

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 11.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.11.65>

УДК 338.48:330.341.1

Т. Г. Олійник,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств,

Миколаївський національний аграрний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5803-2596>

А. Г. Максименко,

к. е. н., старший викладач кафедри менеджменту і адміністрування,

Львівський факультет менеджменту і бізнесу

Київського університету культури

ORSID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8006-9291>

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

T. Oliinyk,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Enterprise

Economics, Mykolayiv National Agrarian University

A. Maksymenko,

PhD in Economics, Senior Lecturer,

Department of Management and Administration,

Lviv Faculty of Management and Business, Kyiv University of Culture

ECONOMIC POTENTIAL OF TOURIST DESTINATIONS AS A FACTOR IN SHAPING THE COMPETITIVE MARKET FOR TOURISM SERVICES IN UKRAINE

У статті проаналізовано, яким чином економічний потенціал окремих туристичних DESTINATION впливає на формування конкурентних структурувань ринку туристичних послуг в Україні. На прикладі трьох регіонів показано, які складові потенціалу забезпечують стійкі переваги, а які — гальмують розвиток сектора. Розкрито сутність і значення основних складових потенціалу — природно-ресурсної, культурно-історичної, інфраструктурної, інноваційно-технологічної, інвестиційної, маркетингової та людського капіталу. Доведено, що саме їхня взаємодія формує інтегральну конкурентну силу DESTINATION, тоді як дисбаланс між ними знижує ефективність використання ресурсів і стримує розвиток туристичної сфери. На основі порівняльного аналізу трьох провідних DESTINATION — Карпат, Львова та Одеси — визначено їхні особливості, переваги та проблеми, що відображають різні моделі розвитку: природно-орієнтовану, культурно-брендову та курортно-подієву.

Для ідентифікації конкурентних переваг і стратегічних бар'єрів застосовано модель «Діамант Портера», яка дозволила систематизувати факторні умови, характер попиту, роль споріднених галузей і рівень конкуренції. Окреслено ключові напрями підвищення конкурентоспроможності DESTINATION України: розвиток сталого та екологічно відповідального туризму, цифровізація, кластеризація, диверсифікація туристичного продукту, післявоєнне відновлення та інтеграція у європейський туристичний простір. Практичне значення дослідження полягає у формуванні стратегічних орієнтирів розвитку туризму, здатних забезпечити створення цілісного національного туристичного продукту й посилити конкурентні позиції України на міжнародному ринку.

The article explores the economic potential of tourist destinations as a factor in shaping a competitive market for tourism services in Ukraine. The essence and importance of the main components of potential are revealed, including natural-resource, cultural-historical, infrastructural, innovation-technological, investment,

marketing, and human capital. It is substantiated that the interaction of these elements forms the integral competitive strength of a destination, while their imbalance reduces resource efficiency and hinders the development of the tourism sector. Based on a comparative analysis of three leading Ukrainian destinations - the Carpathians, Lviv, and Odesa - their distinctive features, advantages, and challenges are identified, reflecting different development models: nature-oriented, cultural-brand, and resort-event.

To identify competitive advantages and strategic barriers, the Porter's Diamond model was applied, which allowed for the systematization of factor conditions, demand characteristics, related industries, and the level of competition. The study outlines key directions for enhancing the competitiveness of Ukraine's destinations: sustainable and environmentally responsible tourism, digitalization, clustering, diversification of tourism products, post-war recovery, and integration into the European tourism space. The practical significance of the research lies in developing strategic guidelines for tourism growth, aimed at forming an integrated national tourism product and strengthening Ukraine's competitive position in the international market.

The article examines the economic potential of tourist destinations as a key determinant in shaping a competitive and sustainable tourism services market in Ukraine. The study reveals the essence, structure, and significance of the main components of this potential, including natural-resource, cultural-historical, infrastructural, innovation-technological, investment, marketing, and human capital. It is substantiated that the synergistic interaction and balanced development of these components create an integrated competitive strength of a destination, while their imbalance reduces the efficiency of resource utilization and restrains the sustainable development of the tourism sector. A comparative analysis of three leading Ukrainian destinations - the Carpathians, Lviv, and Odesa - was carried out to identify their specific advantages, constraints, and developmental patterns. These regions represent different models of destination evolution: nature-oriented, cultural-brand, and resort-event. To identify

competitive advantages and strategic barriers, Porter's Diamond model was applied, which made it possible to systematize factor conditions, demand characteristics, the role of related and supporting industries, and the level of competition. The results demonstrate that the competitiveness of Ukrainian destinations depends on the combination of natural resources, cultural heritage, innovation, investment attractiveness, and effective management. The paper outlines strategic directions for strengthening competitiveness, including sustainable and environmentally responsible tourism, digital transformation, clustering, diversification, post-war recovery, and integration into the European tourism space. The research provides practical recommendations and conceptual insights for shaping an integrated national tourism product and enhancing Ukraine's strong position in the global tourism market.

Ключові слова: *туризм, дестинація, економічний потенціал, конкурентоспроможність, «Діамант Портера», стратегічний розвиток.*

Keywords: *tourism, destination, economic potential, competitiveness, Porter's Diamond, strategic development.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах глобалізації туризм виступає однією з найдинамічніших галузей світової економіки, що формує значну частку ВВП багатьох країн та забезпечує мільйони робочих місць [1]. Особливе місце в цьому процесі займають туристичні дестинації, які виступають базовими осередками туристичної активності, поєднуючи у собі природні, культурні, історичні та економічні ресурси.

Розвиток дестинацій безпосередньо впливає на конкурентоспроможність ринку туристичних послуг: від рівня інфраструктури, якості сервісу, інноваційних рішень та брендингу залежить привабливість території для внутрішніх і міжнародних туристів [2]. Економічний потенціал дестинацій є тією основою, яка визначає можливості

регіонів у залученні інвестицій, розширенні туристичних потоків та підвищенні рівня добробуту місцевого населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі розвитку туризму питання підвищення конкурентоспроможності destinations посідає важливе місце у наукових дослідженнях. У працях вітчизняних і зарубіжних авторів розглядаються економічні засади формування туристичного потенціалу, механізми управління туристичними ресурсами, маркетингові інструменти та моделі сталого розвитку.

Особливу увагу цим питанням приділяють Безугла Л., Онищенко А., Шадріна Д. [1], які досліджують маркетингову діяльність на ринку туристичних послуг, та Дехтяр Н. [2], яка аналізує світові тенденції розвитку туризму. Питання регіонального розвитку туризму та формування економічного потенціалу розкривають Олійник Т. [4] і Павлюк С. [8], а проблеми конкурентних переваг destinations - Бондаренко Л. [6] та Тимошенко К. [7].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження ролі економічного потенціалу туристичних destinations у формуванні конкурентного ринку туристичних послуг, виявлення його ключових складових та окреслення перспектив розвитку для України.

Для досягнення поставленої мети визначено такі основні завдання:

- з'ясувати сутність і структуру економічного потенціалу туристичних destinations;
- охарактеризувати його ключові складові та їхній вплив на конкурентоспроможність;
- здійснити порівняльний аналіз провідних українських destinations (Карпати, Львів, Одеса);
- застосувати модель «Діамант Портера» для оцінки факторів конкурентних переваг;
- визначити стратегічні напрями розвитку туристичних destinations України у післявоєнний та євроінтеграційний період.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення економічного потенціалу туристичних дестинацій потребує системного підходу, адже ця категорія є багатогранною та включає різні аспекти – від ресурсного забезпечення до маркетингових інструментів [4]. Наукові дослідження свідчать, що конкурентоспроможність дестинації формується не лише на основі наявності природних чи культурних ресурсів, але й завдяки ефективному управлінню, розвитку інфраструктури, інноваційним рішенням та активному брендингу [5]. У комплексі ці елементи створюють інтегральний потенціал території, який визначає її позиції на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку.

З метою більш чіткого розмежування та аналізу складових економічного потенціалу туристичних дестинацій у таблиці 1 представлено ключові елементи цієї категорії, їхній зміст та вплив на конкурентоспроможність.

Таблиця 1. Складові економічного потенціалу туристичної дестинації

Складова	Зміст та приклади	Вплив на конкурентоспроможність
Природно-ресурсний потенціал	Клімат, моря, гори, заповідники, лікувальні ресурси.	Приваблює туристів унікальністю та екологічною цінністю.
Культурно-історичний потенціал	Архітектурні пам'ятки, музеї, традиції, фестивалі, гастрономія.	Формує унікальний імідж дестинації, підвищує її популярність.
Інфраструктурний потенціал	Готелі, ресторани, транспорт, туристичні інформаційні центри.	Визначає комфортність перебування туристів і якість послуг.
Людський капітал	Кваліфікація персоналу, знання мов, компетентність менеджерів.	Забезпечує якісний сервіс, впливає на повторні візити туристів.
Інноваційно-технологічний потенціал	Онлайн-букінг, мобільні додатки, VR/AR-тури.	Дозволяє інтегруватися у глобальний туристичний ринок.
Інвестиційний потенціал	Привабливість для інвесторів, можливість державно-приватного партнерства.	Розвиток інфраструктури та розширення спектра послуг.
Маркетинговий потенціал	Імідж дестинації, туристичний бренд, промоція у ЗМІ та соцмережах.	Створює конкурентні переваги, підвищує впізнаваність і довіру.

Джерело: систематизовано за [1; 2; 4].

Економічний потенціал туристичної дестинації є багатокомпонентним явищем, що поєднує природні ресурси, культурно-історичну спадщину, рівень розвитку інфраструктури, людський капітал, інноваційні можливості, інвестиційну привабливість та маркетингові інструменти. Кожна зі складових має власну специфіку та значення: природні й культурні ресурси визначають унікальність дестинації; інфраструктура та сервіс – рівень її комфортності для туристів; інноваційні технології – можливості інтеграції у глобальний туристичний простір; інвестиції – перспективи розвитку; а маркетинг і брендинг – впізнаваність та довіру на ринку.

Водночас жоден із зазначених елементів не здатний забезпечити високий рівень конкурентоспроможності окремо. Лише їхня взаємодія та збалансований розвиток формують умови для стійкої позиції дестинації на туристичному ринку. Це потребує одночасного зміцнення ресурсної бази, розвитку сервісної інфраструктури та ефективної маркетингової політики, що в комплексі здатне перетворити регіони країни на потужні центри економічного зростання та міжнародної привабливості.

Особливої уваги заслуговує диференціація моделей розвитку дестинацій. Приклади Карпат, Львова та Одеси дозволяють простежити відмінності у ресурсному забезпеченні, підходах до формування туристичного бренду та структурі попиту. Їхнє порівняння допомагає не лише визначити спільні риси й відмінності, але й оцінити перспективи інтеграції у єдиний туристичний простір України. Узагальнені характеристики цих дестинацій наведено у таблиці 2.

Порівняння Карпат, Львова та Одеси свідчить, що кожна дестинація має власні унікальні ресурси й різні моделі розвитку. Карпати вирізняються природними багатствами та етнокультурною автентичністю; Львів має сильний культурно-історичний бренд і сучасну туристичну інфраструктуру; Одеса поєднує морський і культурний потенціал.

**Таблиця 2. Порівняння економічного потенціалу туристичних
дестинацій України**

Критерій	Карпати	Львів	Одеса
Природно-ресурсний	Гори, мінеральні води, чисте повітря	Обмежений, лише географічне положення	Море, пляжі, лікувальні грязі
Культурно-історичний	Народні традиції, церкви, фольклор	Архітектура ЮНЕСКО, фестивалі	Архітектура, театри, кінофестиваль
Інфраструктура	Курорти, зелені садиби	Розвинені готелі, аеропорт	Санаторії, порти, авіасполучення
Людський капітал	Місцевий малий бізнес, етносервіс	Високий рівень HoReCa	Персонал курортів і ресторанів
Маркетинг	«Еко- та гірськолижний відпочинок»	«Культурна столиця України»	«Перлина біля моря»
Перспективи	Сталий та активний туризм	Міжнародний культурний центр	Морський, подієвий та медичний туризм

Джерело: узагальнено автором за [4; 5; 7].

У сучасних наукових дослідженнях конкурентоспроможності туристичних дестинацій дедалі ширше застосовуються моделі стратегічного аналізу, що дозволяють комплексно врахувати взаємодію внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку. Однією з найбільш відомих методик є модель «Діамант Портера», яка дає змогу оцінити не лише наявні ресурси території, а й характер попиту, рівень розвитку споріднених галузей, а також інтенсивність конкуренції у сфері туризму.

Застосування цієї моделі дозволяє сформувати більш об'єктивне уявлення про структурні переваги та обмеження дестинацій, а також визначити стратегічні напрями підвищення їхньої конкурентоспроможності (табл. 3).

Аналіз за моделлю «Діамант Портера» свідчить, що кожна з досліджуваних дестинацій має власні структурні конкурентні переваги та обмеження. Карпати володіють потужними природно-ресурсними чинниками й автентичною культурною спадщиною, однак їхній розвиток стримується сезонністю та недостатнім рівнем інфраструктури. Львів забезпечує стабільний туристичний попит завдяки сильному культурно-історичному бренду та розвиненим суміжним галузям, проте стикається з проблемою

перевантаження міського середовища й конкуренцією з іншими культурними центрами Європи. Одеса характеризується поєднанням курортного й культурного потенціалу, вигідним транспортним положенням і наявністю розвинених споріднених індустрій, однак потребує модернізації інфраструктури та диверсифікації туристичних продуктів для подолання сезонності. У комплексі вони забезпечують диверсифікацію національного туристичного ринку й створюють передумови для формування інтегрованого туристичного продукту України, здатного конкурувати на міжнародному рівні.

Таблиця 3. Діамант Портера для туристичних DESTИНАЦІЙ України

Елемент моделі	Карпати	Львів	Одеса
Факторні умови (ресурси)	Унікальні природні ресурси (гори, мінеральні води, клімат); етнокультура; наявність рекреаційних зон	Архітектурна спадщина, об'єкт ЮНЕСКО; культурні традиції; розвинена інфраструктура HoReCa	Морське узбережжя, пляжі, лікувальні грязі; курортний клімат; транспортний вузол (порт, авіація)
Умови попиту	Зростання внутрішнього попиту на екотуризм і гірськолижний відпочинок; сезонність	Стійкий потік внутрішніх і міжнародних туристів; зростаючий інтерес до фестивалів та гастротуризму	Високий попит на літній відпочинок; потенціал медичного та подієвого туризму; сильна сезонність
Споріднені та підтримуючі галузі	Малі готелі, зелені садиби, локальний бізнес; ремесла, харчова продукція	Розвинена мережа ресторанів, кав'ярень; культурні індустрії; транспортна доступність	Готельний і ресторанний бізнес; морські перевезення; фестивальна індустрія
Стратегія, структура і конкуренція	Конкуренція між курортами Карпат і Татр/Альп; потреба у модернізації інфраструктури	Конкуренція з європейськими культурними столицями (Краків, Прага); сильний бренд «Львів – культурна столиця України»	Конкуренція з Чорноморськими курортами Болгарії та Туреччини; необхідність модернізації сервісу й інфраструктури

Джерело: складено автором на основі [6; 9].

Подальший розвиток туристичних DESTИНАЦІЙ в Україні має враховувати як внутрішні ресурси, так і зовнішні виклики, що зумовлюють

специфіку функціонування ринку туристичних послуг. У сучасних умовах особливої ваги набувають наступні напрями:

✓ Сталий та екологічно відповідальний туризм. Передбачає врахування екологічних стандартів, розвиток зеленого та сільського туризму, а також збереження культурної спадщини й природних ресурсів, що є основою формування позитивного іміджу країни у міжнародному туристичному просторі [2].

✓ Цифровізація туристичних процесів. Полягає у впровадженні онлайн-букінгу, мобільних застосунків, VR/AR-турів та big data-аналітики туристичних потоків, що сприятиме підвищенню якості сервісу та інтеграції у глобальний туристичний ринок [4].

✓ Формування туристичних кластерів. Об'єднання підприємств сфери гостинності, транспорту, культури, харчування та розваг у єдині туристичні кластери дозволить створювати комплексні туристичні продукти та підвищувати конкурентоспроможність регіонів [1].

✓ Диверсифікація туристичного продукту. Поряд із традиційними видами туризму (пляжний, культурно-історичний, гірськолижний) дедалі більшої актуальності набувають нові його форми: гастрономічний, медичний, військово-історичний, арт-туризм та інсентив-туризм.

✓ Післявоєнне відновлення та безпекові аспекти. Подальший розвиток туристичної сфери України має здійснюватися з урахуванням відбудови інфраструктури, гарантування безпеки туристів та створення сприятливих умов для зростання привабливості країни на міжнародному рівні [3].

✓ Євроінтеграційний вектор розвитку. Інтеграція у європейський туристичний простір відкриває можливості для реалізації спільних проєктів, залучення інвестицій та гармонізації стандартів туристичного сервісу.

