

УДК 338.5:669.162.212

С. В. БЫТКИН,
кандидат технических наук, зам. директора по маркетингу и ВЭД,
начальник отдела маркетинга ОАО “Запорожсталь”,
В. М. ЛИТВИН,
кандидат экономических наук,
директор по маркетингу и ВЭД ОАО “Запорожсталь”,
А. Г. РЕДЬКО
(Запорожье)

ЦЕНОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ ПО ИМПОРТУ ОГНЕУПОРНЫХ МАТЕРИАЛОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ РАСЧЕТНО- АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ АНАЛИЗА ТЕХНИКО- КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОСТАВЩИКОВ

Показана экономическая эффективность аргументированного уторговывания цены в ходе внешнеэкономических переговоров путем применения предварительного анализа соотношения цены и качества закупаемых огнеупорных материалов с помощью корреляционно-регрессионных моделей.

Ключевые слова: внешнеторговые переговоры, огнеупорные материалы, аргументация, уторговывание цены, обоснованность предложенных цен.

S. V. BYTKIN,
*Cand. of Techn. Sci., Deputy Director on Marketing and FEA,
Chief of Marketing of OJSC “Zaporozhstal”,*
V. M. LITVIN,
*Cand. Of Econ. Sci.,
Director on Marketing and FEA of OJSC “Zaporozhstal”,*
A. G. RED’KO,
(Zaporozhye)

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.

В литературе по технике ведения коммерческих переговоров высказывается мнение о том, что их результат практически не зависит от корректности аргументов сторон, а определяется эффективностью применения психологических приемов

убеждения, наличием или отсутствием харизмы у оппонентов и их искусством управлять эмоциональным состоянием партнеров [1].

Целью любой манипуляции является получение ничем неоправданных уступок, примером чего может быть использование в качестве контрактной необоснованно завышенной цены на предлагаемый товар зарубежной фирмы (в частности, только за счет ссылки на ее мировую известность).

Техника скрытого психологического воздействия при переговорах изучена достаточно глубоко [2], поэтому существуют эффективные приемы по его нейтрализации. Если участники переговоров представлены опытными работниками внешне-торговых и (или) коммерческих служб, способными противостоять взаимному манипулированию, тогда вполне понятен скептицизм по поводу эффективности ведения переговоров, 90% из которых не будут успешно завершены.

В полемиках, которыми являются и торговые переговоры, помимо тщательного соблюдения общепринятых морально-этических норм необходима также аргументация, содержащая выводы из логического анализа предмета обсуждения [3]. Она представляет собой специфическую форму коммуникативной деятельности, неразрывно и органично связанную с процессом убеждения, то есть является его рационально-логической составляющей [4]. Выработка нужной системы взглядов достигается различными способами и методами, важнейшее место среди которых принадлежит воздействию на разум и мышление оппонентов. Обращение к чувствам, настроениям, эмоциям может вызвать быстрый и непосредственный эффект, но рациональные доводы и их логическая обоснованность сильнее и дольше влияют на сознание и поведение партнеров по переговорам.

Аргументация составляет наиболее важную, фундаментальную компоненту убеждения, поскольку опирается на его рациональные основы и разум, а не на эмоции, которые трудно контролировать и тем более анализировать. Для подтверждения этого используют многочисленные статистические методы, в которых обобщаются систематические наблюдения повторяющихся явлений и фактов. Достоинство этих методов заключается в том, что они подают всю полученную информацию в компактной и доступной форме.

Статистические данные значительно облегчают сравнение альтернативных технико-коммерческих предложений (ТКП). Компактность, концентрированность информации и возможность ее сравнивать позволяют участникам внешнеторговых переговоров применять методы автоматизированной обработки этих данных как источник и средство обоснования аргументации. Использование статистических данных и их тщательный анализ становятся особенно актуальными, когда необходимо обеспечить экономическую безопасность закупок [5].

Проведение автоматизированного анализа необходимо для исключения риска, связанного с асимметрией информации, то есть персонал закупающей организации должен быть не хуже специалистов потенциальных поставщиков и хорошо осведомленным о соотношении цены и качества для конкретного типа товаров производственно-технического назначения, представленного на конкретном рынке. Это позволит избежать некачественных действий при выборе победителя тендера. Кроме того, ознакомление руководителей с четкими и наглядными результатами статистического анализа ТКП уменьшает риск недобросовестных действий менеджеров по закупкам — прежде всего, от завышения цен с целью получения различных преференций от поставщиков. Речь идет об “откатах”, больше распространенных при продаже продукции и услуг корпоративным клиентам или в сфере B2B (сырье и материалы для промышленных предприятий, оборудование и т. д.).

Фактически применение объективных статистических методов означает готовность к участию в так называемых “принципиальных” переговорах. Суть такого подхода заключается в решении проблем на основе обсуждения качественных и количественных свойств предмета переговоров, а не количества уступок, на которые может пойти каждая из сторон. При этом имеет место разграничение между участниками и предметом переговоров, когда психологические особенности и (или) проблемы участников переговоров не обсуждаются; дискуссия должна сосредоточиться на экономических интересах сторон, а не на технике манипулирования партнерами. Данный метод базируется на взаимной выгоде: для экспортера – это заключение сделки на поставку товара по рыночной цене, а для импортера – уверенность в обоснованности цены на товар со статистически доказанным соотношением цены и качества.

Целью статьи является моделирование изменения ценовой позиции зарубежных фирм – поставщиков огнеупорной продукции для металлургического предприятия в результате проведения “принципиальных” тендерных переговоров с использованием аргументации, основанной на корреляционно-регрессионном анализе технико-коммерческих предложений потенциальных поставщиков (оферентов).

На металлургических предприятиях активно ведутся работы, направленные на модернизацию и реконструкцию существующих агрегатов, включая и реконструкцию литейных дворов доменных цехов. Особое внимание уделяется конструкциям желобов, поэтому на новых либо реконструированных доменных печах футеровку желобов литейного двора выполняют из наливных бетонов. Этот огнеупорный материал, как правило, закупается путем заключения внешнеэкономического контракта с иностранной фирмой. Объясним, почему.

Тенденции развития мирового рынка огнеупоров максимально соответствуют требованиям потребителей в части повышения качества, снижения их удельного расхода на 1 т металла за счет повышения их эксплуатационной устойчивости [6], снижения трудозатрат на их обслуживание и утилизацию, а также соответствия технологиям, обеспечивающим необходимое качество продукции. На рынке огнеупоров Украины работают как крупнейшие ТНК (“Calderys”, “Puyang”, RHI, “Vezuvius”), так и сравнительно небольшие компании из Европы и Азии, специализирующиеся на определенной группе огнеупорных изделий.

Украинские металлургические предприятия используют все больше и больше огнеупоров, произведенных из сырья, которого нет в Украине [7], поэтому зависимость от импорта с каждым годом усиливается. Причиной этого является тенденция к увеличению доли потребления современных (например, магнезиальных) огнеупоров как в доменном, так и в сталеплавильном производствах. Эта продукция обладает более высокой стойкостью, что ведет к увеличению сроков ее эксплуатации и снижению удельного расхода огнеупорной продукции. Как следствие, объем импортных огнеупоров на украинском рынке растет, а состояние собственной огнеупорной промышленности ухудшается.

Причиной массовой переориентации металлургов на зарубежную продукцию является то, что сырьевая база отечественных заводов огнеупоров ограничена. Практически весь магнезит, который служит основой для современной огнеупорной продукции, импортируется. В Украине пользуются спросом огнеупорные изделия из Китая, Словакии, Турции. Это позволило ликвидировать дефицит, но ситуация на местном рынке таких изделий, вероятнее всего, продолжит развиваться по существующему сценарию: доля импорта огнеупорных материалов будет увеличиваться, а объемы их внутреннего производства – сокращаться. Именно это опреде-

ляет актуальность разработки расчетных методов, которые позволят получить в явном виде, выраженном функциональной стохастической зависимостью, связь качественных и ценовых характеристик импортируемых огнеупорных материалов.

Основное требование металлургических предприятий к поставщикам огнеупорной продукции – сократить удельные затраты на огнеупоры, то есть расход огнеупорных материалов на 1 т выплавленного металла [8]. Следовательно, этот фактор должен рассматриваться как основной при ценообразовании и такой, что определяет связь качественных и ценовых параметров огнеупорных изделий ведущих мировых производителей.

Современные наливные бетонные массы, имея высокую эксплуатационную устойчивость (низкий удельный расход), по стоимости в десятки раз превышают традиционные материалы для желобов (150–200 дол./т). Например, на украинском рынке цены на импортные низкоцементные бетоны для футеровки желобов в среднем варьируются в интервале 1600–2000 дол./т.

При закупках огнеупорной продукции ценовой анализ рынка достаточно сложен. Прежде всего, необходимо учесть особенности технических характеристик огнеупоров, определяемые их физико-химическими свойствами, качеством выполнения операций по формованию и термообработке, потому что они непосредственно влияют на уровень технико-экономических показателей производственных процессов.

При этом не только поставляется огнеупорный материал, но и гарантируется ресурс службы футеровок, что оговаривается в спецификации внешнеторгового контракта. Широкое использование сервисных услуг поставщиков огнеупоров в части проектирования, монтажа и ремонта футеровок характерно для самых развитых металлургических производств, что существенно удорожает эти материалы. Следовательно, приобретение наливных огнеупорных масс за рубежом вероятнее при заключении внешнеэкономического контракта, что связано с необходимостью деловых международных коммуникаций, из которых наиболее сложным является процесс переговоров [9].

На ход коммерческих переговоров во внешнеторговой сфере значительно влияют национальные и индивидуальные особенности участников. Следовательно, необходимо выработать тактику переговоров, позволяющую получить результат без допущения конфликта с потенциальным партнером. Эффективное сближение позиций сторон достигается методом “принципиальных” переговоров, который состоит в том, чтобы решать проблемы на основе их качественных свойств, то есть исходя из их сути, а не из позиционного торга по поводу взаимных уступок сторон [10]. Метод предполагает жесткий подход к рассмотрению дела по сути, но при этом мягкое воздействие на отношения между участниками переговоров – без использования психологического давления. “Принципиальные” переговоры позволяют добиться успеха и остаться при этом в рамках цивилизованных отношений с партнером.

Главным правилом ведения переговоров считается четкое разграничение между их содержанием и отношениями сторон, строящимися не на их личностных оценках (симпатии или антипатии, авторитете, отзывах посредников), а на объективных критериях [11].

Признаком достоверности позиций сторон при заключении договоров купли-продажи является соотношение цены и качества товара – предмета переговоров. Этот критерий объективен, независим от желаний сторон, проверен практикой и базируется на твердо установленных физико-технологических принципах.

Вследствие усложнения переговорного процесса, поисков путей, направленных на повышение его эффективности, больших усилий требует и развитие мето-

дов подготовки переговоров. Особое значение приобретает использование компьютерной техники, которая позволяет значительно расширить возможности при подготовке к переговорам, а затем и при их проведении. Наибольшие возможности этот метод (в качестве “третьей стороны”) предлагает для научных оценок и исследований предмета переговоров, а также для оптимизации процесса принятия решений [12].

Для выработки обоснованной позиции импортера при проведении тендерных переговоров по закупке огнеупорных материалов проанализированы технико-коммерческие предложения на поставку огнеупорных материалов для доменного цеха от 5 фирм – альтернативных поставщиков. Предметом анализа для потребителя является соотношение цены и качества товара, то есть связь цены и достигнутого удельного расхода при определенном содержании огнеупорных компонентов. Все предложенные материалы компаний были ранее испытаны в реальных производственных условиях доменного цеха металлургического предприятия. Позиция импортера для проведения тендерных переговоров вырабатывается в соответствии с предложенными рекомендациями [13]. В качестве факторов, влияющих на образование цены на огнеупорные материалы, были определены удельный расход огнеупорного материала (кг на 1 т чугуна, пропущенного через главный желоб доменной печи) и суммарное содержание огнеупорных компонентов.

Во время расчета контрактной цены на товары ориентиром для участников внешнеторговых переговоров служат два вида цен: публикуемые и расчетные. К первому виду принадлежат цены из фирменных источников информации, в том числе цены предложений крупных фирм, приведенные в таблице 1. Это базисные цены, то есть цены на товар согласно спецификации, а также определенного качества (химического состава и эксплуатационной устойчивости) и количества на конкретном базисе поставки. Они играют роль отправной точки, с которой начинается уторговывание цен при переговорах о заключении сделки [14]. Справочные цены обычно завышены по сравнению с ценами реальных сделок. Как правило, во время переговоров они снижаются на 7–15% в зависимости от товара.

Таблица 1
Изменение цен на огнеупорные материалы в результате проведения тендера

Фирма-поставщик	Цена предложения на тендер (евро/т *)	Цена, предложенная в ходе тендера (евро/т *)	Скидка, предоставленная на тендере (%)
А	1535	1504,85	2,0
В	1620	1470	9,3
С	1487,69	1417,95	4,7
Д	1385	1335	3,6
Е	1323	1309	1,1

* Поставка без уплаты пошлины.

Важнейшим пунктом в переговорах является достижение договоренности по цене, которая должна быть не выше мирового уровня. Основное, чего добивается в ходе переговоров импортер, – это получение скидки с цены предложения. Ее размер для уторговывания цены определяется многими факторами: конъюнктурой рынка, загрузкой производственных мощностей потенциальных поставщиков, традициями торговли, принятыми в отдельных странах, характером отношений между продавцом и покупателем, традициями зарубежной фирмы.

Главной задачей тактики является обострение конкуренции между продавцами; в частности, важно не лишать конкурентов надежды получить заказ вплоть до момента подписания контракта с одним из них. Добиваясь уторговывания цены предложения, не следует торопиться или нервничать. Необходимо тщательно оценивать доводы продавца и выдвигать свои, основываясь на подготовленной документации о рынке, ценах конкурентов и цене предыдущей сделки, если таковая

была, и т. д. Существенным плюсом оказывается знание тактики ведения переговоров вашим партнером.

Согласовав скидку с цены предложения, определяемую как соотношение цены и качества товара, можно приступить к переговорам о других скидках (на количество, сроки поставки и т. д.). Увеличение закупленного количества относительно предлагаемого фирмой или названного в первоначальном запросе ведет к обоснованной просьбе снизить цену, поскольку затраты на единицу продукции при производстве большего количества будут уменьшаться. Удлинение срока поставки также дает основания для получения скидки с цены. Согласование контрактных цен требует изобретательности и тщательной аргументации [15].

Переговоры с иностранными партнерами по поводу цены могут иметь затяжной характер, а сами партнеры – быть упорными и неуступчивыми при отстаивании своих позиций. Существуют уже сформированные принципы подхода к образованию цен и порядку их согласования, которые используются участниками внешней торговли. Для успешного ведения переговоров необходимо заблаговременно и серьезно подготовиться: собрать и проанализировать конъюнктурные материалы, рассчитать внешнеторговые цены, тщательно изучить товар – предмет контракта (его применение, особенности, а также спрос и предложение). Фактически необходимо выполнить аналитическую разведку конкурентной среды с применением методов статистического анализа [16].

Благодаря убедительным аргументам была достигнута высокая эффективность проведения тендера (см. табл. 1). В результате все без исключения зарубежные компании предоставили скидки; наибольшая была от компании В на самый дорогой материал.

Зависимость цены на огнеупорные материалы от их эксплуатационной устойчивости (табл. 2) для всех фирм, кроме фирмы Е, графически определена экспоненциальной кривой, рассчитанной с использованием программы STATISTICA 8.0 [17].

Таблица 2

Исходные данные для анализа обоснованности предложенных на тендере цен на огнеупорные материалы

Фирма-поставщик	Цена (по предложению) (евро/т *)	Содержание огнеупорных компонентов, SiC + Al ₂ O ₃ + TiO ₂ (%)	Фактический удельный расход (кг/т чугуна)
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

* Поставка без уплаты пошлины.

Оценить эффективность работы делегации предприятия на переговорах с иностранной фирмой можно по величине смещения в сторону уменьшения цен с учетом соотношения цены и качества:

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

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

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

Следовательно, усредненный экономический эффект (вычислено с учетом предположительной закупки материалов у всех офферентов) от применения разработанной аргументации [13] равен почти 13 евро за 1 т. При объеме закупки от 1000 т/год и

На рисунке 1 графически представлена ситуация до тендера (кривая зависимости цен от расхода материала при $Y = 1983,6235 \cdot e^{-0,8954 \cdot X}$) и после тендера (кривая при $Y = 1832,1293 \cdot e^{-0,8015 \cdot X}$, где X – фактический удельный расход (кг/т чугуна), Y – цена за 1 т огнеупорного материала).

выше экономический эффект работы делегации предприятия при закупке одного вида технологического материала составит более 130 тыс. грн., то есть практически годовой фонд заработной платы двух участников переговоров с украинской стороны. Разумеется, с технической точки зрения материал будет приобретен только у фирм А и В. Следовательно, получим реальный, а не усредненный экономический эффект от проведения тендера: $(1535 - 1504,85) \cdot 500 + (1620 - 1470) \cdot 500 = 90075$ евро.

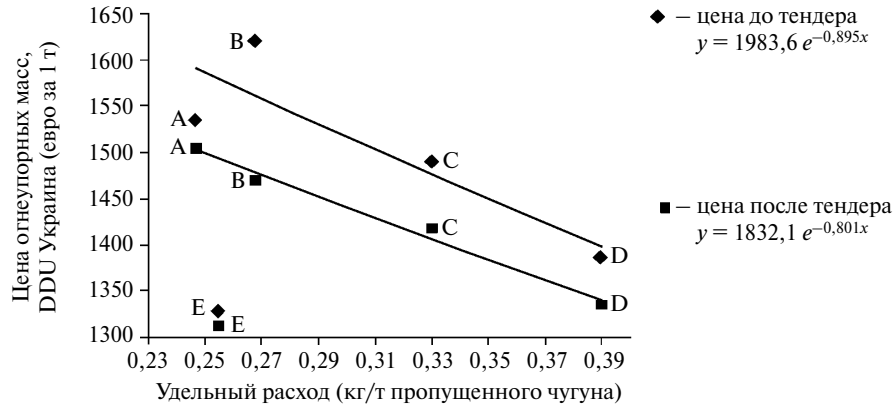


Рис. 1. Результаты тендерного процесса

Для анализа обоснованности цен, предложенных в результате тендерных переговоров на предоставленные огнеупорные материалы, применена трехмерная корреляционно-регрессионная модель [18]. По существу, контроль соответствия предлагаемых иностранными фирмами цен после тендерных переговоров их расчетным значениям позволяет выявить потенциальную возможность проведения дополнительных переговоров с целью дальнейшего снижения расходов предприятия на закупку импортных материалов.

Целесообразно использовать трехмерную корреляционно-регрессионную модель, которая одновременно учитывает оба ценообразующих фактора, то есть и содержание огнеупорных компонентов, и их удельный расход.

Графически зависимость цен на огнеупорные материалы от содержания огнеупорных компонентов и удельных расходов будет иметь вид, приведенный на рисунке 2.

Плоскость, представленная на графике, является обоснованным уровнем цен на огнеупорные материалы (Z), который можно найти по формуле

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

где X – содержание огнеупорных компонентов (%); Y – фактический удельный расход (кг/т чугуна).

Таблица 3

Результаты анализа трехмерной корреляционно-регрессионной модели

Фирма-поставщик	Расчетная цена (евро/т *)	Отклонение от расчетной цены (%)
A	1469,73	+2,3
B	1431,86	+2,6
C	1348,81	+4,9
D	1375,05	-3,0
E	1410,49	-7,8

* Поставка без уплаты пошлины.

При анализе цен на огнеупорные материалы по экспериментальным (фактическому удельному расходу) и теоретическим (содержанию огнеупорных компонентов) данным выявлена возможность дополнительного снижения цен наиболее привлекательных с точки зрения качества поставщиков А и В примерно на 2,5% (табл. 3).

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы и дать рекомендации для принятия реше-

ния о закупке. Предложение фирмы Е является исключением из общей тенденции формирования цен на огнеупорные материалы (см. рис. 2). Учитывая факт значительно заниженной цены на огнеупорный материал фирмы Е по сравнению с конкурентами, можно предположить, что эта компания придерживается политики демпинга, предлагая специальную цену для укрепления своих позиций. Логично было бы не рассматривать фирмы С и D как поставщиков огнеупорных материалов из-за высоких фактических удельных расходов. С целью снижения рисков необходимо распределить поставки материалов в соответствии с показателем соотношения цены и качества (удельными затратами) между двумя поставщиками с наилучшими показателями, то есть фирмами А и В.

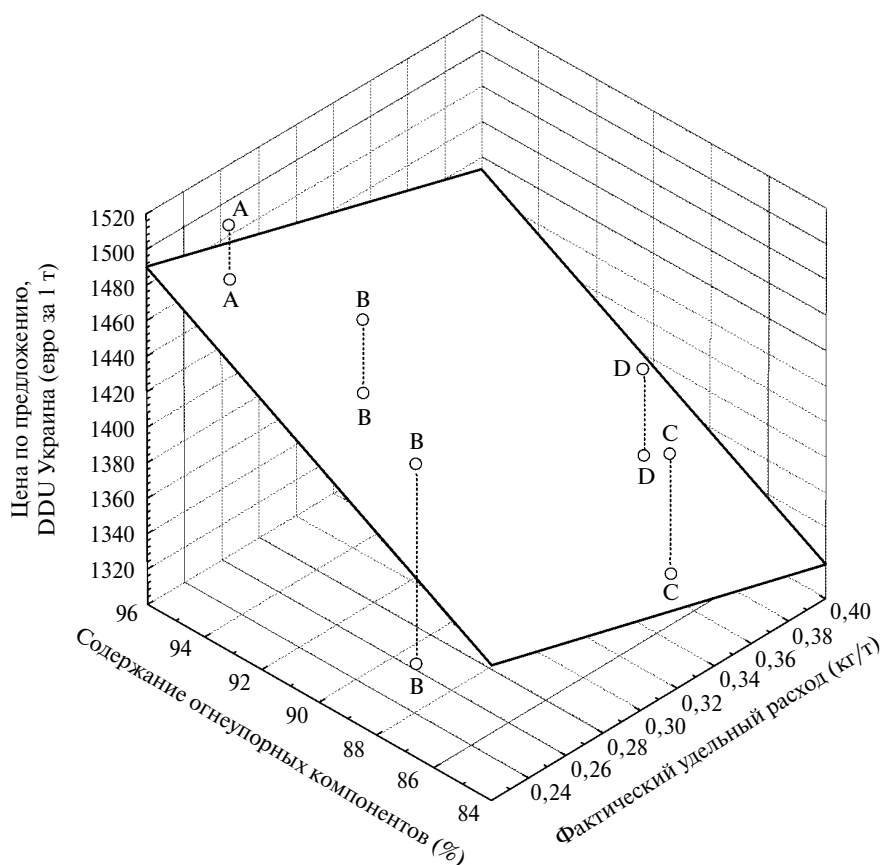


Рис. 2. Зависимость цены огнеупорного бетона от содержания огнеупорных компонентов и его фактического удельного расхода

Следовательно, предложенный анализ зависимости между ценой и качеством закупаемых товаров с помощью корреляционно-регрессионных моделей позволяет аргументированно проводить уторговывание цены и дает возможность существенно снизить расходы предприятия.

Список использованной литературы

1. Власова Н.М. Краткий кодекс переговорщика. — М. : Эксмо, 2008. — 96 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <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 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text3/72.htm>.

3. Родос В.Б. Теория и практика полемики. – Томск : Томский госуниверситет, 1989. – 55 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.evolkov.net/argument/Rodos.V.Theory.&.practic.of.polemic.html>.
4. Рузавин Г.И. Методологические проблемы аргументации. – М. : Институт философии РАН, 1997 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <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/ukraina-otechestvennye-proizvoditeli-ogneuporov-sdayut-pozicii-inostrancam.html>.
9. Сидорова Е.Ю., Тотицкая 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.nbu.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/jjujsxljfljkclml.doc>.
13. Быткин С., Литвин В., Редько А. Использование расчетных цен в коммерческих переговорах об импорте огнеупорных материалов // Экономика Украины. – 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. Биткин 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 Peregovorshchika* [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: Otechestvennyye Proizvoditeli Ogneuporov Sdayut Pozitsii Inostrantsam* [Ukraine: Domestic Producers of Refractories Yield to Foreigners], available at: <http://www.ukrmet.dp.ua/2012/03/31/ukraina-otechestvennyye-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/jjujsxljfljkclml.doc> [in Russian].

13. Bytkin S., Litvin V., Red'ko A. *Ispol'zovanie raschetnykh then v kommercheskikh peregovorakh ob importe ogneupornykh materialov* [Use of rated prices in commercial negotiations on the import of refractory materials]. *Ekonomika Ukrainy — Economy of Ukraine*, 2011, No. 4, pp. 39–44 [in Russian].

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].

Статья поступила в редакцию 24 апреля 2012 г.
