий за торішній. Робота зернового коридору, через який вивозиться й інша сільськогосподарська продукція, підтримує транспорт, харчову промисловість та сприятиме забезпеченню аграріїв фінансовими ресурсами на наступний рік. Однак логістичні проблеми, особливо для металургії, руйнування потужностей і зниження реальних доходів населення стримують відновлення.

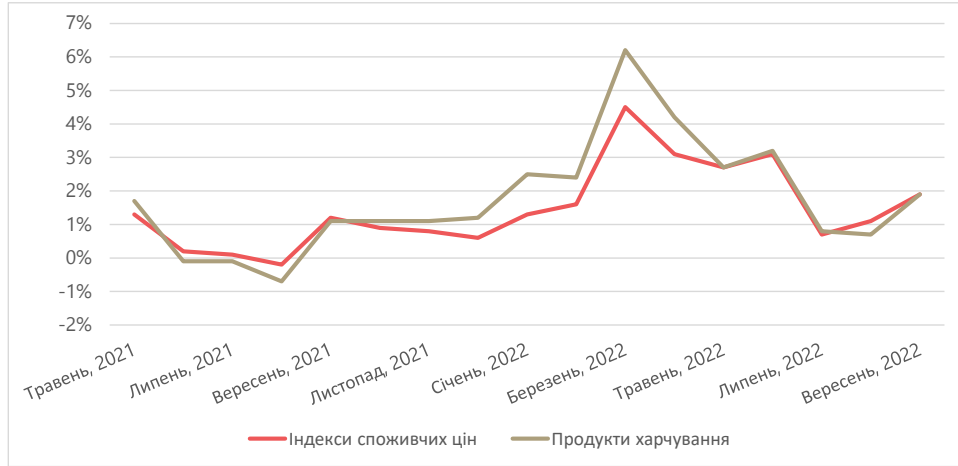
Відкриття зернового коридору сприяло звууженню дефіциту торгівлі товарами, хоча останній залишався ширшим порівняно з

Графік 19: Динаміка валової вартості експорту та імпорту України, млн дол. США



Джерело: ДССУ

Графік 20: Темпи інфляції, у місячному вимірі



Джерело: ДССУ

Графік 21: Області-лідери за темпами зростання орендної плати за 1-кімнатну квартиру, у %, із січня 2022 року



Джерело: ДССУ

довоєнним рівнем.

Нарощування обсягів міжнародної фінансової допомоги забезпечило розширення профіциту поточного рахунку та приплив капіталу за фінансовим рахунком. У результаті валові міжнародні резерви вперше з березня збільшилися та становили 25,4 млрд дол. станом на кінець серпня¹.

ОРЕНДНА ПЛАТА

Вартість оренди 1-кімнатної квартири в Україні продовжувала зростати.

У вересні середня плата за оренду 1-кімнатної квартири була на 4% вище за аналогічний показник у серпні та на чверть (24%) – ніж у січні цього ж року.

Найбільше зростання орендної плати, порівняно із січнем, зафіксовано в Івано-Франківській (на 83%), Кіровоградській (на 79%) та Чернівецькій (на 63%) областях (графік 21).²

ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я ТА ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

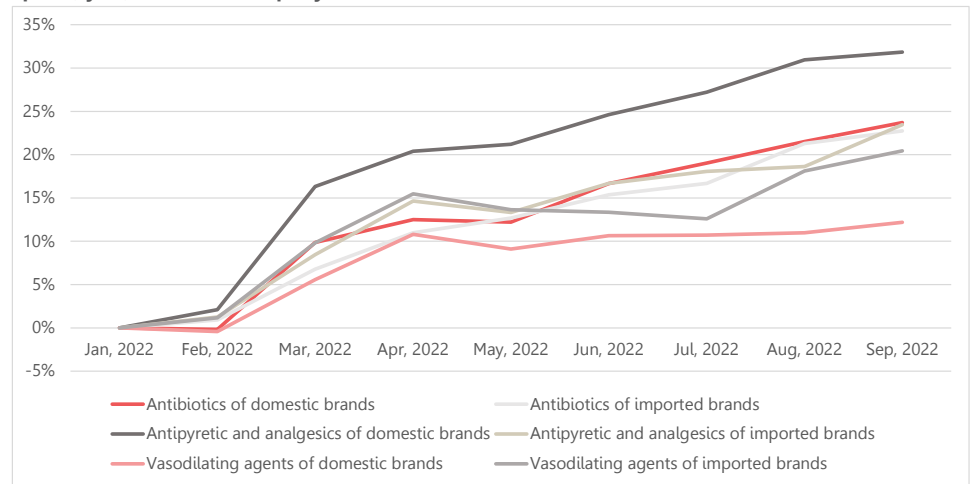
Упродовж 2022 року постійно фіксувалося відчутне подорожчання послуг охорони здоров'я.

У вересні їхня вартість була на 16% вище, ніж у грудні 2021 року.

При цьому фармацевтична продукція, медичні товари та обладнання стали дорожчими на 19%, а амбулаторні послуги зросли в ціні на 12% (графік 23)².

У вересні тривало зростання цін на основні лікарські засоби, такі як антибіотики, судинорозширювальні засоби,

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

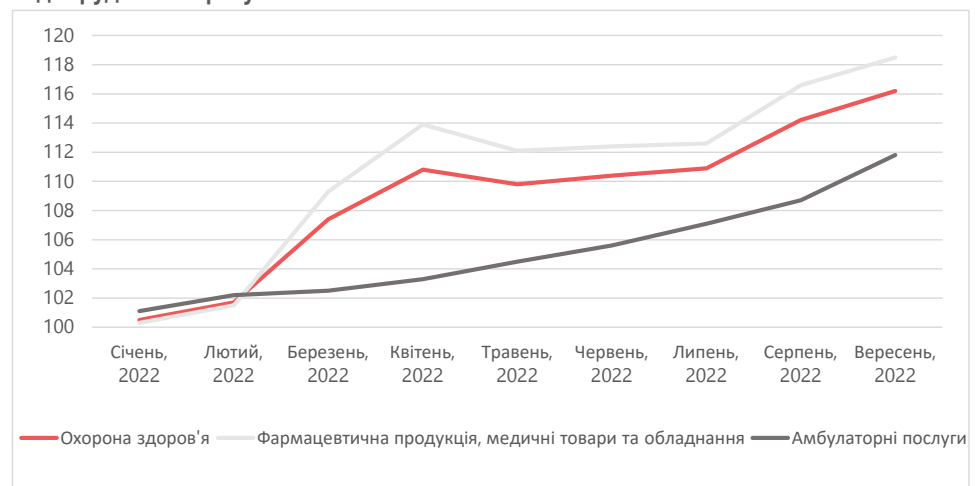


Джерело: ДССУ

жарознижувальні та знеболювальні препарати. Порівняно із січнем 2022 року найбільше (на 32%) подорожчали

жарознижувальні та знеболювальні препарати вітчизняні та на 24% – антибіотики вітчизняні (графік 22).

Графік 23: Індекси споживчих цін на послуги охорони здоров'я, у середньому по країні, % до грудня 2021 року



Джерело: ДССУ

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Починаючи з 24 лютого 2022 року, ескалація бойових дій в Україні призвела до масового переміщення населення та гуманітарної кризи. Враховуючи значущість багатотисячних коштів як форми надання допомоги, моніторинг ринку є ключовою ініціативою для забезпечення ефективності гуманітарної діяльності, її стабільності та безпеки для місцевої економіки. У зв'язку зі стрімким розширенням неподконтрольних Уряду територій України, де раніше не відбувалось воєнних дій, дані про гуманітарні ринки в районах, які постраждали внаслідок конфлікту, є вкрай обмеженими та неповними. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку (СІМР) є заповнення цього інформаційного пробілу шляхом надання необхідних та своєчасних даних про цінові тенденції та показники функціонування ринку.

МЕТОДОЛОГІЯ

СІМР реалізується спільно з Робочою групою з надання грошової допомоги (РГГД) через Цільову групу 4 з моніторингу, очолювану організацією ACTED та Ініціативою REACH. Збір даних здійснюється спільними зусиллями членів РГГД по всій країні один раз на місяць.

Методологія збору первинних даних фокусується на кількісних, структурованих опитуваннях респондентів, відібраних спеціально для цього. У рамках дослідження використовуються два узгоджені опитувальники, один з яких призначений для підприємств роздрібної торгівлі, які виступають в ролі ключових інформантів (КІ) щодо ситуації у відповідних сегментах ринку, а інший - для покупців у досліджуваних магазинах і на ринках для проведення індивідуальних опитувань. Партнери зосереджують увагу на опитуванні підприємств роздрібної торгівлі, а не оптовиків чи дистрибуторів, оскільки саме вони мають найбільше контактів з вразливими групами населення.

Первинні дані збираються та аналізуються на рівні громади. Партнери надають дані з найбільших ринків роздрібної торгівлі кожної громади, а також з окремих мережевих магазинів. Завдання кожної польової команди - зібрати мінімум 3 ціни на певний товар у кожній досліджуваній громаді шляхом опитування підприємств роздрібної торгівлі, а також провести щонайменше 5 опитувань покупців у кожній досліджуваній громаді. Згідно з метою мінімального споживчого кошика, за кожним найменуванням фіксується лише ціна найменш дорогого бренду або сорту, які користуються попитом. Усі дані збираються співробітниками, які працюють на місцях та володіють загальною методологією та інструментами СІМР. Далі ці дані надходять на загальний сервер РГГД - КоВо, очищаються та аналізуються фахівцями REACH.

СІМР також інтегрує вторинні дані шляхом

віддаленого моніторингу цін. Щомісяця інтерв'юери REACH збирають дані про ціни та наявність усіх товарів СІМР через веб-портал АТБ, однієї з найбільших мереж супермаркетів в Україні. Точність методики дистанційного моніторингу перевіряється шляхом особистих вибірових перевірок у магазинах АТБ. Крім того, вторинні дані з інших джерел, зокрема Державної служби статистики України, також інтегруються в СІМР та використовуються для триангуляції, де це можливо.

Ціни, представлені в даному інформаційному бюлетені, є «медіанами місцевостей», розробленими для мінімізації впливу відхилень та нерівномірної кількості цін, отриманих із різних населених пунктів. Спочатку розраховуються медіанні ціни кожного досліджуваного товару у межах кожної досліджуваної громади; потім для кожного товару фахівці REACH розраховують медіану цього списку медіанних цін на рівні громади для більших територіально-адміністративних одиниць - районів, областей, регіонів та всієї України.

ТРУДНОЩІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Оскільки СІМР спирається на методологію цільової вибірки, результати мають розглядатися як орієнтовні, а не репрезентативні. Крім того, результати відображають лише ринкові умови в той період часу, коли їх було отримано.

У методології СІМР для кожного товару фіксується ціна найменш дорогого популярного бренду або сорту, наявного в магазині. Оскільки доступність брендів може змінюватись залежно від регіону, порівняння цін у різних регіонах може іноді базуватися на дещо відмінних продуктах.

У деяких випадках партнерам не вдалося зібрати мінімальну кількість опитувань підприємств роздрібної торгівлі або покупців, передбачену методологією СІМР. За необхідності, для компенсації відсутніх цін та розрахунку вартості кошика СІМР використовувалася інтерполяція від медіани на рівні району чи області.

Хоча методологія дистанційного моніторингу СІМР дозволяє отримати надійні дані про ціни та доступність, додаткові дані про функціональність ринку не можуть бути зібрані за допомогою цієї методології.

Методика дистанційного моніторингу залежить від онлайн послуг АТБ, і тому дистанційні дані доступні лише в тих регіонах, де АТБ продовжує надавати ці послуги. До цих районів зазвичай не входять невідконтрольні Уряду України території або території, які все ще дуже потерпають внаслідок збройного конфлікту.

Оскільки СІМР охоплює дедалі більше нових громад, це може зумовити деякі зміни у загальних медіанних цінах.

ДОНОРИ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

UHF Ukraine Humanitarian Fund

ПАРТНЕРИ



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 використовує REACH, передбачають збір первинних даних та їх поглиблений аналіз. Діяльність REACH здійснюється в рамках механізму міжвідомчої координації допомоги. REACH - це спільна ініціатива міжнародних неурядових організацій - Ініціативи ІМПАСТ та ACTED, і Навчального та науково-дослідного інституту ООН - Програми оперативного застосування супутникових технологій (UNITAR-UNOSAT). Детальнішу інформацію про проєкт REACH можна знайти на сайті <http://reach-initiative.org>.



КІНЦЕВІ ВИНОСКИ

1. Національний банк України **“Макроекономічний та Монетарний Огляд, Жовтень 2022”**, 5 жовтня 2022
2. Державна служба статистики України **“Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2022 році”**, 13 жовтня 2022

