

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U001854

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 20-05-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Білуха Михайло Анатолійович

2. Mukhailo Bilukha

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Маркетинг

Дата захисту:

Спеціальність за освітою: Фізика і математика

Місце роботи здобувача: Організація відсутня

Код за ЄДРПОУ: 0000000000

Місцезнаходження: -----, Суми, Сумський р-н., 00000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 13511

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, Суми, Сумський р-н., 40002, 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: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, Суми, Сумський р-н., 40002, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 82.01

Тема дисертації:

1. Стратегічне управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємств
2. Strategic management of distribution of innovative products of enterprises

Реферат/анотація:

1. Дисертаційну роботу присвячено теоретико-методичне обґрунтування та розроблення науково-практичних рекомендацій щодо стратегічного управління дистрибуційними процесами інноваційної продукції підприємств. У роботі проведено ретроспективний аналіз еволюції поняття «дистрибуція». На основі критичного аналізу, систематизації підходів і застосування трикомпонентної структуризації за суттю, змістом і результатом явища сформовано авторське визначення, в якому дистрибуцією є складна система, що забезпечує вчасне й ефективне переміщення й продаж необхідних товарів кінцевим споживачам відповідно до їх потреб і запитів з високим рівнем сервісу та реалізацією економічних інтересів учасників. Виконано аналіз електронної комерції та онлайн роздрібної торгівлі як засобу дистрибуції, що відповідно до авторського підходу реалізує комерційну складову розуміння дистрибуції та є ключовою особливістю дистрибуції саме для інноваційних товарів. Зокрема, встановлено, що в Україні відбувається динамічний її

розвиток та швидке зростання, у цьому контексті виявлено переваги та недоліки як для продавців, так і для покупців. Визначено головні фактори впливу на ефективну дистрибуцію інноваційної продукції в умовах цифрової трансформації у контексті реалізації маркетингової та комерційної складових розуміння економічної категорії «дистрибуція»: розвиток технологій штучного інтелекту, аналітики даних та управління репутацією у цифровому середовищі. Деталізовано використання штучного інтелекту у роздрібній торгівлі як учасника системи дистрибуції, зосереджуючи увагу на його використанні для покращення обслуговування клієнтів, оптимізації процесів, зростання продажів та інших аспектів роздрібної торгівлі; виявлено тенденції і згруповано застосування технологій штучного інтелекту, враховуючи їх основні переваги у роздрібній торгівлі. Досліджено використання аналітики даних у системі дистрибуції, виконано систематизацію для традиційних та інноваційних товарів за впливом на прогнозування попиту, оптимальне управління запасами, ефективне управління ланцюгом поставок, персоналізований підхід до розроблення стратегій розподілу, виявлення нових ринкових можливостей, управління ризиками та ін. Досліджено програмні засоби управління дистрибуцією за складовими інформаційної системи, що згруповано за функціональними блоками: 1) управління замовленнями (CRM) – автоматизація взаємодії з клієнтами, систематизація запитів та контроль виконання планів продажів); 2) управління складуванням (WMS) – використання RFID-технологій для відстеження запасів, систем голосового управління (Pick-by-Voice) та роботизованих складів) 3) управління транспортуванням (TMS) – оптимізація маршрутів, GPS-моніторинг у реальному часі (наприклад, TrustTrack) та інтегровані платформи типу Oracle SCM або SAP IBP. Здійснено комплексний аналіз динаміки інноваційного розвитку суб'єктів господарювання України у довоєнному (2017–2021 рр.) та воєнному періодах 5 (2022–2024 рр.) за групами показників Глобального індексу інновацій (ГІІ); активності та ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств; а також за галузевою структурою інноваційної активності. Для подальшого удосконалення аналітичного інструментарію дистрибуції інноваційної продукції досліджено роль та значення економетричних моделей, що можуть стати ключовим інструментом у розв'язанні завдань оптимізації, адаптації до мінливих ринкових умов, та забезпеченні конкурентоспроможності у світі, де стратегії дистрибуції перетворюються в стратегічні переваги. Встановлено переваги та обмеження у застосуванні моделей: проста лінійна чи нелінійна модель попиту; авторегресійна модель часових рядів ARIMA; експоненційно згладжувана модель ETS; модель транспортної задачі; Vehicle Routing Problem (VRP); задача комівояжера (TSP); orienteering problem; conjoint analysis. Розроблено науково-методичний підхід вибору підприємством стратегії дистрибуції для поширення інноваційної продукції, який ґрунтується на авторському визначенні стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції як комплексного підходу, що базується на інтеграції маркетингової, логістичної та комерційної діяльності, поєднує системний та оптимізаційний підходи з орієнтацією на особливості інновацій (новизна, стадія виведення на ринок) та управління ризиками; бінарний трикомпонентний моделі, яка дозволяє поетапно обрати стратегію на основі інтегрального показника $S=(S1;S2;S3)$, кожна складова якого набуває значення 1 (за умови досягнення ідеального, прийнятного або припустимого рівня показників) та 0 (у разі наявності критичного, катастрофічного або неприпустимого рівня показників) маркетингової, логістичної та комерційної складової дистрибуції з урахуванням шкалювання відповідних рівнів структурних показників, а також рівня ризику та типу ринку за рівнем інтенсивності конкуренції.

2. The dissertation is devoted to the theoretical and methodological substantiation and development of scientific and practical recommendations for the strategic management of distribution processes of innovative products of enterprises. The study provides a retrospective analysis of the evolution of the concept of “distribution”. Based on critical analysis, systematization of approaches, and the application of a three-component structuring according to the essence, content, and result of the phenomenon, the author formulates a definition in which distribution is considered a complex system that ensures the timely and efficient movement and sale of necessary goods to final consumers in accordance with their needs and demands, with a high level of service and realization of the economic interests of participants. It is proved that in the context of digital transformation, the distribution of innovative products fundamentally differs from traditional distribution according to several characteristics: 1) channel flexibility (use of online platforms, mobile applications, and e-commerce tools instead of rigid physical

structures); 2) demand formation (emphasis shifts to digital communications such as SEO, SMM, and content marketing to create a market “from scratch”); 3) development of flexible pricing strategies such as skimming or market penetration, taking into account the product life cycle and consumer value perception; 4) use of modern technologies and solutions for supply chain management, such as artificial intelligence, blockchain, and the Internet of Things. The study identifies directions in which enterprises adhering to the principles of socio-ethical responsibility gain advantages, as they support the implementation of universal ethical values in the eyes of consumers. The main factors influencing the effective distribution of innovative products under digital transformation are determined in the context of the implementation of the marketing and commercial components of the economic category “distribution”, including the development of artificial intelligence technologies, data analytics, and digital reputation management. Accordingly, the directions for the application of artificial intelligence across each element of the marketing mix (product, price, promotion, place, people, process, physical evidence) are identified. The economic content of the information system for distribution management is clarified, which is considered as a set of software tools and technologies specifically designed for the automation and optimization of supply management processes for goods and services, ensuring the alignment and realization of the economic interests of participants in this process. Distribution management software is studied according to the components of the information system and grouped into functional blocks: 1) order management (CRM) – automation of customer interaction, systematization of requests, and control over sales plan fulfillment; 2) warehouse management (WMS) – use of RFID technologies for inventory tracking, voice-directed systems (Pick-by-Voice), and robotic warehouses; 3) transportation management (TMS) – route optimization, real-time GPS monitoring (e.g., TrustTrack), and integrated platforms such as Oracle SCM or SAP IBP. A comprehensive analysis of the dynamics of innovative development of business entities in Ukraine in the pre-war period (2017–2021) and wartime period (2022–2024) has been carried out based on groups of indicators of the Global Innovation Index, innovation activity and efficiency of industrial enterprises, and sectoral structure of innovation activity. For further improvement of the analytical tools for the distribution of innovative products, the role and importance of econometric models are investigated, which can become a key instrument in solving optimization problems, adapting to changing market conditions, and ensuring competitiveness in a world where distribution strategies are becoming strategic advantages. A scientific and methodological approach to selecting a distribution strategy for the dissemination of innovative products by an enterprise is developed. It is based on the author’s definition of strategic distribution management of innovative products as a comprehensive approach that integrates marketing, logistics, and commercial activities, combines systemic and optimization approaches, and considers the specifics of innovations (novelty, stage of market introduction) and risk management.

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: Не застосовується

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Білуха М., Петриченко А. Використання економетричних моделей для управління дистрибуційними процесами. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2024. № 38(2). С. 134-144. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-02-134-144>
- Bozhkova V., Bilukha M. The Essence and Content of Product Distribution as an Economic Category. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2024. № 2. С. 6-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2024-20-2-6->

- Білуха М. Стратегічне управління у системі дистрибуції товарів: теоретичний огляд та уточнення категорії. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2025. № 1(338). С. 69-73. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-9>
- Bilukha M., Mnukhina M. Optimisation of innovative product distribution in agro-industrial business. Economic bulletin of Cherkasy State Technological University. 2025. Vol. 26. Issue 1(74). P. 44-57. DOI: [https://doi.org/10.24025/2306_4420.1\(74\).2025.326274](https://doi.org/10.24025/2306_4420.1(74).2025.326274)
- Білуха М. Інноваційний розвиток бізнесу в умовах цифрової трансформації та кризи: потенціал, бар'єри та перспективи для України. Маркетинг і цифрові технології. 2025. №3(9). С. 136-157. DOI: <https://doi.org/10.15276/mdt.9.3.2025.10>
- Білуха М.А. Соціально-етичний маркетинг як напрямок сталого розвитку сучасних інноваційно активних підприємств. Цілі сталого розвитку : проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: матер. VI Всеукр. наук. практ. конф. здоб. вищ. осв. та мол. вч. (20 жовтня 2022 р., м. Київ). Київ : СНУ 17 ім. В. Даля, 2022. С. 16-17. URL: https://dspace.snu.edu.ua/items/bb2aa9b4-1151_44a2-8c3a-5f37f02fe71d
- Біловодська О.А., Білуха М.А. Інноваційні технології управління дистрибуційними процесами. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Суми, 06-07 червня 2023 р.). С. 233-236. URL: <https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferenciya/2023-rik/>
- Біловодська О.А., Білуха М.А. Переваги застосування штучного інтелекту у роздрібній торгівлі. Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: міжн. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 27-28 квітня 2023 р.). С. 194-198
- Білуха М.А., Божкова В.В. Розробники програмного забезпечення для управління дистрибуційними процесами в умовах розвитку цифрової економіки: закордонний досвід. Управління розвитком економічного середовища в умовах глобальних трансформацій: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 23-25 травня 2023 р.). С. 347-350. URL: https://econmgmt.uepa.karazin.ua/?page_id=1254
- Bilovodska O., Bilukha M. Systemic Research of Artificial Intelligence Application in Marketing. You Have Been Replaced by AI : Abstracts of the 11th Annual Entrepreneurship and Innovation Conference (Tallinn, Estonia, 5th October 2023). P. 8. URL: https://conference.euas.eu/2023/wp-content/uploads/2023/10/Olena_Bilovolska_Mykhailo_Bilukha2.pdf
- Білуха М.А. Вплив маркетингових витрат на прибуток компанії. Маркетинг в Україні : зб. матер. міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Київ, 20 жовтня 2023 р.). С. 214-216. URL: https://drive.google.com/file/d/1Iglyp1Pe_BrwCvI5M2kHiQvAQIbEi011/view
- Bilukha M. The Role of E-commerce and Online Retail in Distribution Strategies. Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the International Scientific Internet Conference (Poland, Bielsko-Biala, 15 of December, 2023). Bielsko-Biala: WSEH [E-edition]. P. 127-130. URL: https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations._Innovations_in_marketing_2023.pdf
- Білуха М.А. Використання аналітики даних у системі дистрибуції традиційних та інноваційних товарів. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу: матер. II міжн. наук.-практ. конф. у 2 т. Т. 2 (м. Київ, 17-19 квітня 2024 р.). С. 325-328. URL: <https://doi.org/10.35668/978-966-518-846-9>
- Білуха М.А. Електронна комерція як засіб дистрибуції: переваги та недоліки для продавців та покупців. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : матер. міжнар. наук. практ інтернет-конф. (м. Київ, 23 квітня 2024 р.). С. 698-700. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26758>
- Білуха М.А. Управління репутацією компанії як чинник успішної дистрибуції інновацій в цифровому середовищі. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матер. IV міжн. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 26 квітня 2024 р.). С. 314-316. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/xmlui/handle/123456789/6661>