Запровадження комплексних заходів - від модернізації інфраструктури й інвестиційної політики до цифрових сервісів і сталих практик - може стати базою для створення узгодженого національного туристичного продукту; це,

своєю чергою, підвищить привабливість України як учасника міжнародного туристичного ринку.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Таким чином, дослідження за моделлю «Діамант Портера» дозволило ідентифікувати ключові драйвери конкурентоспроможності українських туристичних дестинацій та визначити напрями їх стратегічного розвитку. Поєднання природних, культурних та інноваційних складових формує передумови для створення інтегрованого національного туристичного продукту, здатного успішно конкурувати на міжнародному ринку

Отже, конкурентоспроможність національного туристичного ринку України залежить від здатності забезпечити збалансований розвиток усіх складових потенціалу дестинацій, диверсифікувати туристичні продукти та інтегруватися у європейський і світовий туристичний простір. Реалізація стратегічних напрямів розвитку - сталого туризму, цифровізації, кластеризації, диверсифікації та післявоєнного відновлення - сприятиме формуванню цілісного та конкурентоспроможного національного туристичного продукту.

Література

1. Безугла Л. С., Онищенко А. І., Шадріна Д. В. Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка* / ДДАЕУ. 2020. № 1. Режим доступу: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2897>.
2. Дехтяр Н. А. *Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні*: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с. Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/12345678>.
3. Про туризм: Закон України від 15.06.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 16.10.2025).
4. Олійник Т. Г. Розвиток туризму в Миколаївській області. *Modern Economics*. 2023. № 38. С. 112-116. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-17).

5. Михайліченко Г., Дворська І. Глобальні виклики кризових явищ в туризмі: тригери змін. *Туристична галузь України під час війни: виклики, загрози, шляхи виходу з кризи*: монографія / за заг. ред. М. Ю. Барна. Львів: ЛТЕУ, 2024. С. 6-21. ISBN 978-617-602-367-8.
6. Бондаренко Л. Концептуальна модель конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2023. № 6. С. 84-88. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.6.84>.
7. Тимошенко К. В. Концептуальні засади формування та розвитку конкурентних переваг дестинації на туристичному ринку. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 99-103.
8. Павлюк С. І. Перспективи розвитку зеленого туризму для регіонального туристичного ринку. *Modern Economics*. 2021. № 26. С. 121-128. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-18).
9. Кифяк О. Туристичні дестинації та їх вплив на функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2018. № 8. С. 68-84. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2018_8_7.
10. UNWTO. *World Tourism Barometer*. 2023. URL: <https://www.unwto.org>.
11. World Economic Forum. *Travel & Tourism Development Index 2022*. Geneva: WEF. URL: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2022>.

References

1. Bezugla, L.S. Onyshchenko, A.I. and Shadrina, D.V. (2020), "Formation of marketing activity in the tourism services market", *Efektivna ekonomika*, vol. (1). Available at: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2897> (Accessed 10 Oct 2025).
2. Dekhtiari, N.A. (2021) *Svitovyi rynok turystychnykh posluh i priorityty rozvytku turyzmu v Ukraini* [World tourism services market and development priorities in Ukraine], FOP Liburkina L.M. Kharkiv, Ukraine, Available at: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/12345678> (Accessed 10 Oct 2025).

3. Verkhovna Rada of Ukraine (1995), Law of Ukraine “On Tourism”, Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (Accessed 10 Oct 2025).
4. Oliinyk, T.H. (2023), “Development of tourism in the Mykolaiv region”, Modern Economics, vol. 38, pp. 112-116. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-17)
5. Mykhailichenko, H. and Dvorska, I. (2024), “Global challenges of crisis phenomena in tourism: triggers of change”, [The tourism industry of Ukraine during the war: challenges, threats, ways out of the crisis], LTEU, Lviv, Ukraine, pp. 6-21.
6. Bondarenko, L. (2023), “Conceptual model of competitive support for Ukraine’s tourist regions in the post-war period”, Bulletin of the National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute” (Economic Sciences), vol. (6), pp. 84-88. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.6.84>
7. Tymoshenko, K.V. (2020), “Conceptual foundations for the formation and development of destination competitive advantages in the tourism market”, Ekonomichnyi prostir, vol. 161, pp. 99-103.
8. Pavliuk, S.I. (2021), “Prospects for the development of green tourism for the regional tourism market”, Modern Economics, vol. 26, pp. 121-128. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-18)
9. Kyfiak, O. (2018), “Tourist destinations and their influence on the functioning of the tourism and recreation market in border regions”, Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University, vol. 8, pp. 68-84. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2018_8_7 (Accessed 10 Oct 2025).
10. UNWTO (2023), “World Tourism Barometer”, Available at: <https://www.unwto.org> (Accessed 10 Oct 2025).
11. World Economic Forum (2022), “Travel & Tourism Development Index 2022”, Available at: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2022> (Accessed 10 Oct 2025).

Стаття надійшла до редакції 21.10.2025 р.