




**DOI:** [https://doi.org/10.58253/2078-1628-2024-1\(31\)-023](https://doi.org/10.58253/2078-1628-2024-1(31)-023)

**УДК 658:330.3**  
**JEL D81, G30, M31**


**Юлія Анатоліївна БОНДАР**

кандидат економічних наук, доцент,  
завідувач кафедри менеджменту авіаційної діяльності,  
Льотна академія Національного авіаційного університету,  
м. Кропивницький, Україна

 <https://orcid.org/0000-0003-2269-6208>  
cooperjulia@ukr.net


**Наталія Рауфівна АБЛЯЗОВА**

кандидат економічних наук, доцент,  
президент,  
Приватний заклад вищої освіти  
«Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»,  
м. Черкаси, Україна

 <https://orcid.org/0000-0002-2367-9349>  
tatamurova2002@gmail.com


**Галина Олександрівна УС**

доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економіки, обліку і оподаткування,  
директор департаменту з підготовки наукових кадрів,  
Приватний заклад вищої освіти  
«Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»,  
м. Черкаси, Україна

 <https://orcid.org/0000-0001-8954-591X>  
us\_galina@ukr.net

**Руслана Іванівна ЖОВНОВАЧ**

доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економічної теорії,  
маркетингу та економічної кібернетики,  
Центральноукраїнський національний технічний університет,  
м. Кропивницький, Україна

 <https://orcid.org/0000-0001-6758-3421>  
ruslanaz1977@gmail.com



## КОНЦЕПЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛІНГУ ТА ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ І ОБ'ЄДНАНЬ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

***Анотація.** Стаття присвячена дослідженню концепції корпоративного контролінгу та економічних ризиків в контексті маркетингового менеджменту інтеграційних підприємств і об'єднань акціонерних товариств. Вона спрямована на аналіз впливу корпоративного контролінгу на стратегічне управління та ефективність маркетингових процесів в умовах об'єднаної бізнес-структури.*

*У дослідженні розглянуто основні аспекти корпоративного контролінгу, такі як стратегічне планування, моніторинг виконання стратегій, контроль за фінансовими ресурсами та оцінка результатів, а також визначені ключові економічні ризики, що виникають у маркетинговому менеджменті. Через розгляд цих аспектів, дане дослідження допомагає зрозуміти важливість ефективного управління корпоративним контролінгом та мінімізації ризиків для досягнення успіху у складному бізнес-середовищі.*

*Визначено основні концепції корпоративного контролінгу та аналізу економічних ризиків у контексті інтеграційних підприємств та об'єднань акціонерних товариств. Розглянуто основні аспекти корпоративного контролінгу, зокрема, стратегічне планування, моніторинг виконання стратегій, контроль за фінансовими показниками та оцінка результатів. Також проведено аналіз різноманітних економічних ризиків, що можуть виникати у контексті інтеграції підприємств та об'єднань акціонерних товариств, таких як фінансові, ринкові, технологічні та інші ризики.*

*Досліджено методи та інструменти управління цими ризиками в інтегрованих структурах підприємств та об'єднань акціонерних товариств. Слід визначити, що дослідження має велике значення для практикуючих менеджерів та фахівців з управління, а також для науковців, які цікавляться питаннями ефективного управління корпоративними структурами та мінімізації ризиків у бізнес-середовищі.*

***Ключові слова:** корпоративне управління, маркетинговий менеджмент, інтеграційні об'єднання, корпоративні підприємства, акціонерні товариства, економічні ризики, корпоративний контролінг.*

**Постановка проблеми.** В сучасному глобалізованому світі, де економічні зв'язки між компаніями стають все тіснішими, важливим



аспектом діяльності є контроль за корпоративними процесами. Концепція корпоративного контролінгу стає необхідною для забезпечення ефективного управління підприємствами, особливо в контексті їхньої інтеграції та об'єднання в систему маркетингового менеджменту.

У цьому вступі ми будемо досліджувати концепцію корпоративного контролінгу та його вплив на управління економічними ризиками в системі маркетингового менеджменту інтеграційних підприємств і об'єднань акціонерних товариств. Ми розглянемо ключові аспекти корпоративного контролінгу, такі як визначення цілей і стратегій, структури управління, процеси прийняття рішень та контролю, а також його роль у зменшенні економічних ризиків у маркетинговому менеджменті.

Ця тема є дуже актуальною в контексті сучасної бізнес-середовища, оскільки підприємства намагаються постійно адаптуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, зберігаючи конкурентоспроможність та забезпечуючи стабільний розвиток. Розуміння концепції корпоративного контролінгу та ефективного управління економічними ризиками допомагає підприємствам досягти цих цілей у світлі постійно змінюючихся умов конкуренції та ринкових тенденцій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема вдосконалення процесів управління та підвищення ефективності корпоративної діяльності на основі контролю знайшла своє відображення в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців.

Наприклад, Хан Д. і Хунгенберг Х. працюють у рамках неокласичної парадигми, згідно з якою «економічна система розглядається як сукупність взаємодіючих суб'єктів (фізичних і юридичних осіб), які виробляють, обмінюють і споживають у вільному економічному просторі, діючи у власних інтересах, тобто реалізуючи прибуток від різних видів діяльності» [11].

Так, професор Пушкар М. пише, що контроль звертається до концепції ефективного управління економічними об'єктами для забезпечення їхньої стабільності та довгострокового існування в мінливому середовищі [6].

Терещенко О. вважає, що контроль – це особлива система саморегульованих методів і засобів, покликана забезпечити функціональну підтримку управління підприємством, включаючи інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішнє консультування [9]. Як ми бачили, більшість науковців під контролем розуміють інструменти, що підтримують управління бізнесом та призначені для підвищення ефективності управлінських рішень.

Розвиток концепції управління в еволюційному розвитку, а також публікації вчених, які продовжують досліджувати цю проблему, а саме:



Сухарева Л. та Петренко С. [8], Ткаченко Є. [10] відмічають шість концепцій, які були розроблені сьогодні: управлінський облік (1980-ті роки); інформаційні системи управління (кінець 1980-х); планування та контроль (початок 1990-х рр.); координація (1990-ті роки); операції та управління (кінець 1990-х років); координація процесів прийняття рішень (2000).

Перераховані концепції розвивалися в різний час відповідно до еволюції контролю, тому кожна концепція пояснює контроль по-різному. Проте кожен наступний підхід розвивав попередній, підкреслюючи різні аспекти. Але оскільки всі ці поняття зараз можна зустріти в літературі, створюється враження термінологічної плутанини та відсутності повного розуміння систем управління.

Існують різні підходи до визначення та класифікації ризиків в системі маркетинг-менеджменту. Так, Макдональд М. у своїх наукових працях пропонує класифікацію ризиків маркетинг-менеджменту. Характеристика маркетинг-менеджменту ризику полягає в тому, що він охоплює весь процес управління системою маркетингового менеджменту, але в залежності від розміру прибутку найбільш яскраво проявляється у сфері обігу [5].

Аналіз показує, що систематичність, повнота та точність досліджень економічних знань у цій сфері є недостатньою. Переважна більшість експертів справедливо зазначає, що єдиного визначення контролю не існує та є велика кількість концепцій контролю, які відрізняються одна від одної. Ситуація також ускладнюється існуванням численних теоретичних парадигм, які визначають методи дослідження планування, контролю, обліку, аналізу та прийняття рішень, тому дане питання потребує більш детального дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Метою є дослідження концепції корпоративного контролінгу та економічних ризиків в системі маркетингового менеджменту інтеграційних підприємств і об'єднань акціонерних товариств та з'ясування їхнього впливу на управління підприємством.

Відповідно до зазначеної мети дослідження поставлено такі завдання:

- проаналізувати сутність та основні аспекти концепції корпоративного контролінгу та його значення для інтеграційних підприємств та об'єднань акціонерних товариств в контексті маркетингового менеджменту;

- визначити і розглянути основні економічні ризики, що можуть виникати у сфері маркетингу при інтеграції підприємств та об'єднань акціонерних товариств.



**Методи і методологія.** Для вирішення поставленої мети та завдань використовувались такі методи наукових досліджень: аналіз і синтез – для огляду сутності контролінгу за допомогою наукової літератури та формулювання на цій основі власного бачення; системний метод – для дослідження концепції контролінгу та економічних ризиків як сукупності окремих елементів; регресійний аналіз – для виокремлення закономірностей становлення та розвитку контролінгу та економічних ризиків в системі маркетингового менеджменту; графічний – для наочного зображення та схематичного представлення як теоретичного, так і методичного матеріалу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В умовах економічної глобалізації перед підприємцями постають дедалі складніші проблеми. Конкуренція значно зросла у відповідь на створення європейських ринків у межах ЄС. Завдання, яке стоїть перед керівниками вищої ланки, полягає в тому, щоб гнучко реагувати на швидко мінливе внутрішнє і зовнішнє середовище, приймати зважені рішення з урахуванням невизначених факторів і «контексту» підприємства, здійснювати бізнес-стратегічне планування та управління підприємством.

Нинішня економічна ситуація надзвичайно нестабільна. Технічний прогрес і динамічні зміни зовнішнього середовища змушують сучасні підприємства перетворюватися на все більш складні системи. Для забезпечення керованості таких систем потрібні нові методи управління, збору, обробки, аналізу та інтерпретації інформації. Складність полягає в впливі зовнішньої та внутрішньої інформації, з якою керівництво підприємства не може впоратися в умовах нестабільного середовища та складної організаційної структури підприємства.

Прийняття найкращих управлінських рішень має ґрунтуватися на надійній і дієвій відповідній інформації та розробці альтернатив управлінських рішень.

Отже, для зниження ступеня ризику та підвищення конкурентоспроможності підприємствам необхідно створити спеціалізовану обліково-аналітичну підсистему управління, яка у світовій та вітчизняній науці та практиці називається «контроль».

Основними факторами, що визначають актуальність впровадження системи управління на сучасних підприємствах, є [11]:

- зовнішні та внутрішні умови функціонування підприємства нестабільні, що висуває підвищені вимоги до якості управління підприємством;
- глобалізація економічних процесів та велика залученість суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічну діяльність роблять завдання управління організацією дуже складними;



- необхідність пошуку все більш ефективних та досконалих систем управління для забезпечення доцільності і стійкості господарських операцій;

- необхідність удосконалення та якісної зміни організації та методів інформаційного забезпечення;

- дані, що генеруються в рамках традиційних методів планування, управління, бухгалтерського та фінансового обліку, є малоінформативними;

- недостатній рівень взаємодії та координації в діяльності різних управлінських служб підприємства.

Слід зазначити, що однією з найважливіших причин впровадження контролю підприємствами є відсутність обґрунтованості альтернатив управлінським рішенням.

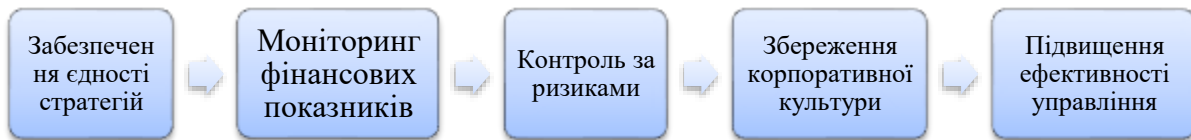
Контролінг – це сучасна концепція управління діяльністю компанії, координації та інтеграції зусиль різних служб і підрозділів для досягнення оперативних і стратегічних цілей. Контроль передбачає управління витратами і прибутками підприємства, знаходження оптимального співвідношення між ними, розробку способів уникнення банкрутств і кризових ситуацій.

Виникнення та еволюція контролю як інструменту управління є безпосередньою причиною розвитку та ускладнення структури ринкових відносин. Контролінг (від англійського «controlling») буквально означає управління, регулювання, контроль. Контроль виник у першій половині 20 ст. в результаті формування нових концепцій управління бізнесом. Проте, Великобританія та США використовують термін «управлінський облік», а Німеччина використовує термін «контролінг» [10].

Контролінг включає постановку цілей підприємства, поточний збір і обробку інформації для прийняття управлінських рішень, здійснення функцій контролю за відхиленнями фактичних показників діяльності підприємства від планових показників і, головне, надання рекомендацій для прийняття управлінських рішень, тобто координація, інтеграція та керівництво діяльністю всієї системи управління підприємством для досягнення поставлених цілей. Контроль – це комплекс планування, обліку, контролю, економічного аналізу та організації інформаційних потоків [8].

Сучасні економічні умови свідчать про постійне ускладнення позиціонування підприємств, що призводить до якісних змін у всій структурі та підходах до управління. У цих умовах перед керівниками все частіше постає завдання запобігання банкрутства та попередження кризових ситуацій. Водночас контроль є гарантійною системою, яку підприємства усувають на стадіях функціонування та стратегічного управління. Функціонування системи забезпечується послідовним виконанням її концепцій [9].

Концепція корпоративного контролінгу відіграє ключову роль у інтеграційних підприємствах та об'єднаннях акціонерних товариств, де складні структури та великі обсяги ділових операцій можуть створювати значні виклики для ефективного управління (рис. 1).



**Рис. 1. Роль корпоративного контролінгу в інтеграційних підприємствах та об'єднаннях акціонерних товариств**

*Джерело: сформовано авторами на основі [2; 7-8].*

Корпоративний контролінг допомагає забезпечити єдність стратегій та цілей всіх підприємств, що входять до інтеграційної структури. Це важливо для уникнення конфліктів і непорозумінь у процесі спільної діяльності.

Моніторинг фінансових показників дозволяє проводити систематичний моніторинг фінансових показників усіх компаній, що утворюють інтегровану структуру, для забезпечення стабільності та ефективного управління ресурсами.

Інтеграція підприємств може створювати нові види ризиків, такі як ризики залежності від партнерів, ризики зміни конкурентного середовища тощо. Корпоративний контролінг допомагає виявляти та управляти цими ризиками, забезпечуючи стабільність бізнесу.

Збереження корпоративної культури здійснюється при інтеграції підприємств, важливо зберегти корпоративну культуру та цінності. Корпоративний контролінг сприяє виробленню та збереженню спільних цінностей та стандартів, що сприяє підтримці єдності та стабільності в організації.

Підвищення ефективності управління здійснюється за допомогою корпоративного контролінгу на етапі раціоналізації процесів управління, забезпечуючи оптимальне використання ресурсів та підвищуючи загальну ефективність діяльності підприємства.

Отже, концепція корпоративного контролінгу є важливим інструментом для забезпечення успішної інтеграції підприємств та об'єднань акціонерних товариств. Вона допомагає забезпечити стабільність, ефективність та конкурентоспроможність в умовах складного бізнес-середовища.



Корпоративний контролінг в системі маркетингового менеджменту є важливою складовою стратегічного управління, спрямованого на забезпечення відповідності маркетингових дій цілям та стратегіям підприємства в цілому. Ця концепція охоплює різні аспекти контролю та управління в маркетинговій діяльності з метою досягнення конкурентної переваги та створення стійкої позиції на ринку. Розглянемо деякі ключові аспекти корпоративного контролінгу в системі маркетингового менеджменту, а саме:

1. Стратегічне планування відбувається тоді, коли корпоративний контролінг включає в себе вивчення та аналіз стратегічних планів у маркетинговому менеджменті, забезпечення їхньої відповідності загальним цілям підприємства та виявлення можливих відхилень.

2. Моніторинг виконання планів – контролінг вимагає систематичного моніторингу виконання маркетингових планів, оцінки результатів та виявлення проблемних ситуацій для їхнього вирішення.

3. Контроль за витратами – ефективний корпоративний контролінг включає в себе контроль за маркетинговими витратами та їхню ефективність, щоб забезпечити оптимальне використання ресурсів.

4. Оцінка результатів є важливою частиною корпоративного контролінгу маркетингових заходів та їхній вплив на фінансові показники та ринкову позицію підприємства.

5. Корпоративний контролінг включає в себе аналіз конкурентного середовища, оцінку конкурентної активності та реакції на конкурентні стратегії.

6. Забезпечення відповідності стандартам – контролінг також включає в себе забезпечення відповідності маркетингових дій законодавчим та етичним стандартам.

Загалом, корпоративний контролінг в системі маркетингового менеджменту спрямований на забезпечення ефективного управління маркетинговими ресурсами та досягнення стратегічних цілей підприємства. Він вимагає постійного моніторингу, аналізу та адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, щоб забезпечити конкурентну перевагу та стійкий успіх на ринку.

Концепція корпоративного контролінгу та управління економічними ризиками в системі маркетингового менеджменту інтеграційних підприємств та об'єднань акціонерних товариств становить один із найважливіших аспектів стратегічного управління в сучасному бізнесі.

Корпоративний контролінг визначається як система управління, яка спрямована на забезпечення дотримання корпоративних стандартів, політик та процедур в межах підприємства чи групи підприємств. У контексті маркетингового менеджменту, де важливим є побудова та підтримання





стійкої конкурентної переваги, корпоративний контролінг допомагає забезпечити відповідність маркетингових стратегій з загальними цілями підприємства, а також контроль за реалізацією цих стратегій.

Одним із ключових аспектів корпоративного контролінгу є управління економічними ризиками. З огляду на постійну зміну умов ринку, конкурентну боротьбу та змінність споживчих уподобань, підприємства стикаються з різними типами ризиків, включаючи фінансові, ринкові, технологічні та репутаційні. Управління цими ризиками вимагає виявлення, оцінки та мінімізації їхнього впливу на діяльність підприємства.

Особливо важливою стає ця проблематика в контексті інтеграційних підприємств та об'єднань акціонерних товариств, де складність управління збільшується через наявність декількох структур інтересів та стратегій. Ефективний корпоративний контролінг та управління ризиками стають вирішальними для забезпечення стабільності та успішності таких підприємств у глобальному бізнес-середовищі.

Ризики в маркетинг-менеджменті можна класифікувати за різними критеріями, враховуючи їхні джерела виникнення, характер та вплив на діяльність підприємства. Ось деякі загальні категорії ризиків в маркетинг-менеджменті (рис. 2).



**Рис. 2. Категорії ризиків в маркетинг-менеджменті корпоративних інтеграційних об'єднань**

*Джерело: сформовано авторами на основі [3; 5; 9].*

Ризики продукту та бренду включають в себе можливість невдачі нового продукту, проблеми з якістю, втрату репутації бренду через скандальні ситуації або некоректну рекламу.



В ризики ринкового середовища входять зміни в попиті та уподобаннях споживачів, конкуренція, зміни на ринку, політичні та економічні фактори, а також сезонні коливання.

Ризики ціноутворення включають в себе можливість втрати від неправильної стратегії ціноутворення, зміни цін на ринку або дефіциту попиту на продукт за певною ціною.

В ризики маркетингових комунікацій входять невдачі в рекламних кампаніях, неадекватна реакція на погану публічність, проблеми зі зв'язками з громадськістю та інші аспекти комунікацій.

Ризики дистрибуції включають в себе проблеми з логістикою, доставкою товарів, невдачі у партнерських відносинах або проблеми зі складським управлінням.

В ризики стратегічного планування входять неправильно побудовані маркетингові стратегії, недооцінка ризиків та зовнішніх загроз, а також недоліки у внутрішньому аналізі та плануванні.

Технологічні ризики включають в себе швидкі зміни технологій, можливість втрати конкурентоспроможності через технологічні відставання, а також проблеми з інформаційною безпекою.

Ця класифікація допомагає підприємствам зрозуміти різноманітні аспекти ризиків у маркетинговому менеджменті та приймати ефективні заходи для управління.

Корпоративний контролінг та управління економічними ризиками в системі маркетингового менеджменту є невід'ємними складовими успішної стратегії в будь-якому підприємстві. В сучасних умовах, коли ринок постійно змінюється, а конкуренція набуває все більшої інтенсивності, ефективний контроль та управління ризиками стають критичними для досягнення цілей та забезпечення стабільного розвитку.

Корпоративний контролінг у маркетинговому менеджменті включає в себе розробку та впровадження стратегій, спрямованих на оптимізацію маркетингових процесів, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення відповідності місії та цілям підприємства. Він охоплює контроль за ефективністю рекламних кампаній, управління брендом, аналіз ринкових тенденцій та реакція на них, а також забезпечення високої якості продуктів і послуг.

У той же час, економічні ризики в маркетинговому менеджменті включають фінансові ризики, пов'язані з витратами на рекламу та маркетингові дослідження, ризики втрати ринкової частки через некоректне позиціонування продукту чи невдалу реакцію на зміни вимог споживачів, а також репутаційні ризики, які можуть виникнути внаслідок скандальних рекламних кампаній або неадекватної реакції на кризові ситуації.



Ефективне управління цими ризиками передбачає систематичний моніторинг, аналіз та вжиття відповідних заходів з їхнього управління. Застосування сучасних методів аналізу даних та розвиток стратегій дозволяють підприємствам бути більш гнучкими та реагувати на зміни на ринку швидко та ефективно, забезпечуючи таким чином стабільність та успіх у конкурентному середовищі.

**Висновки.** Таким чином, розглянувши концепцію корпоративного контролінгу та економічні ризики в системі маркетингового менеджменту інтеграційних підприємств та об'єднань акціонерних товариств, можна зробити кілька ключових висновків.

По-перше, корпоративний контролінг є необхідною складовою успішного управління підприємством, особливо в контексті маркетингового менеджменту, де важливо забезпечити відповідність стратегій маркетингу загальним цілям компанії та ефективність їхнього впровадження.

По-друге, економічні ризики в маркетинговому менеджменті можуть стати серйозними перешкодами на шляху досягнення успіху. Вони включають в себе фінансові, ринкові та репутаційні ризики, які потребують систематичного аналізу та ефективного управління.

По-третє, інтеграційні підприємства та об'єднання акціонерних товариств вимагають особливої уваги до питань корпоративного контролінгу та управління ризиками, оскільки їхні складні структури можуть призвести до збільшення управлінської складності та ризиків.

Отже, ефективне управління корпоративним контролінгом та економічними ризиками є ключовим для забезпечення стабільного розвитку та успішного функціонування підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Це вимагає постійного моніторингу, аналізу та вдосконалення стратегій управління, а також гнучкості та швидкості реакції на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Забезпечивши ці аспекти, підприємства можуть забезпечити свою конкурентоспроможність та успішність у складному світі бізнесу.

### **Список використаних джерел:**

1. Бондар Ю.А., Легінькова Н.І. Основні аспекти корпоративного управління підприємством. *Науковий журнал «Інтелект XXI»*. 2018. № 4. С. 40-44.
2. Бондар Ю.А. Внутрішній контроль і внутрішній аудит як необхідність успішної діяльності для підприємств, організацій, установ вітчизняної економіки. *Наукові праці Кіровоградського державного технічного університету*. 2004. № 1. С. 168-171.
3. Гуцалюк О.М., Небаба Н.О. Соціокультурні аспекти розподілу та реалізації корпоративного контролю в інтегрованому корпоративному



об'єднанні. *Ефективна економіка*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7207>

4. Михайліченко Н.М., Токарева А. О. Проблеми та перспективи впровадження контролінгу як сучасного інструменту управління підприємством. Науковий вісник Донбаської державної машинобудівельної академії. 2017. № 1. С. 176-181.

5. Найт Ф. Ризик, невизначеність та прибуток. Пер. з англ. М.: Справа, 2003. 128 с.

6. Пушкар М.С., Пушкар Р.М. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту: монографія. Тернопіль: Карт-бланш, 2004. 370 с.

7. Салига К.С., Гуцалюк О.М. Ресурсно-компетентнісна парадигма організації управління корпоративними інтеграційними процесами акціонерних товариств. *Бізнес Інформ*. 2018. № 10. С. 369-376.

8. Сухарева Л.А., Петренко С. Н. Контролінг – основа управління бізнесом. Київ: Ельга, Ніка-Центр, 2002. 208 с.


9. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 554 с.

10. Ткаченко Є. Порівняльна характеристика німецької та американської концепцій контролінгу. *Економічний аналіз*. 2012. № 11 (4). С. 293-296.

11. Хан Д., Хунгенбер. Планування та контроль. Вартісно-орієнтовані концепції контролінгу. Пер. з нім. М.: Фінанси та статистика, 2005. 928 с.


### **Iuliia BONDAR**

Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor,  
Head of the Department of Aviation Management,  
Flight Academy of the National Aviation University,  
Kropyvnytskyi, Ukraine

 <https://orcid.org/0000-0003-2269-6208>  
cooperjulia@ukr.net


### **Nataliia ABLIAZOVA**

Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor,  
President,  
Private Higher Education Institution  
«Rauf Ablyazov East European University»,  
Cherkasy, Ukraine


 <https://orcid.org/0000-0002-2367-9349>  
tatamurova2002@gmail.com



**Galyna US**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of the Department of Economics, Accounting and Taxation,  
Director of the Department for the Training of Scientific Personnel,  
Private Higher Education Institution  
«Rauf Ablyazov East European University»,  
Cherkasy, Ukraine  
 <https://orcid.org/0000-0001-8954-591X>  
us\_galina@ukr.net

**Ruslana ZHOVNOVACH**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of the Department of Economic Theory,  
Marketing and Economic Cybernetics,  
Central Ukrainian National Technical University,  
Kropyvnytskyi, Ukraine,  
 <https://orcid.org/0000-0001-6758-3421>  
ruslanaz1977@gmail.com

**THE CONCEPT OF CORPORATE CONTROL AND ECONOMIC  
RISKS IN THE MARKETING MANAGEMENT SYSTEM OF  
INTEGRATED ENTERPRISES AND ASSOCIATIONS OF JOINT  
STOCK COMPANIES**

***Abstract.** The article is devoted to the study of the concept of corporate controlling and economic risks in the context of marketing management of integration enterprises and associations of joint-stock companies. It is aimed at analyzing the influence of corporate controlling on strategic management and the effectiveness of marketing processes in the conditions of a unified business structure.*

*The study examines the main aspects of corporate controlling, such as strategic planning, monitoring the implementation of strategies, control over financial resources and evaluation of results, and also identifies key economic risks arising in marketing management. By considering these aspects, this study helps to understand the importance of effective corporate controlling management and risk minimization to achieve success in a complex business environment.*

*The main concepts of corporate controlling and analysis of economic risks in the context of integration enterprises and associations of joint-stock companies are defined. The main aspects of corporate controlling are considered, in particular, strategic planning, monitoring the implementation of strategies,*



---

*control over financial indicators and evaluation of results. An analysis of various economic risks that may arise in the context of the integration of enterprises and associations of joint-stock companies, such as financial, market, technological and other risks, was also carried out.*

*Methods and tools for managing these risks in integrated structures of enterprises and associations of joint-stock companies were studied. It should be determined that the research is of great importance for practicing managers and management specialists, as well as for scientists who are interested in the issues of effective management of corporate structures and risk minimization in the business environment.*

**Keywords:** *corporate management, marketing management, integration associations, corporate enterprises, joint-stock companies, economic risks, corporate controlling.*