Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U002845

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-06-2026

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ ЛНУ ім. Івана Франка № 931 від 21.07.2026 р.

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Терендій Анастасія Богданівна

2. Anastasiia B. Terendii

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-4476-5585

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: 075 Маркетинг

Дата захисту: 02-07-2026

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 13789

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.58.55, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Маркетингове управління споживчою поведінкою домогосподарств на продовольчому ринку України.

2. Marketing Management of Consumer Behavior of Households in the Food Market of Ukraine.

Реферат/анотація:

1. Продовольчий ринок є однією з ключових галузей національної економіки розвинених країн, оскільки забезпечує населення продуктами харчування та впливає на загальний соціально-економічний розвиток країни. Питання забезпечення продовольством є особливо актуальним в умовах суспільних потрясінь та невизначеності. Для українських домогосподарств набуло особливої актуальності з початком повномасштабного вторгнення. Споживча поведінка домогосподарств вимагає глибокого аналізу щодо окреслення зовнішніх та внутрішніх чинників її формування, впливу маркетингових інструментів і вивчення споживчих трендів. Маркетингові дослідження дають змогу виявити нові типи споживчої поведінки домогосподарств та адаптивні механізми, які вони використовують для забезпечення своїх потреб в умовах невизначеності. За таких умов раціональне використання маркетингових інструментів дає можливість підприємствам зберегти конкурентоспроможність своєї продукції на насиченому продовольчому ринку і впливати на споживчу поведінку. Таким чином, дослідження проблематики маркетингового управління споживчою поведінкою домогосподарств на продовольчому ринку є своєчасним та науково обґрунтованим.

Воно має практичне значення для раціонального використання маркетингових інструментів з метою формування такої поведінки домогосподарств на цьому ринку з урахуванням умов невизначеності, а також вітчизняних та світових споживчих трендів. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних основ та розробка практичних рекомендацій щодо маркетингового управління споживчою поведінкою домогосподарств на продовольчому ринку України. У вступі обґрунтовано актуальність та своєчасність дисертаційного дослідження, сформульовано його мету та завдання, окреслено об'єкт і предмет дослідження, визначено методи його проведення, сформульовано наукову новизну отриманих результатів, описано їхню апробацію та практичне застосування. У першому розділі роботи на основі проаналізованих наукових підходів визначено сутність трактування споживчої поведінки. Авторкою визначено споживчу поведінку домогосподарств як систему дій і вчинків індивідів на споживчому ринку, зумовлену спрямуванням наявних грошових ресурсів на забезпечення потреб та інтересів членів домогосподарства. Визначено, що маркетингове управління споживчою поведінкою домогосподарств можна трактувати як процес цілеспрямованого маркетингового впливу підприємств на неї шляхом використання сукупності маркетингових інструментів з метою формування нових потреб, моделей та типів їхньої споживчої поведінки. У другому розділі дисертаційної роботи здійснено аналіз доходів та видатків українських домогосподарств. Окреслено зміни, які відбулися у сукупних споживчих видатках домогосподарств окремих країн Європи протягом 2018-2022 рр., зокрема під час пандемії. Авторкою проведено маркетингове дослідження та проаналізовано вплив маркетингових інструментів на споживчу поведінку українських домогосподарств. У третьому розділі авторкою запропоновано на основі аналізу різноманітних типологій споживачів чотири основні типи споживчої поведінки домогосподарств в сучасних умовах невизначеності. На основі самооцінки опитаних респондентів визначено особливості споживчої поведінки українських домогосподарств за актуальних умов. Здійснено аналіз особливостей впливу інструментів маркетинг-міксу на поведінку споживачів залежно від типу споживчої поведінки домогосподарств. На основі результатів маркетингового дослідження розроблено чотирифакторну модель детермінант споживчої поведінки домогосподарств. Виокремлено чотири основні фактори: економічно-політична чутливість; соціально-маркетингова орієнтація; раціонально-споживча орієнтація; інституційно-глобальна орієнтація. Використано коефіцієнт кореляції Спірмена для оцінювання взаємозв'язку між даними факторами та маркетинговими інструментами і поведінковими практиками споживачів. Авторкою визначено ключові характеристики маркетингового управління аналізованими сегментами та сформульовано стратегічні напрями щодо підвищення його ефективності на продовольчому ринку на основі проведеного факторного аналізу споживчої поведінки. Розроблено специфічні метрики оцінки ефективності маркетингових заходів для кожного з визначених сегментів споживачів. Проаналізовано три основні періоди формування споживчої поведінки домогосподарств на продовольчому ринку впродовж останніх років: тенденції до 2020 року, формування трендів під впливом пандемії COVID-19, суттєві зміни і формування нових споживчих практик в умовах воєнного стану. Визначено особливості впливу споживчих трендів на споживчу поведінку та формування споживчих практик основних сегментів споживачів продовольчого ринку.

2. The food market is one of the key sectors of the national economy in developed countries, as it provides the population with food and influences the country's overall socio-economic development. The issue of food security is especially relevant in conditions of social upheaval and uncertainty. For Ukrainian households, it has become particularly relevant with the beginning of the full-scale invasion. Household consumer behavior requires a deep analysis of the external and internal factors that shape it, the influence of marketing tools, and the study of consumer trends. Marketing research makes it possible to identify new types of consumer behavior of households and adaptive mechanisms they use to meet their needs in conditions of uncertainty. Under such conditions, the rational use of marketing tools allows enterprises to maintain the competitiveness of their products in a saturated food market and influence consumer behavior. Thus, the study of the issues of marketing management of household consumer behavior in the food market is timely and scientifically based. It has practical significance for the rational use of marketing tools in order to form such behavior of households in this market, taking into account

the conditions of uncertainty, as well as domestic and global consumer trends. The purpose of the dissertation is to substantiate the theoretical and methodological foundations and develop practical recommendations for marketing management of consumer behavior of households in the food market of Ukraine. The introduction substantiates the relevance and timeliness of the dissertation research, formulates its goal and objectives, outlines the object and subject of the research, determines the methods of its conduct, formulates the scientific novelty of the results obtained, and describes their testing and practical application. In the first section of the work, based on the analyzed scientific approaches, the essence of the interpretation of consumer behavior is determined. The author defines household consumer behavior as a system of actions and decisions of individuals in the consumer market, determined by the direction of available financial resources to meet the needs and interests of household members. It is determined that marketing management of household consumer behavior can be interpreted as a process of targeted marketing influence of enterprises on it by using a set of marketing tools in order to form new needs, models, and types of their consumer behavior. In the second section of the dissertation, an analysis of the income and expenses of Ukrainian households is carried out. The changes that occurred in the total consumer expenditures of households in individual European countries during 2018-2022 are outlined, in particular during the pandemic. The author conducted a marketing study and analyzed the impact of marketing tools on the consumer behavior of Ukrainian households. In the third section, the author proposes, based on the analysis of various consumer typologies, four main types of consumer behavior of households in modern conditions of uncertainty. Based on the self-assessment of the surveyed respondents, the features of consumer behavior of Ukrainian households under current conditions were determined. An analysis of the features of the influence of marketing mix tools on consumer behavior, depending on the type of consumer behavior of households, was carried out. Based on the results of the marketing research, a four-factor model of determinants of consumer behavior of households was developed. Four main factors were identified: economic and political sensitivity; social and marketing orientation; rational consumer orientation; and institutional and global orientation. Spearman's correlation coefficient was used to assess the relationship between these factors and marketing tools and consumer behavioral practices. The author has identified key characteristics of marketing management of the analyzed segments and formulated strategic directions for increasing its effectiveness in the food market based on the conducted factor analysis of consumer behavior. Specific metrics for assessing the effectiveness of marketing activities have been developed for each of the identified consumer segments. Three main periods of the formation of household consumer behavior in the food market in recent years have been analyzed: trends until 2020; the formation of trends under the influence of the COVID-19 pandemic; significant changes and the formation of new consumer practices under martial law. The features of the influence of consumer trends on consumer behavior and the formation of consumer practices of the main segments of consumers in the food market have been determined.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- 1. Терендій А.Б. Тренди споживчої поведінки домогосподарств на продовольчому ринку України. Економічний простір, 2023. №184. С. 62-66. DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-10 (0,54 друк.арк.).

- 2. Terendii A. Peculiarities of household consumer behavior in the food market of Ukraine during the full-scale invasion. Формування ринкової економіки в Україні. 2023. Вип. 50. С.145-152. URL: http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/4385 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2023.50.0.5013 (0,54 друк.арк.).
- 3. Терендій А.Б. Методологічні основи вивчення домогосподарства як суб'єкта споживання. Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка, 2024. Вип. 1(63). С. 53-58. URL: http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/303163 DOI: https://doi.org/10.24144/2409-6857.2024.1(63).53-58 (0,50 друк.арк.).
- 4. Терендій А.Б. Типологія та детермінанти споживчої поведінки домогосподарств на продовольчому ринку України. Вісник Львівського університету. Серія економічна, 2025. Вип. 69. URL: https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13850/14352. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.69.0.6904 (0,50 друк.арк.).
- 5. Городняк І., Хоміць Л.-О., Терендій А. Аналіз формули ранжування оголошень як фактора впливу на вартість таргетованої реклами в соціальних мережах корпорації «META PLATFORMS». Формування ринкової економіки в Україні. 2022. Вип. 47. С. 87-96. URL: http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/3851 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2022.47.0.4708 (0,73 друк.арк./ 0,24 друк.арк.
- 6. Городняк І., Городняк Р., Терендій А. Аналіз ринку реклами в Україні. Формування ринкової економіки в Україні, 2024. Вип. 51. С. 14-22. URL: http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/4433 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.51.0.5102 (0,63 друк.арк./ 0,21 друк.арк.
- 7. Кузик О.В., Терендій А.Б. Теоретико-методологічні засади дослідження продовольчого ринку. Формування ринкової економіки в Україні. 2025. Вип. 53. С. 13-18. URL: http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/4868 DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2025.53.0.5302 (0,50 друк.арк./ 0,25 друк.арк.
- 8. Терендій А.Б. Споживча поведінка домогосподарств на продовольчому ринку України. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: Монографія. За ред. проф. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ, 2025. С. 357-396. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/04/Monohrafiia1-2025.pdf. (1,77 друк.арк.).
- 9. Терендій А.Б. Світові тренди поведінки споживачів на продовольчому ринку в умовах пандемії. Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики [Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва] (м. Умань, 25 жовтня 2022 р.). Умань, 2022. С. 88-90. (0,14 друк. арк.).
- 10. Терендій А.Б. Сучасні споживчі тренди в Україні. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропромислової сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції] (м. Харків, 02 листопада 2022 р.). Харків, 2022. С.210-212. (0,13 друк. арк.).
- 11. Терендій А.Б. Зміни в поведінці споживачів в Україні та країнах Європи. Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці [Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції] (м. Харків, 30 листопада–1 грудня 2022 р.). Харків, 2022. Вип. 3. С.130-132. (0,14 друк. арк.).
- 12. Терендій А.Б. Управління поведінкою споживачів на продовольчому ринку України. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами [VIII Міжнародна науково-практична конференція] (м. Луцьк, 15 грудня 2022 р.). Луцьк, 2022. С. 60-62. (0,23 друк. арк.).
- 13. Терендій А.Б. Формування споживчих трендів в Україні. Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід [Тези доповідей X Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків] (м. Львів, 25 листопада 2022 р.). Львів, 2022. С.106-108. (0,13 друк. арк.).

- 14. Терендій А.Б. Формування споживчих трендів домогосподарств в Україні. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні [Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції] (м. Вінниця, 2 - 3 березня 2023 р.). Вінниця, 2023. С. 153-155. (0,36 друк. арк.).
- 15. Терендій А.Б. Споживчі тренди поведінки домогосподарств в умовах воєнного стану. Актуальні проблеми функціонування господарської системи України [XXX Міжнародна наукова конференція студентів, аспірантів та молодих вчених] (м. Львів, 19-20 травня 2023 р.). Львів, 2023. С.335-336. URL: https://drive.google.com/file/d/11h11VmJr0gm859Xejzce8zAdfvhJXLfK/view (0,23 друк. арк.).
- 16. Терендій А.Б. Споживання домогосподарствами продуктів харчування протягом першого року повномасштабного вторгнення. Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід [XI Всеукраїнська науково-практична конференція форум молодих економістів-кібернетиків] (м. Львів, 24-25 листопада 2023 р.). Львів, 2023. С. 132-133. (0,13 друк. арк.).
- 17. Terendii A. Changes in household food consumption in modern conditions. Topical issues of science, education and technology in the context of modern challenges [International scientific-practical conference] (м. Aarhus, 30 листопада 2023 р.). Aarhus, Denmark, 2023. P. 22-25. (0,13 друк. арк.).
- 18. Terendii A. Trends in consumer behavior of households in war conditions. Majesty of Marketing [Materials of the XIX International conference for the students and junior research staff] (м. Дніпро, 07 грудня 2023 р.). Dnipro: Dnipro University of Technology, 2023. P. 228-229. (0,18 друк. арк.).
- 19. Терендій А.Б. Споживання продуктів харчування домогосподарствами України в умовах невизначеності. Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності [Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції] (м. Львів, 21-22 березня 2024 р.). Львів, 2024. С. 341-344. (0,22 друк. арк.).
- 20. Терендій А.Б. Продовольчий ринок України в умовах війни. Актуальні проблеми функціонування господарської системи України [XXXI Міжнародна наукова конференція студентів, аспірантів та молодих учених] (м. Львів, 28-29 травня 2024 р.). Львів, 2024. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/04/Zbirn_XXXI_MNKSAMU_2024.pdf (0,18 друк. арк.).
- 21. Terendii A. Features of the functioning of the food market of Ukraine. Current issues of economics, accounting, finance and law [International scientific-practical conference] (м. Aarhus, 15 травня 2024 р.). Aarhus, Denmark, 2024. P. 32-34. (0,23 друк. арк.).
- 22. Terendii A.B. Influence of food prices on consumer behavior of households. Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення [Збірник тез II Міжнародна науково-практична конференція] (м. Запоріжжя, 23-24 травня 2024 р.). Запоріжжя, 2024. С. 728-730. (0,14 друк. арк.).
- 23. Терендій А.Б. Вплив реклами на поведінку споживачів на продовольчому ринку. Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики [Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції] (м. Умань, 25 жовтня 2024 р.). Умань, 2024. С. 300-302. (0,23 друк. арк.).
- 24. Терендій А.Б. Аналіз видатків вітчизняних домогосподарств на продукти харчування під час війни. Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід [XII Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків] (м. Львів, 22-23 листопада 2024 р.). Львів, 2024. С. 272-273. (0,12 друк. арк.).
- 25. Terendii A.B. Food security of ukraine in today's conditions. Міжнародна та національна безпека: теоретичні і прикладні аспекти [Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції] (м. Дніпро, 21 травня 2025 р.). Дніпро, 2025. Ч.II. С. 344-345. (0,14 друк. арк.).
- 26. Терендій А.Б. Окреслення трендів споживання продуктів харчування домогосподарствами України. Інноваційні стратегії та виклики сучасного маркетингу в умовах глобальних технологічних змін та цифровізації економічних процесів [Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції] (м. Львів, 10 квітня 2025 р.). Львів: ЛТЕУ, 2025. С. 104-106. (0,18 друк. арк.).
- 27. Терендій А.Б. Аналіз видатків на харчування домогосподарств України та країн Європи. Актуальні проблеми функціонування господарської системи України [XXXII Міжнародна наукова конференція

студентів, аспірантів та молодих учених] (м. Львів, 23-24 травня 2025 р.). Львів. 2025. URL: https://drive.google.com/file/d/1eJtEuPqVqaqPJ22g5orBA6OAHFYEI5Gg/view (0,09 друк. арк.).

- 28. Терендій А.Б. Зміни в споживанні продуктів харчування домогосподарствами України. Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід [XIII Всеукраїнська науково-практична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків] (м. Львів, 21-22 листопада 2025 р.). Львів, 2025. С. 244-246. (0,18 друк. арк.).

Наукова (науково-технічна) продукція: аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0121U114645

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кузик Олег Володимирович

2. Oleg V. Kuzyk

Кваліфікація: д. е. н., доц., 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-9683-8697

Додаткова інформація: https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=2N_xkOYAAAAJ; Web of Science Researcher ID: CAI-0147-2022; Scopus Author ID: 58249501300

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ангелко Ірина Володимирівна

2. Iryna V. Anhelko

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2098-9170

Додаткова інформація: https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=CdSKPvcAAAAJ; Scopus Author ID: 57254155400

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, Львів, 79013, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гаврилюк Іванна Іванівна
2. Ivanna I. Havryliuk

Кваліфікація: к. е. н., доцент, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-9517-3021

Додаткова інформація: https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=w3mWmecAAAAJ

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

Код за ЄДРПОУ: 00492990

Місцезнаходження: вул. Пекарська, Львів, 79010, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Логоша Роман Васильович
2. Roman V. Lohosha

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-6462-5083

Додаткова інформація: https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=84pzBLYAAAAJ; Scopus Author ID: 57213193418; Web of Science Researcher ID: L-8376-2018

Повне найменування юридичної особи: Вінницький національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 00497236

Місцезнаходження: вул. Сонячна, Вінниця, Вінницький р-н., 21008, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шурпенкова Руслана Казимирівна

2. Ruslana K. Shurpenkova

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.07.02

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-8825-2389

Додаткова інформація: Scopus Author ID: 57208317918; Web of Science Researcher ID: GBS-1170-2022; https://scholar.google.com.ua/citations?user=Ib-rwpEAAAAJ

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, Львів, 79000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Урба Світлана Іванівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Урба Світлана Іванівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Жак Ольга Володимирівна
Реєстратор	Юрченко Тетяна Анатоліївна
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна