

Шиндировський І.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики
Львівського торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5632-7163>*

Демидчук Л.Б.

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики
Львівського торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8718-0996>*

Shyndyrovskiy Igor

*Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics
Lviv University of Trade and Economics*

Demydchuk Ludmyla

*Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics
Lviv University of Trade and Economics*

СИСТЕМА ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Анотація. Розбудова ринкової економіки в країні зумовила суттєві зміни у всіх сферах життя суспільства, в тому числі у формах і методах торговельного обслуговування населення, структурі об'єктів торгівлі, ролі споживача у процесі здійснення актів купівлі-продажу. Система торговельного обслуговування відіграє ключову роль у задоволенні матеріальних потреб окремих громадян і суспільства в цілому, формуванні рівня життя населення. Саме в соціальній сфері реалізуються результати економічної діяльності держави, які зачіпають життєві інтереси всього населення щодо забезпечення продуктами харчування і промисловими товарами, у вирішенні інших життєво важливих проблем, які суттєво впливають на відтворення робочої сили, створення сприятливих умов для життя людей. У статті досліджено сутність, структуру та особливості функціонування системи торговельного обслуговування населення в умовах ринкової економіки. Відзначено, що в умовах ринкової економіки торговельне обслуговування набуває особливого значення, оскільки функціонує на засадах конкуренції, свободи вибору та орієнтації на споживача. Розглянуто теоретичні підходи щодо визначення торговельного обслуговування, проаналізовано основні елементи системи, її форми та методи. Особливу увагу приділено сучасним тенденціям розвитку роздрібної торгівлі як стрижневого елемента торговельного обслуговування, головне завдання якої полягає у забезпеченні високої якості процесів купівлі-продажу у торговельних підприємствах, товароруху і доведення товару до кінцевого покупця, торговельного обслуговування покупців та високої ефективності торговельної діяльності загалом. Під впливом діджиталізації, впровадження інноваційних технологій, підвищенням соціальної орієнтації торговельних підприємств система торговельного обслуговування в нашій державі постійно трансформується, що вимагає наукового осмислення та пошуку ефективних шляхів її вдосконалення. За результатами дослідження визначено проблеми та перспективи розвитку системи торговельного обслуговування населення в сучасних складних умовах.

Ключові слова: інноваційні технології, інфраструктура торгівлі, ринкова економіка, ритейл, роздрібна торгівля, споживчий попит, торговельне обслуговування, торговельне підприємство.

Вступ та постановка проблеми. Останні десятиріччя розвитку світового господарства характеризуються структурними зрушеннями. В різних країнах сталися радикальні зміни у співвідношенні галузей матеріального виробництва та послуг – зниження частини зайнятого населення у матеріальному виробництві, зростання продуктивності праці, забезпечення зростаючої потреби суспільства на продукцію та послуги. Це спричинило стрімке

піднесення соціальної сфери, на що впливають науково-технічний прогрес, інноваційні технології, підвищення добробуту громадян, зміни у споживчій поведінці.

Розбудова соціально орієнтованої ринкової економіки передбачає реформування та реорганізацію як економіки та схеми господарювання загалом, так і сфери соціального забезпечення – медицини, освіти і науки, культури, спорту, послуг для населення,



транспорту, зв'язку, а також торгівлі. Далеко на останню роль тут відіграє підвищення ефективності торговельного обслуговування населення, вдосконалення його організаційних форм і методів забезпечення, адаптація торговельних підприємств та інших елементів системи торговельного обслуговування до динамічних умов ринкового середовища. Рационально організована система торговельного обслуговування сприяє задоволенню потреб населення, розвитку підприємництва та стабільному економічному зростанню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових виданнях присутні різні дослідження проблем «торгівлі», «торговельної діяльності», «сфери торговельного обслуговування», «системи торговельного обслуговування населення», тому що вони являються об'єктом уваги різних сфер знань: економіки, управління, правознавства, економічної і соціальної географії тощо. Над проблемами торговельного обслуговування населення працювали науковці В. Апопій [7], І. Осіпчук [5], О. Прокопенко [6] та інші. Їх публікацій стосується дослідження змісту, значення та структури системи торговельного обслуговування. Однак, наявний зростаючий інтерес науковців та практиків до розвитку системи торговельного обслуговування, необхідність упровадження сучасних інноваційних форм діяльності в торгівлі, вимагають подальших розробок у цьому напрямі.

Мета статті. З погляду на зазначене вище основна мета статті полягає у дослідженні теоретичних та практичних проблем формування та ефективного функціонування системи торговельного обслуговування населення в умовах ринкової системи господарювання.

Результати дослідження. На сучасному етапі війни з агресором, відбудови і вдосконалення нашої держави економіка, загалом, і торгівля, зокрема, відіграють неймовірно велике значення. Саме торгівля як галузь господарської діяльності утворює умови для виготовлення продукції у виробництві, задовольняючи населення необхідними товарами та послугами.

Безпосередньо механізм торговельного обслуговування населення країни визначає обсяги споживчих потоків, забезпечує відтворення робочої сили, відбивається на продуктивності суспільної праці та рівні життя населення.

До того ж можна стверджувати, що торговельному обслуговуванню населення належить велика роль, оскільки воно формує умови для розвитку інших областей соціальної сфери та сфери сервісного обслуговування населення зокрема медицини, освіти, науки, культури та інших.

Під організацією торговельного обслуговування населення маємо на увазі діючу складову соціоустрою, котра представляє собою сукупність підприємств, організацій, об'єктів роздрібно торгівлі та ресторанного господарства, обслуговуючих підприємств, котрі співпрацюють між собою, виконують доставляння продовольчих та непродовольчих

товарів від товаровиробника до кінцевого користувача, поєднують потребу і пропозицію на товарну продукцію, і, за таких умов, забезпечують попит кінцевого користувача (населення) у потрібних товарах та харчуванні.

Організація торговельного обслуговування населення утворює умови для забезпечення матеріального попиту, являється з'єднуючою ланкою між виробництвом товарів та їх споживачами. Це забезпечує розподіл товарів та їх доставку до споживачів (реалізацію товарів); задовольняє відповідність потреб людей та виробничих ресурсів, на підставі цього сприяє зростання асортименту та покращенню якості товарної продукції, випуску нових видів товарів і послуг, на котрі потреба зростає.

Організація торговельного обслуговування надає інформацію про доцільність зменшення чи припинення випуску товарної продукції, потреба на яку знижується, гарантує неперервне відтворення товарних запасів; допомагає зайнятості населення, підняття міжрегіонального обміну продукцією, і як результат, – покращення економічних стосунків між регіонами, посилення територіального розподілу праці та спеціалізації товарного виробництва; сприяє зростанню загального рівня соціально-економічного потенціалу окремих регіонів та країни в цілому [6].

Якісне торговельне обслуговування сприяє збільшенню вільного часу, його доцільному використанню, поліпшує умови побуту, практичної організації споживання, позначається на створенні споживчої потреби та виховання смаків населення.

Доставляння товарної продукції до споживача (соціуму) від виробника відбувається за допомогою механізму торговельного обслуговування населення, який включає заклади роздрібно торгівлі, заклади ресторанного господарства, обслуговуючі підприємства. Організація торговельного обслуговування населення являється складовою виконавчої системи і ланкою просування товарної продукції від виробника до кінцевого споживача.

Структурними складниками механізму торговельного обслуговування громадян являються підприємства, об'єкти, заклади роздрібно продажу та ресторанного господарства, котрі виконують певні завдання та формують відповідні підсистеми, а саме, роздрібну торгівлю та ресторанний бізнес (громадське харчування), а також обслуговуючі організації.

Роздрібна торгівля охоплює крамниці, напівстаціонарні об'єкти, ярмарки, ринки, продаж поза магазинами, торговельні комплекси, які у свою чергу мають розгалужену будову.

Ресторанний бізнес представлено кав'ярнями, кафе, барами, ресторанами, їдальнями, буфетами, закусочними, кафетеріями тощо. Потрібно зазначити призначення ресторанного бізнесу. Саме попит у харчуванні являється основним для існування людства, і власне заклади громадського харчування мають можливість задовольнити дану потребу. До того ж, ресторанне господарство ще сприяє збільшенню часу населення на саморозвиток, власні уподобання

тощо, тому що звільняє від витрачання часу на готування їжі; задовольняє виготовлення нових виробів харчування, напівфабрикатів, переробку продуктів, сировини, здійснює продаж виготовленої товарної продукції, забезпечення харчування.

Крім головних закладів, котрі складають внутрішню будову механізму торговельного обслуговування громадян, до її складу входять обслуговуючі композиційні елементи – страхові, логістичні, охоронні фірми, ремонтно-технічні підприємства, аудиторські, юридичні фірми, інформаційні, ремонтні та будівельні організації, транспортні підприємства, наукові та проектні підприємства таке інше.

Таким чином, функціонально-компонентна будова механізму торговельного обслуговування населення представляє собою комплекс пов'язаних між собою підприємств, організацій, об'єктів, закладів роздрібного продажу та ресторанного бізнесу, що організувалися та працюють на певній території. Вони являються головними структурними механізмами, оскільки задовольняють виконання основних задач процесу торговельного обслуговування громадян – виконують доставку продовольчої та непродовольчої товарної продукції від виробника до кінцевого користувача, поєднують потребу і пропозицію на товарну продукцію і, в такий спосіб, забезпечують попит кінцевого споживача (громадян) у потрібних товарах та харчуванні [4].

Домінуючу роль в системі торговельного обслуговування відіграє роздрібна торгівля.

Дані дослідження показують, що показники чисельності діючих господарюючих суб'єктів, зайнятого населення та найманих працівників у роздрібній торгівлі (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами) мають однакову тенденцію (табл. 1). Найвищого свого значення аналізовані показники досягли у відносно спокійних довоєнних 2020 і 2021 роках. У першому році повномасштабного вторгнення на територію нашої країни (2022 році) кількість суб'єктів господарювання, зайнятого населення і найманих працівників у роздрібній торгівлі суттєво знизились. Однак, в 2023 році таку тенденцію вдалось подолати. Спостерігаємо певне відродження торговельної

галузі. Усі досліджувані показники демонструють зростання. Аналогічна тенденція зберігалась у 2024 році: кількість суб'єктів господарювання склала 518779 одиниць, кількість зайнятих працівників у господарюючих суб'єктів – 1277708 осіб, кількість найманих працівників – 767674 осіб. Необхідно відзначити, що досліджувані кількісні показники ще досить суттєво поступаються показникам до повномасштабної війни.

Роздрібна торгівля у 2022 воєнному році дещо знизила свій внесок в економіку країни: питома вага суб'єктів господарювання у цій сфері до загальної чисельності в економіці склала 27,4%, зайнятих працівників – 15,8%, найманих працівників – 12,1%.

У 2024 році питома вага зайнятих і найманих працівників в роздрібній торгівлі без торгівлі транспортними засобами перевищила довоєнні роки і склала відповідно 17,0% і 13,2%.

Щодо аналізу показників діяльності суб'єктів у роздрібній торгівлі (за виключенням торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами), то необхідно зазначити, що у 2022 році (початок повномасштабної війни на теренах країни) відбулося значне їх скорочення. Так, обсяг реалізованої продукції суб'єктів у роздрібній торгівлі скоротився на 29,0%, обсяг виробленої продукції – на 44,1%, додана вартість за витратами виробництва – на 33,2%. Тобто більшість показників знизилась на третину і більше.

Протягом наступних років перевищити показник 2021 року у фактичних цінах вдалося лише за обсягом реалізованої продукції (у 2024 році на 14,6%). Обсяг виробленої продукції та додана вартість за витратами виробництва господарюючих суб'єктів у роздрібній торгівлі все ще поступаються показникам 2021 року.

Внесок роздрібної торгівлі в економіку України у воєнні роки знизився порівняно з 2021 роком. Так питома вага роздрібної торгівлі в обсягах реалізованої продукції суб'єктів знизилась з 9,5% у 2021 році до 9,2% у 2024 році, в обсягах виробленої продукції – відповідно з 5,5% до 4,0%, в доданій вартості за витратами виробництва – відповідно з 6,8% до 5,7%. Найбільш невдалим з позиції цих показників для роздрібної торгівлі був 2022 рік.

Таблиця 1

Кількість діючих суб'єктів господарювання, зайнятих і найманих працівників у роздрібній торгівлі (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами) у 2020–2024 роках

Показники	Роки				
	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість діючих суб'єктів господарювання – всього, одиниць	593264	557446	474454	503726	518779
У % до загального показника, %	30,1	28,5	27,4	26,3	26,6
Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	1507192	1490051	1203154	1255227	1277708
У % до загального показника, %	16,6	16,5	15,8	16,7	17,0
Кількість найманих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	925522	943956	737201	759707	767674
У % до загального показника, %	12,5	12,8	12,1	13,0	13,2

Джерело: побудовано авторами на основі даних [3]

Таблиця 2

**Показники діяльності господарюючих суб'єктів у роздрібній торгівлі
(крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами) у 2020–2024 роках**

Показники	Роки				
	2020	2021	2022	2023	2024
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання, млн. грн.	1145504,3	1450834,6	1029742,0	1314887,8	1506894,2
У % до загального показника, %	10,2	9,5	9,0	9,4	9,2
Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання, млн. грн.	391794,5	543846,6	304159,3	393287,2	401732,6
У % до загального показника, %	5,2	5,5	3,8	4,2	4,0
Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання, млн. грн.	189390,3	314344,6	209937,4	271237,3	269165,6
У % до загального показника, %	5,7	6,8	5,3	5,6	5,7

Джерело: побудовано авторами на основі даних [3]

Воєнні дії на території країни негативно вплинули на чисельність магазинів – основного об'єкта роздрібної торгівлі. Їх чисельність скоротилась і у 2024 році склала 45685 одиниць, що ще поступається показнику 2021 року (табл. 3).

Торгова площа магазинів розвивалась за своїми закономірностями. Після незначного зменшення торгової площі у 2022 році, у наступному 2023 році спостерігається ще більш значне скорочення. У 2024 році уже зростання до 10292695 м² (або на 28,5% порівняно з попереднім роком), що також перевищує показники довоєнних років (табл. 3).

Середній розмір одного магазину за торговою площею найвищий у 2020 році і складає 237,6 м². За таким показником спостерігається певне зменшення в одному році (2021 та 2023 роки) з невеликим зростанням у наступному році (2022 та 2024 роки).

Звертають на себе увагу негативні тенденції в розвитку торговельного обслуговування населення, такі як нерівномірність розвитку торговельної мережі на окремих територіях, недостатній рівень сервісу особливо в сільській місцевості, вплив економічної нестабільності на платоспроможний попит населення та інші.

До війни структура вітчизняної роздрібної торгівлі була добре розвинуеною та достатньо конкурентною. Великий ритейл, представниками якого є мережі супермаркетів, гіпермаркетів, торгові центри співіснував з малим бізнесом, ринками та інтернет-магазинами. В даний час населення все частіше обирає формат «магазин біля дому».

Малі магазини – особливо ті, що забезпечують продаж базових товарів, – залишилися надзвичайно важливими, особливо у прифронтових регіонах країни.

Онлайн-торгівля в Україні розвивається та набула нового значення: населення активно переходять до цифрових платформ, що спонукає бізнес інвестувати в IT-інфраструктуру.

За оцінками експертів, понад 30% загального обсягу продажів у 2024 році здійснено через електронну комерцію, що є рекордним показником для України.

Одна з ключових тенденцій – активна діджиталізація. Багато ритейлерів інвестували у власні сайти, мобільні застосунки, CRM-системи та логістичні сервіси. Важливим елементом стало впровадження такої стратегії, коли споживачі можуть почати замовлення онлайн, а завершити – у фізичному магазині, або навпаки.

Зростає попит на персоналізоване обслуговування. Ритейлери впроваджують алгоритми аналізу поведінки, які дозволяють формувати індивідуальні пропозиції, бонусні програми, знижки та інші механізми утримання клієнтів.

У великих містах з'являються нові формати магазинів – безкасири, автоматизовані точки самообслуговування, інтерактивні торгові вітрини тощо. Мережа «Сільпо» експериментує з концептуальними магазинами, де поєднуються торгівля, розваги й культура.

Роздрібна торгівля відчуває зміни у поведінці споживачів та їх вподобаннях. Після війни такі зміни можуть кардинально вплинути на структуру

Таблиця 3

Кількість магазинів роздрібної торгівлі (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами) та їх торгова площа у 2020–2024 роках

Роки	Кількість магазинів, одиниць	Торгова площа магазинів, м ²	Середній розмір одного магазину, м ²
2020	35034	8325107	237,6
2021	46285	9579241	207,0
2022	41415	9388049	226,7
2023	42040	8009456	190,5
2024	45685	10292695	225,3

Джерело: побудовано авторами на основі даних [3]

споживчого ринку. Попит на певні товари може суттєво збільшитися, наприклад, на медикаменти, будівельні матеріали або технічні пристрої, необхідні для відновлення інфраструктури. Українці також можуть надавати перевагу більш доступним товарам, що дозволить адаптувати пропозицію до нових економічних реалій.

З огляду на зростаючу екологічну свідомість, роздрібна торгівля також адаптується до вимог сталого розвитку: впроваджуються багаторазові пакування, знижуються витрати енергії, підтримуються «зелені» ініціативи. Це не лише додає брендам лояльності, а й відповідає європейським стандартам.

Попри всі виклики, роздрібна торгівля має потенціал до зростання. Очікується, що після завершення активної фази війни відбудеться справжній «бум» у ритейл – буде запущено нові проєкти, іноземні інвестори повернуться до країни, а держава стимулюватиме економічну активність.

Висновки. Торговельне обслуговування можна трактувати як взаємопов'язану систему методів, прийомів, умов, а також засобів, котрі гарантують виконання процедури реалізації товарної продукції їх кінцевим споживачам. Вона об'єднує сукупність

залежних між собою компонентів – обслуговуючих конкуруючих суб'єктів різних видів діяльності і покупців-споживачів. Саме поєднання складових формує цілісний механізм торговельного обслуговування.

Роздрібна торгівля є стержнем системи торговельного обслуговування населення. Вона і в останні роки пройшла через безпрецедентні виклики, але змогла не тільки вижити, а й трансформуватись у більш гнучку, клієнтоорієнтовану й інноваційну галузь. Сучасні тенденції вказують на те, що український ринок має потенціал стати частиною європейського простору ритейлу, адаптуючись до найкращих практик, водночас зберігаючи свою локальну унікальність. Можна стверджувати, що вдосконалення структури торговельного обслуговування населення можливо розглядати як особливий індикатор соціально-економічного розвитку окремих регіонів, держави загалом, а також задоволення населення рівнем забезпечення суспільних потреб.

Подальший розвиток торговельного обслуговування пов'язаний з діджиталізацією, впровадженням інноваційних технологій, підвищенням соціальної орієнтації торговельних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Апопій В. В., Хомяк Ю. М. Сутність і типологія інновацій в торгівлі. *Торгівля, комерція, підприємництво*. Львів, 2011. Вип. 12. С. 5–8.
2. Безус А. М., Шевчун М. Б., Безус П. І. Перспективи інноваційного розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. Київ, 2019. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2019/7.pdf
3. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua
4. Кобилін П. О. Функціонально-компонентна структура системи торговельного обслуговування населення. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна* : зб. наук. праць. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. Серія «Геологія-Географія Екологія». Вип. 46. С. 92–100.
5. Осіпчук І. О. Територіальна організація торговельного обслуговування населення Рівненської області : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія». Київ, 2013. 20 с.
6. Прокопенко О. В., Школа В. Ю., Дегтяренко О. О., Махнуша С. М. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
7. Теорія та практика торговельного обслуговування: Навчальний посібник / Апопій В. В., Міщук І. П., Рудницький С. І. та ін. ; за редакцією В. В. Апопія. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 496 с.

References:

1. Apopiy V. V., Khomyak Yu. M. (2011). The essence and typology of innovations in trade. *Trade, commerce, entrepreneurship*. Lviv, Issue 12. P. 5–8.
2. Bezus A. M., Shevchun M. B., Bezus P. I. (2019). Prospects for innovative development of retail trade in Ukraine. *Economy and state*. Kyiv. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2019/7.pdf
3. State Statistics Service of Ukraine. Official website. Available at: www.ukrstat.gov.ua
4. Kobylin P. O. (2017). Functional and component structure of the system of trade services for the population. *Bulletin of the V.N. Karazin Kharkiv National University: collection of scientific works*. Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University, Series “Geology-Geography Ecology”. Issue 46. P. 92–100.
5. Osipchuk I. O. (2013). Territorial organization of trade services for the population of Rivne region: author's abstract of dissertation for the degree of candidate of geographical sciences: speciality 11.00.02 “Economic and social geography”. Kyiv, 20 p.
6. Prokopenko O. V., Shkola V. Yu., Degtyarenko O. O., Makhnusha S. M. (2007). Infrastructure of the commodity market: textbook. Kyiv: Center for Educational Literature, 296 p.
7. Theory and practice of trade services: Textbook / Apopiy V. V., Mishchuk I. P., Rudnytskyi S. I. et al. (2005); edited by V. V. Apopiy. Kyiv: Center for Educational Literature, 496 p.

SYSTEM OF COMMERCIAL SERVICES FOR THE POPULATION AND PROSPECTS FOR ITS DEVELOPMENT

Summary. The development of a market economy in the country has led to significant changes in all spheres of society, including the forms and methods of commercial services for the population, the structure of trade objects, the role of the consumer in the process of carrying out acts of purchase and sale. The commercial service system plays a key role in satisfying the material needs of individual citizens and society as a whole, shaping the standard of living of the population. It is in the social sphere that the results of the state's economic activity are realized, which affect the vital interests of the entire population in terms of providing them with food and industrial goods, in solving other vital problems that significantly affect the reproduction of the labor force, the creation of favorable conditions for people's lives. The article examines the essence, structure and features of the functioning of the commercial service system for the population in a market economy. It is noted that in a market economy, commercial service acquires special importance, since it functions on the principles of competition, freedom of choice and consumer orientation. Theoretical approaches to the definition of commercial service are considered, the main elements of the system, its forms and methods are analyzed. Particular attention is paid to modern trends in the development of retail trade as a core element of trade services, the main task of which is to ensure high quality of purchase and sale processes in trade enterprises, goods movement and delivery of goods to the final buyer, trade service to buyers and high efficiency of trade activities in general. Under the influence of digitalization, the introduction of innovative technologies, and the increase in the social orientation of trade enterprises, the trade service system in our country is constantly transforming, which requires scientific understanding and the search for effective ways to improve it. The results of the study identify problems and prospects for the development of the trade service system for the population in modern difficult conditions.

Keywords: consumer demand, innovative technologies, market economy, retail, retail trade, trade enterprise, trade infrastructure, trade services.

Стаття надійшла: 19.11.2025

Стаття прийнята: 09.12.2025

Стаття опублікована: 30.12.2025