- Біловодська О., Білуха М. Використання штучного інтелекту в розробці продуктової стратегії ринкового суб'єкта. Маркетингові технології в 19 управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: виявлення тенденцій та подолання викликів: матер. міжнар. наук.-практ. конф. в рамках міжн. форуму EFBM 3.0 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Від відновлення до зростання» (м. Київ, 23 травня 2024 р.). С. 12-13. URL: <https://www.efbm.org/mcct3/>
- Білуха М.А. Стратегічне управління дистрибуцією інноваційної продукції підприємства в умовах цифрової трансформації економіки: концептуальний підхід. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доп. XV міжн. наук.-практ. конф. пам'яті проф. Є. Крикавського (м. Львів, 17 - 18 жовтня 2024 р.). С. 33-34. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/ml-conference/zbirnyk-tez>
- Білуха М. Сутність стратегічного управління дистрибуцією інноваційної продукції. Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів: тези доп. XIX міжн. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 19-20 грудня 2024 р.). С. 10-12. URL: https://library.khmnu.edu.ua/old/konfer_HNU/2024/marketyngovi_teh.pdf
- Білуха М.А. Особливості дистрибуції інноваційної продукції підприємства. Сучасна парадигма економічної безпеки: інноваційні механізми імплементації: матер. міжн. наук.-практ. конф. (м. Кропивницький, 30 січня 2025 р.). С. 79-80. URL: <https://cusu.edu.ua/ua/newsphm/17448-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiia-suchasna-paradyhma-ekonomichnoi-bezpeky-innovatsiini-mekhanizmy-implementatsii-30-sichnia-2025-roku>
- Білуха М.А. Інноваційні процеси в умовах глобальних змін: галузеві тренди та геополітичні виклики. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні : матер. VIII міжн. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 6-7 березня 2025 р.). С. 69-71. URL: <https://press.vntu.edu.ua/index.php/vntu/catalog/book/890>
- Білуха М.А. Перспективи стартапів для планування і дистрибуції інноваційної продукції. Детермінанти соціально-економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання: зб. тез доп. III міжн. наук. практ. конф. (м. Рівне, 14 листопада 2025 р.). С. 652-654. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/36927/>
- Білуха М.А. Інноваційний розвиток країн ЄС: аналіз та тенденції за рейтингом глобального інноваційного індексу. Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці: матер. VI міжн. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25-26 листопада 2025 р.). С. 217-220. URL: https://drive.google.com/file/d/1tF_7g4M8LkFNSQ0e5OTwYOBjP6cXAaMz/view?usp=drivesdk
- Bilukha M., Semeniuk M. Assessing the impact of marketing expenditures on the economic performance of an agri-food enterprise in the context of sustainable development. Planning and Ensuring Sustainable Development of Socio-Economic Systems: proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference. Part 1 (18 December 2025, Poznan, Poland). P. 22-23. URL: https://cdn.wshiu.pl/wp-content/uploads/2026/01/WSHiU.Conf_.18.12.Part1_.pdf
- Білуха М.А., Божкова В.В. Перспективи планування та дистрибуції інноваційної продукції як чинник підвищення ефективності бізнес-процесів у сучасних умовах. Актуальні аспекти організації бізнес-процесів у сучасних умовах: матер. всеукр. наук.-практ. конф. з міжн. уч. (м. Кременчук, 19-20 грудня 2025 р.). С. 32-37. URL: https://kpk.edu.ua/wp-content/uploads/2026/02/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97_444cdf6c-9d1a-411c-9bd0-2c1366f1c978.pdf
- Bilukha M. Dynamics of countries' innovation activity in the global economic space. Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the International Scientific Internet Conference (Poland, Bielsko-Biala, December, 2025). Bielsko-Biala: WSEH [E-edition]. P. 10-12. URL: https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations._Innovations_in_marketing_2025.pdf

- Білуха М.А. Інформаційна система управління дистрибуційними процесами. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: "Економічна". 2023. № 2 (28). С. 55-65. DOI: [http://doi.org/10.31474/1680_0044-2023-2\(28\)-55-65](http://doi.org/10.31474/1680_0044-2023-2(28)-55-65)
- Білуха М. Основні проблеми розвитку франчайзингу в Україні як інноваційної форми дистрибуції на споживчому ринку. Студентська звітна конференція Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка: матер. рез. наук. досл. мол. науковців. (м. Суми, квітень 2023 р.). Суми : Вид-во фізико-математичного факультету СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2023. Вип. 17. С. 8-9

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0125U004340

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Божкова Вікторія Вікторівна

2. Viktoriia V. Bozhkova

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, Суми, Сумський р-н., 40002, 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. Заблодська Інна Володимирівна

2. Inna V. Zablodska

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1410-6194

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державна установа "Інститут економіко-правових досліджень імені В. К. Макутова Національної академії наук України"

Код за ЄДРПОУ: 13530946

Місцезнаходження: бул. Тараса Шевченка, Київ, 01032, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія наук України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ключ Юлія Ігорівна

2. Yuliia I. Klius

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1841-2578

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Код за ЄДРПОУ: 02070714

Місцезнаходження: вул. Іоанна Павла II, Київ, 01042, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Омеляненко Віталій Анатолійович

2. Vitalii A. Omelianenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0713-1444

Додаткова інформація: ;<https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=BrAt38wAAAAJ>

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, Суми, Сумський р-н., 40002, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ілляшенко Наталія Сергіївна
2. Illiashenko Nataliia S.

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація: ;<https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=IG0gKg0AAAAJ>

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Код за ЄДРПОУ: 02125510

Місцезнаходження: вул. Роменська, Суми, Сумський р-н., 40002, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Кудріна Ольга Юріївна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Кудріна Ольга Юріївна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Чистякова Ірина Анатоліївна

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна