

Сергій В. Лісовий, Вікторія О. Шашко

## МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ВИРОБНИЧОГО АУТСОРСИНГУ

У статті досліджено актуальні методи та моделі ціноутворення при укладанні контрактів на виробничий аутсорсинг послуг механообробки. Визначено ключові фактори впливу на вартість робіт в умовах промислової кооперації, зокрема технологічну складність деталей, рівень автоматизації та завантаження обладнання. Проведено порівняльний аналіз витратного, ринкового, параметричного та ризикоорієнтованого підходів, виявлено їхні переваги та обмеження для машинобудівної галузі. Наукова новизна роботи полягає у розробленні інтегрованого підходу, що включає процесну модель формування ціни та економіко-математичний апарат розрахунку вартості обробки. Запропонована модель базується на чіткому розмежуванні вартості машино-години та технологічної трудомісткості із впровадженням інтегрального коефіцієнта ризику, що дозволяє оперативно адаптувати ціну до ринкових умов та внутрішніх виробничих обмежень. Обґрунтовано, що використання комбінованого підходу забезпечує баланс інтересів сторін, підвищує прозорість ціноутворення та сприяє економічній стійкості підприємств.

Встановлено, що використання комбінованої моделі ціноутворення забезпечує баланс інтересів сторін: виконавець отримує гарантовану норму прибутку та захист від непередбачуваних витрат, а замовник — прозорий механізм формування ціни, що базується на ринкових реаліях та об'єктивних технологічних параметрах.

Практична реалізація запропонованих підходів сприятиме підвищенню економічної стійкості машинобудівних підприємств та розвитку прозорих коопераційних зв'язків в умовах сучасних викликів промислового сектору України.

**Ключові слова:** маркетингове управління, калькулювання собівартості, ризик-менеджмент, виробничий аутсорсинг, конкурентоспроможність підприємства, управління ланцюгами постачання, сценарне моделювання, воєнний стан.