

УДК 338.5:669.162.212

С. В. БИТКІН,
*кандидат технічних наук, заст. директора з маркетингу і ЗЕД,
начальник відділу маркетингу ТОВ "Запоріжсталь",*
В. М. ЛИТВИН,
*кандидат економічних наук,
директор з маркетингу і ЗЕД ТОВ "Запоріжсталь",*
А. Г. РЕДЬКО
(Запоріжжя)

ЦІНОВІ ПЕРЕГОВОРИ ЩОДО ІМПОРТУ ВОГНЕТРИВКИХ МАТЕРІАЛІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ РОЗРАХУНКОВО- АНАЛІТИЧНИХ МЕТОДІВ АНАЛІЗУ ТЕХНІКО-КОМЕРЦІЙНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ЗАРУБІЖНИХ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ

Показано економічну ефективність аргументованого уторговування ціни в ході зовнішньо-економічних переговорів шляхом застосування попереднього аналізу співвідношення ціни і якості закупуваних вогнетривких матеріалів за допомогою кореляційно-регресійних моделей.

Ключові слова: зовнішньоторговельні переговори, вогнетривкі матеріали, аргументація, уторговування ціни, обґрунтованість запропонованих цін.

S. V. BYTKIN,
*Cand. of Techn. Sci., Deputy Director of Marketing and Foreign Trade,
Chief of marketing of OJSC "Zaporizhstal",*
V. M. LITVIN,
*Cand. of Econ. Sci.,
Director of Marketing and Foreign Trade of OJSC "Zaporizhstal",*
A. G. RED'KO,
(Zaporizhzhya)

PRICE NEGOTIATIONS ON THE IMPORT OF REFRACTORY MATERIALS WITH THE USE OF CALCULATION-ANALYTIC METHODS IN THE ANALYSIS OF TECHNICAL COMMERCIAL PROPOSITIONS OF FOREIGN SUPPLIERS

The economic efficiency of the argued bargaining over a price in the course of foreign economic negotiations by using a preliminary analysis of the price and quality ratio for purchased refractory materials with the help of the means of correlation-regression models is demonstrated.

Keywords: foreign economic negotiations, refractory materials, arguments, bargaining over a price, validity of proposed prices.

У літературі з техніки ведення комерційних переговорів висловлюється думка про те, що їх результат практично не залежить від коректності аргументів сторін, а визначається ефективністю застосування психологічних прийомів переконання, наявністю чи відсутністю харизми в опонентів та їх мистецтвом керувати емоційним станом партнерів [1].

Метою будь-якої маніпуляції є отримання нічим не виправданих поступок, прикладом чого може бути використання як контрактної необгрунтовано завищеної ціни на запропонований товар зарубіжної фірми (зокрема, тільки за рахунок посилення на її світову популярність).

Техніка прихованої психологічної дії під час переговорів досить глибоко вивчена [2], тому існують ефективні способи з її нейтралізації. Якщо учасники переговорів представлені досвідченими працівниками зовнішньоторговельних і (або) комерційних служб, здатними протистояти взаємному маніпулюванню, тоді цілком зрозумілим є скептицизм з приводу ефективності ведення переговорів, 90% з яких не будуть успішно завершені.

У полеміках, якими є і торговельні переговори, крім ретельного дотримання загальноприйнятих морально-етичних норм необхідна також аргументація, що містить висновки з логічного аналізу предмета обговорення [3]. Вона є специфічною формою комунікативної діяльності, яка нерозривно та органічно пов'язана з процесом переконання, тобто є його раціонально-логічною складовою [4]. Вироблення потрібної системи поглядів досягається різними способами та методами, найважливіше місце серед яких належить впливу на розум і мислення опонентів. Звернення до почуттів, настроїв, емоцій може викликати швидкий і безпосередній ефект, але раціональні докази та їх логічна обгрунтованість сильніше і довше впливають на свідомість і поведінку партнерів з переговорів.

Аргументація складає найбільш важливу, фундаментальну компоненту переконання, оскільки спирається на його раціональні основи і розум, а не на емоції, які важко контролювати і тим більше аналізувати. Для підтвердження цього використовують численні статистичні методи, в яких узагальнюються систематичні спостереження явищ і фактів, що повторюються. Перевага цих методів полягає в тому, що вони подають усю отриману інформацію в компактній і доступній формі.

Статистичні дані значно полегшують порівняння альтернативних техніко-комерційних пропозицій (ТКП). Компактність, сконцентрованість інформації та можливість її порівнювати дозволяють учасникам зовнішньоторговельних переговорів застосовувати методи автоматизованого опрацювання цих даних як джерело і засіб обгрунтування аргументації. Використання статистичних даних і їх ретельний аналіз стають особливо актуальними, коли необхідно забезпечити економічну безпеку закупівель [5].

Проведення автоматизованого аналізу необхідне для нівелювання ризику, пов'язаного з асиметрією інформації, тобто персонал закупівельної організації має бути не гіршим за фахівців потенціальних постачальників і добре поінформованим про співвідношення ціни та якості для конкретного типу товарів виробничо-технічного призначення, представленого на конкретному ринку. Це дозволить уникнути некваліфікованих дій під час вибору переможця тендера. Крім того, ознайомлення керівників з чіткими та наочними результатами статистичного аналізу ТКП зменшує ризик недобросовісних дій менеджерів із закупівель – передусім, від завищення цін з метою отримання різних преференцій від постачальників. Йдеться про “відкати”, більш поширені під час продажу продукції та послуг корпоративним клієнтам або у сфері B2B (сировина і матеріали для промислових підприємств, устаткування і т. д.).

Фактично застосування об'єктивних статистичних методів означає готовність до участі у так званих “принципових” переговорах. Суть такого підходу полягає у

вирішенні проблем на основі обговорення якісних і кількісних властивостей предмета переговорів, а не кількості поступок, на які може піти кожна із сторін. При цьому має місце розмежування між учасниками і предметом переговорів, коли психологічні особливості і (або) проблеми учасників переговорів не обговорюються; дискусія повинна зосередитися на економічних інтересах сторін, а не на техніці маніпулювання партнерами. Даний метод базується на взаємній вигоді: для експортера – це укладання угоди на постачання товару за ринковою ціною, а для імпортера – упевненість в обґрунтованості ціни на товар із статистично доведеним співвідношенням ціни та якості.

Метою статті є моделювання зміни цінової позиції зарубіжних фірм – постачальників вогнетривкої продукції для металургійного підприємства в результаті проведення “принципових” тендерних переговорів з використанням аргументації, заснованої на кореляційно-регресійному аналізі техніко-комерційних пропозицій потенціальних постачальників (оферентів).

На металургійних підприємствах активно ведуться роботи, спрямовані на модернізацію та реконструкцію існуючих агрегатів, включаючи і реконструкцію ливарних дворів доменних цехів. Особлива увага приділяється конструкціям жолобів, тому на нових або реконструйованих доменних печах футерування жолобів ливарного двору виконують з наливних бетонів. Цей вогнетривкий матеріал, як правило, закупається шляхом укладання зовнішньоекономічного контракту з іноземною фірмою. Пояснимо, чому.

Тенденції розвитку світового ринку вогнетривів максимально відповідають вимогам споживачів у частині підвищення якості, зниження їх питомих витрат на 1 т металу за рахунок підвищення їх експлуатаційної стійкості [6], зниження трудозатрат на їх обслуговування та утилізацію, а також відповідності технологіям, що забезпечують необхідну якість продукції. На ринку вогнетривів України працюють як найбільші ТНК (“Calderys”, “Puyang”, RHI, “Vezuvius”), так і порівняно невеликі компанії з Європи та Азії, які спеціалізуються на певній групі вогнетривких виробів.

Українські металургійні підприємства використовують дедалі більше вогнетривів, вироблених із сировини, якої немає в Україні [7], тому залежність від імпорту з кожним роком посилюється. Причиною цього є тенденція до збільшення частки споживання сучасних (наприклад, магnezійних) вогнетривів як у доменному, так і в сталеплавильному виробництві. Ця продукція має більш високу стійкість, що веде до збільшення термінів її експлуатації та зниження питомих витрат вогнетривкої продукції. Як наслідок, обсяг імпортних вогнетривів на українському ринку зростає, а стан власної вогнетривкової промисловості погіршується.

Причиною масової переорієнтації металургів на зарубіжну продукцію є те, що сировинна база вітчизняних заводів вогнетривів обмежена. Практично весь магnezит, який слугує основою для сучасної вогнетривкової продукції, імпортується. В Україні мають попит вогнетривкі вироби з Китаю, Словаччини, Туреччини. Це дозволило ліквідувати дефіцит, але ситуація на місцевому ринку таких виробів, найімовірніше, продовжить розвиватися за існуючим сценарієм: частка імпорту вогнетривких матеріалів збільшуватиметься, а обсяги їх внутрішнього виробництва – скорочуватимуться. Саме це визначає актуальність розробки розрахункових методів, які дозволять отримати в явному вигляді, вираженому функціональною стохастичною залежністю, зв'язок якісних і цінових характеристик вогнетривких матеріалів, що імпортуються.

Основна вимога металургійних підприємств до постачальників вогнетривкої продукції — скоротити питомі затрати на вогнетриви, тобто витрати вогнетривких матеріалів на 1 т виплавленого металу [8]. Отже, цей фактор повинен розглядатись як основний під час ціноутворення і такий, що визначає зв'язок якісних і цінових параметрів вогнетривких виробів провідних світових виробників.

Сучасні наливні бетонні маси, маючи високу експлуатаційну стійкість (низькі питомі витрати), за вартістю в десятки разів перевищують традиційні матеріали для жолобів (150—200 дол./т). Наприклад, на українському ринку ціни на імпортні низькоцементні бетони для футерування жолобів у середньому варіюються в інтервалі 1600—2000 дол./т.

Під час закупівель вогнетривкої продукції ціновий аналіз ринку є досить складним. Передусім, необхідно врахувати особливості технічних характеристик вогнетривів, які визначаються їх фізико-хімічними властивостями, якістю виконання операцій з формування і термообробки, тому що вони безпосередньо впливають на рівень техніко-економічних показників виробничих процесів.

При цьому не лише поставляється вогнетривкий матеріал, але і гарантується ресурс служби футерувань, про що зауважується у специфікації зовнішньоторговельного контракту. Широке використання сервісних послуг постачальників вогнетривів у частині проектування, монтажу та ремонту футерувань є характерним для найрозвинутіших металургійних виробництв, що істотно здорожує ці матеріали. Отже, придбання наливних вогнетривких мас за кордоном є найімовірнішим під час укладання зовнішньоекономічного контракту, що пов'язано з необхідністю ділових міжнародних комунікацій, з яких найбільш складним є процес переговорів [9].

На хід комерційних переговорів у зовнішньоторговельній сфері значно впливають національні та індивідуальні особливості учасників. Отже, потрібно виробити тактику переговорів, яка дозволить отримати результат без допущення конфлікту з потенціальним партнером. Ефективне зближення позицій сторін досягається методом “принципових” переговорів, який полягає в тому, щоб вирішувати проблеми на основі їх якісних властивостей, тобто виходячи з її суті, а не з позиційного торгу з приводу взаємних поступок сторін [10]. Метод припускає жорсткий підхід до розгляду суті справи, але при цьому м'який вплив на відносини між учасниками переговорів — без використання психологічного тиску. “Принципові” переговори дозволяють добитися успіху і залишитися при цьому в рамках цивілізованих відносин з партнером.

Головним правилом ведення переговорів вважається чітке розмежування між їх змістом і відносинами сторін, які будуються не на їх особистих оцінках (симпатії або антипатії, авторитеті, відгуках посередників), а на об'єктивних критеріях [11].

Ознакою достовірності позицій сторін під час підписання договорів купівлі-продажу є співвідношення ціни та якості товару — предмета переговорів. Цей критерій є об'єктивним, незалежним від бажання сторін, перевіреною практикою і базується на твердо встановлених фізико-технологічних принципах.

Унаслідок ускладнення переговорного процесу, пошуків шляхів, спрямованих на підвищення його ефективності, більших зусиль вимагає і розвиток методів підготовки переговорів. Особливого значення набуває використання комп'ютерної техніки, яка дозволяє значно розширити можливості під час підготовки до переговорів, а потім і під час їх проведення. Найбільші можливості цей метод (як “третья сторона”) пропонує для наукових оцінок і досліджень предмета переговорів, а також для оптимізації процесу ухвалення рішень [12].

Для вироблення обґрунтованої позиції імпортера під час проведення тендерних переговорів із закупівлі вогнетривких матеріалів проаналізовано техніко-комерційні пропозиції на постачання вогнетривких матеріалів для доменного цеху від 5 фірм – альтернативних постачальників. Предметом аналізу для споживача є співвідношення ціни та якості товару, тобто зв'язок ціни і досягнутих питомих витрат за певного вмісту вогнетривких компонентів. Усі запропоновані матеріали компаній було раніше випробувано в реальних виробничих умовах доменного цеху металургійного підприємства. Позиція імпортера для проведення тендерних переговорів виробляється відповідно до запропонованих рекомендацій [13]. Факторами, що впливають на утворення ціни на вогнетривкі матеріали, було визначено питомі витрати вогнетривкого матеріалу (кг на 1 т чавуну, пропущеного через головний жолоб доменної печі) і сумарний вміст вогнетривких компонентів.

Під час визначення контрактної ціни на товари орієнтиром для учасників зовнішньоторговельних переговорів служать два види цін: опубліковані та розрахункові. До першого виду належать ціни з фірмових джерел інформації, у тому числі ціни пропозицій великих фірм, наведені в таблиці 1. Це базисні ціни, тобто ціни на товар згідно із специфікацією, а також певної якості (хімічного складу та експлуатаційної стійкості) і кількості на конкретному базисі постачання. Вони відіграють роль відправної точки, з якої розпочинається уторговування цін під час переговорів щодо укладання угоди [14]. Довідкові ціни зазвичай є завищеними порівняно з цінами реальних угод. Як правило, під час переговорів вони знижуються на 7–15% залежно від товару.

Зміна цін на вогнетривкі матеріали в результаті проведення тендера

Фірма-постачальник	Ціна пропозиції на тендер (євро/т *)	Ціна, запропонована в ході тендера (євро/т *)	Знижка, надана на тендері (%)
A	1535	1504,85	2,0
B	1620	1470	9,3
C	1487,69	1417,95	4,7
D	1385	1335	3,6
E	1323	1309	1,1

* – Постачання без оплати мита.

Таблиця 1

Найважливішим пунктом у переговорах є досягнення домовленості за ціною, яка має бути не вищою за світовий рівень. Основне, чого домагається в ході переговорів імпортер, – це отримання знижки з ціни пропозиції. Її розмір для уторговування ціни визначається багатьма факторами: кон'юнктурою ринку, завантаженням виробничих по-

тужностей потенціальних постачальників, традиціями торгівлі, прийнятими в окремих країнах, характером відносин між продавцем і покупцем, традиціями зарубіжної фірми.

Головним завданням тактики є заострення конкуренції між продавцями; зокрема, важливо не позбавляти конкурентів надії отримати замовлення аж до моменту підписання контракту з одним з них. Домагаючись уторговування ціни пропозиції, не слід квапитися або нервувати. Потрібно ретельно оцінювати докази продавця і висувати свої, ґрунтуючись на підготовленій документації про ринок, ціни конкурентів і ціни попередньої угоди, якщо така була, і т. д. Істотним плюсом виявляється знання тактики ведення переговорів вашим партнером.

Погодивши знижку з ціни пропозиції, яка визначається як співвідношення ціни і якості товару, можна розпочинати переговори про інші знижки (на кількість, терміни постачання і т. д.). Збільшення закупленої кількості відносно пропонова-

ної фірмою або названої в початковому запиті веде до обґрунтованого прохання знизити ціну, оскільки затрати на одиницю продукції під час виробництва більшої кількості зменшуватимуться. Подовження строку постачання також дає підстави для отримання знижки з ціни. Узгодження контрактних цін вимагає винахідливості і ретельної аргументації [15].

Переговори з іноземними партнерами з приводу ціни можуть мати затяжний характер, а самі партнери – бути наполегливими і непоступливими під час відстоювання своїх позицій. Існують уже сформовані принципи підходу до утворення цін і порядку їх узгодження, які використовуються учасниками зовнішньої торгівлі. Для успішного ведення переговорів необхідно завчасно і серйозно підготуватися: зібрати і проаналізувати кон’юнктурні матеріали, розрахувати зовнішньоторговельні ціни, ретельно вивчити товар – предмет контракту (його застосування, особливості, а також попит і пропозицію). Фактично необхідно виконати аналітичну розвідку конкурентного середовища із застосуванням методів статистичного аналізу [16].

Завдяки переконливим аргументам було досягнуто високої ефективності проведення тендера (див. табл. 1). У результаті всі без винятку зарубіжні компанії надали знижки; найбільша була від компанії В на найдорожчий матеріал.

Залежність ціни на вогнетривкі матеріали від їх експлуатаційної стійкості (табл. 2) для всіх фірм, крім фірми Е, графічно визначена експоненціальною кривою, розрахованою з використанням програми STATISTICA8.0 [17].

Таблиця 2
Початкові дані для аналізу обґрунтованості запропонованих на тендері цін на вогнетривкі матеріали

Фірма-постачальник	Ціна (за пропозицією) (євро/т *)	Вміст вогнетривких компонентів, SiC + Al ₂ O ₃ + TiO ₂ (%)	Фактичні питомі витрати (кг/т чавуну)
А	1504,85	94,8	0,247
В	1470	91,5	0,268
С	1417,95	84,8	0,330
Д	1335,0	89,6	0,390
Е	1309	88,8	0,255

* – Постачання без оплати мита.

На рисунку 1 графічно представлена ситуація до тендера (крива залежності цін від витрат матеріалу при $Y = 1983,6235 \cdot e^{-0,8954 \cdot X}$) і після тендера (крива при $Y = 1832,1293 \cdot e^{-0,4194 \cdot X}$, де X – фактичні питомі витрати (кг/т чавуну), Y – ціна за 1 т вогнетривкого матеріалу).

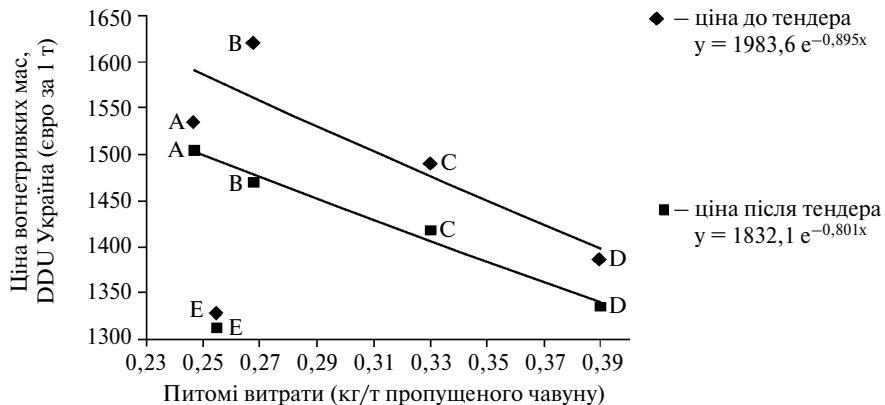


Рис. 1. Результати тендерного процесу

Оцінити ефективність роботи делегації підприємства на переговорах з іноземною фірмою можна за величиною зміщення в бік зменшення цін з урахуванням співвідношення ціни та якості:

$$f_1(x) = 1983,6235 \cdot \exp(-0,8954 \cdot X),$$

$$f_2(x) = 1832,1293 \cdot \exp(-0,8015 \cdot X),$$

$$\int_{0,22}^{0,4} f_1(x) dx - \int_{0,22}^{0,4} f_2(x) dx = 13,349.$$

Отже, середній економічний ефект (обчислено з урахуванням передбачуваної закупівлі матеріалів у всіх оферентів) від застосування розробленої аргументації [13] дорівнює майже 13 євро за 1 т. За обсягу закупівлі від 1000 т/рік і вище економічний ефект роботи делегації підприємства під час закупівлі одного виду технологічного матеріалу становитиме більше 130 тис. грн., тобто практично річний фонд заробітної плати двох учасників переговорів з українського боку. Зрозуміло, з технічної точки зору матеріал буде придбаний тільки у фірм А і В. Отже, отримуємо реальний, а не середній економічний ефект від проведення тендера: $(1535 - 1504,85) \cdot 500 + (1620 - 1470) \cdot 500 = 90075$ євро.

Для аналізу обґрунтованості цін, запропонованих у результаті тендерних переговорів на надані вогнетривкі матеріали, застосовано тривимірну кореляційно-регресійну модель [18]. По суті, контроль відповідності пропонованих іноземними фірмами цін після тендерних переговорів їх розрахунковим значенням дозволяє виявити потенціальну можливість проведення додаткових переговорів з метою подальшого зниження витрат підприємства на закупівлю імпортованих матеріалів.

Доцільно використати тривимірну кореляційно-регресійну модель, яка одночасно враховує обидва ціноутворюючих чинники, тобто і вміст вогнетривких компонентів, і їх питомі витрати.

Графічно залежність цін на вогнетривкі матеріали від вмісту вогнетривких компонентів і питомих витрат матиме вигляд, наведений на рисунку 2.

Площина, представлена на графіку, є обґрунтованим рівнем цін на вогнетривкі матеріали (Z), який можна знайти за формулою

$$Z = 652,7337 - 318,5232 \cdot X + 9,448 \cdot Y,$$

де X – вміст вогнетривких компонентів (%); Y – фактичні питомі витрати (кг/т чавуну).

Під час аналізу цін на вогнетривкі матеріали за експериментальними (фактичними питомими витратами) і теоретичними (вмістом вогнетривких компонентів) даними виявлено можливість додаткового зниження цін найпривабливіших з точки зору якості постачальників А і В приблизно на 2,5% (табл. 3).

Таблиця 3

Результати аналізу тривимірної кореляційно-регресійної моделі

Фірма-постачальник	Розрахункова ціна (євро/т *)	Відхилення від розрахункової ціни (%)
А	1469,73	+2,3
В	1431,86	+2,6
С	1348,81	+4,9
Д	1375,05	-3,0
Е	1410,49	-7,8

* – Постачання без оплати мита.

На підставі проведеного аналізу можна зробити такі висновки і дати рекомендації для ухвалення рішення про закупівлю. Пропозиція фірми Е є винятком із загальної тенденції формування цін на вогнетривкі матеріали (див. рис. 2). Враховуючи факт значно заниженої ціни на вогнетривкий матеріал фірми Е порівняно з конкурентами, можна припустити, що ця компанія дотримується політики демпінгу, пропонуючи спеціальну ціну для зміцнення своїх позицій. Логічно

було б не розглядати фірми С і D як постачальників вогнетривких матеріалів через високі фактичні питомі витрати. З метою зниження ризиків необхідно розподілити постачання матеріалів відповідно до показника співвідношення ціни та якості (питомих витрат) між двома постачальниками з найкращими показниками, тобто фірмами А і В.

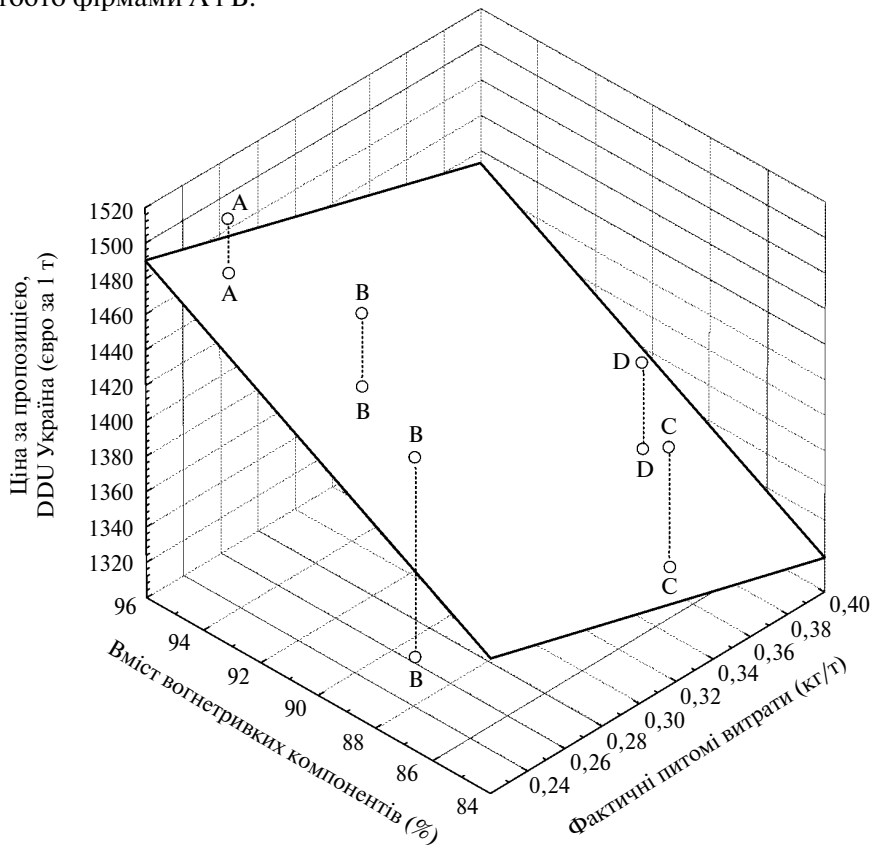


Рис. 2. Залежність ціни вогнетривкого бетону від вмісту вогнетривких компонентів і його фактичних питомих витрат

Отже, запропонований аналіз залежності між ціною та якістю товарів, які закуповуються, за допомогою кореляційно-регресійних моделей дозволяє аргументовано проводити уторговування ціни і дає можливість істотно знизити витрати підприємства.

Список використаної літератури

1. Власова Н.М. Краткий кодекс переговорщика. — М. : Эксмо, 2008. — 96 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://m.litfile.net/read/213275/225000-226000?page=1&id=7>.
2. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.eartist.narod.ru/text3/72.htm>.
3. Родос В.Б. Теория и практика полемики. — Томск : Томский госуниверситет, 1989. — 55 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.evolkov.net/argument/Rodos.V.Theory.&.practic.of.polemic.html>.
4. Рузавин Г.И. Методологические проблемы аргументации. — М. : Институт философии РАН, 1997 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ru.philosophy.kiev.ua/iphras/library/ruzavin/argument.html>.
5. Баяндин Н.И. Информационно-аналитическое обеспечение безопасности конкурсных закупок. Практика подготовки специалистов в области безопасности бизнеса // Конкурентная разведка в металлургии : сб. матер. конф. — М., 2008. — С. 14.

6. Смирнов А. Перспективы развития рынка огнеупоров для сталеплавильного комплекса Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uas.su/articles/refractories/00001.php>.
7. Ильин А. Сырьевая зависимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.titan-machinery.com/ru/kitayskaya-economica/magnezitoviye-ogneupory>.
8. Украина: отечественные производители огнеупоров сдают позиции иностранцам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrmet.dp.ua/2012/03/31/ukrainatechestvennyye-proizvoditeli-ogneuporov-sdayut-pozicii-inostrancam.html>.
9. Сидорова Е.Ю., Тотикова Т.Е. Особенности развития международных деловых коммуникаций и оценки их эффективности // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – Т. 2. – № 2. – С. 234–237 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_2_2/234-237.pdf.
10. Ведение деловых переговоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.bereg.ru/sprav_info/bisnes/psy/peregov.shtml.
11. Этапы деловых переговоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bibliotekar.ru/russkiy-yazyk/84.htm>.
12. Лебедева М.М. Процесс международных переговоров : дис. ... доктора политических наук. – М., 1993 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.viperson.ru/data/201003/jjujsxljfljkjclml.doc>.
13. Биткін С., Литвин В., Редько А. Використання розрахункових цін у комерційних переговорах щодо імпорту вогнетривких матеріалів // Економіка України. – 2011. – № 4. – С. 39–44.
14. Попова Т.Н. Внешнеэкономическая деятельность. – Владивосток : Тихоокеанский институт дистанционного образования и технологий, 2001. – 75 с.
15. Проведение переговоров с зарубежными партнерами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.intersolution.ru/public/text24.html>.
16. Бурьяк А. Аналитическая разведка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.analytical.narod.ru>.
17. Каплан А.В., Каплан В.Е., Мащенко М.В., Овечкина Е.В. Решение экономических задач на компьютере. – М. : ДМК Пресс; СПб. : Питер, 2004. – 600 с.
18. Биткін С.В. Визначення реального рівня цін на імпортовані технічно складні товари іноземних фірм // Зовнішня торгівля: право та економіка : зб. наук. праць. – Вип. 1 (5). – К. : УАЗТ, 2001. – С. 203–211.

References

1. Vlasova N.M. *Kratkii Kodeks Pregovorshchika* [A Short Code of Negotiators]. Moscow, Eksmo, 2008. 96 p., available at: <http://m.litfile.net/read/213275/225000-226000?page=1&id=7> [in Russian].
2. Grachev G.V., Melnik I.K. *Manipulirovanie Lichnostyu: Organizatsiya, Sposoby i Tekhnologii Informatsionno-psikhologicheskogo vozdeistviya* [Manipulation by a Person: Organization, Means, and Technologies of Information-Psychic Action], available at: <http://www.eartist.narod.ru/text3/72.htm> [in Russian].
3. Rodos V.B. *Teoriya i Praktika Polemiki* [Theory and Practice of Disputes]. Tomsk, Tomsk State University, 1989, 55 p., available at: <http://www.evolkov.net/argument/Rodos.V.Theory.&practic.of.polemic.html> [in Russian].
4. Ruzavin G.I. *Metodologicheskie Problemy Argumentatsii* [Methodological Problems of Argumentation]. Moscow, Institute of Philosophy of the RAS, 1997, available at: <http://ru.philosophy.kiev.ua/iphras/library/ruzavin/argument.html> [in Russian].
5. Bayandin N.I. *Informatsionno-analiticheskoe obespechenie bezopasnosti konkursnykh zakupok. Praktika podgotovki spetsialistov v oblasti bezopasnosti biznesa* [Information-analytic ensuring of the safety of tender purchases. Practice of training of experts in the business safety field]. *Sbornik Materialov 6-I konferentsii "Konkurentnaya Razvedka v Metallurgii"* [Proceed. of the 6-th Conference "Competitive Survey in Metallurgy"], Moscow, Russian Soc. of Compet. Intellig. Profess., 2008, p. 14 [in Russian].
6. Smirnov A. *Perspektivy Razvitiya Rynka Ogneuporov dlya Staleplavilnogo Kompleksa Ukrainy* [Perspectives of the Development of the Market of Refractories for Ukraine's Steel-Smelting Complex], available at: <http://www.uas.su/articles/refractories/00001.php> [in Russian].
7. Ilin A. *Syrevaya Zavisimost* [Raw-Materials Dependence], available at: <http://www.titan-machinery.com/ru/kitayskaya-economica/magnezitoviye-ogneupory> [in Russian].

8. *Ukraina: Otechestvennye Proizvoditeli Ogneuporov Sdayut Pozitsii Inostrantsam* [Ukraine: Domestic Producers of Refractories Yield to Foreigners], available at: <http://www.ukrmet.dp.ua/2012/03/31/ukraina-otechestvennye-proizvoditeli-ogneuporov-sdayut-pozitsii-inostrancam.html> [in Russian].
9. Sidorova E.Yu., Totikova T.E. *Osobennosti razvitiya mezhdunarodnykh delovykh kommunikatsii i otsenki ikh effektivnosti* [Peculiarities of the development of international business communications and estimates of their efficiency]. *Visnyk Khmel'n. Nats. Univ. — Bulletin of Khmel'n. Nation. Univ.*, 2011, Vol. 2, No. 2, pp. 234–237, available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_2_2/234-237.pdf [in Russian].
10. *Vedenie Delovykh Peregovorov* [Conduct of Business Negotiations], available at: http://www.bereg.ru/sprav_info/bisnes/psy/peregov.shtml [in Russian].
11. *Etapy Delovykh Peregovorov* [Stages of Business Negotiations], available at: <http://www.bibliotekar.ru/russkiy-yazyk/84.htm> [in Russian].
12. Lebedeva M.M. *Protsess Mezhdunarodnykh Peregovorov* [Process of International Negotiations]. *Doctoral Degree Thesis (Polit. Sci.)*. Moscow, 1993, available at: <http://www.viperson.ru/data/201003/jjujsxljfljkjclml.doc> [in Russian].
13. Bytkin S., Lytvyn V., Redko A. *Vykorystannya rozrakhunkovykh tsin u komertsiiynykh peregovorakh shchodo importu vognetryvkykh materialiv* [Usage of settlement prices in commercial negotiations on the import of refractories]. *Ekonomika Ukrainy — Economy of Ukraine*, 2011, No. 4, pp. 39–44 [in Ukrainian].
14. Popova T.N. *Vneshneekonomicheskaya Deyatel'nost* [Foreign Economic Activity]. Vladivostok, Pacific Institute of Remote Educ. and Techn., 2001, p. 75 [in Russian].
15. *Provedenie Peregovorov s Zarubezhnyimi Partnerami* [Conduct of Negotiations with Foreign Partners], available at: <http://www.intersolution.ru/public/text24.html> [in Russian].
16. Buryak A. *Analiticheskaya Razvedka* [Analytic Investigation], available at: <http://www.analytical.narod.ru> [in Russian].
17. Kaplan A.V., Kaplan V.E., Mashchenko M.V., Ovechkina E.V. *Reshenie Ekonomicheskikh Zadach na Kompyutere* [Solution of Economic Tasks with a Computer]. Moscow, DMK Press; St.-Petersburg, Piter, 2004, p. 600 [in Russian].
18. Bytkin S.V. *Vyznachennya realnogo rivnya tsin na impotovani tekhnichno skladni tovary inozemnykh firm* [Determination of a real level of prices of imported technically involved goods of foreign firms]. *Zovnishnya Torg.: Pravo ta Ekonom. — External Trade: Right and Economy*. Kiev, UAZT, 2001, pp. 203–211 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 24 квітня 2012 р.
