

УДК 339.5:655.28.066

*А. М. Штангрет, Б. В. Дурняк, О. В. Мельников**Українська академія друкарства***СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПАПЕРОМ  
(КАРТОНОМ) ТА ДРУКОВАНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ**

*Об'єктом дослідження обрано друковану продукцію та папір (картон). Державна статистика твердить, що для експорту друкованої продукції характерні як періоди спаду, так і поступового зростання. Для наочного сприйняття інформації наведено діаграми, що характеризують стан експортно-імпортних операцій щодо зазначених груп товарів.*

*By the object of dosldigennya printing products and paper are select (cardboard). Derganva statistics repeat over and over again that for the export of printing products characteristic both periods of slump, and gradual growth. For evident spriyaynyattya and neformatsii diagrams, that characterize the state of the expert-imported operations in relation to the noted groups of commodities, are resulted.*

Зовнішня торгівля України впродовж 2000–2006 рр. (табл. 1) характеризувалась як позитивними, так і негативними тенденціями. Позитивним можна вважати високі середньорічні темпи приросту, впродовж зазначеного періоду, експорту — 18,29% (зокрема, у 2004 р. порівняно із 2003 р. відбулося зростання на 39,0%) та імпорту — 23,58%, що в загальному свідчить про швидкий розвиток зовнішньої торгівлі країни. Одночасно, вищий рівень середньорічного темпу приросту імпорту та коефіцієнт покриття експортом імпорту в 2006 р. на рівні 0,94 та від'ємного сальдо, дозволяє говорити про негативні напрями розвитку національної економіки. Більшість фахівців зазначають, що зовнішньоекономічні зв'язки України за останні роки характеризуються подальшим погіршенням структури експортно-імпортного потоку: збільшенням в експорті питомої ваги сировинної групи товарів, а в імпорті — кінцевої продукції споживчого призначення, що не є економічно виправданим з точки зору існуючого потенціалу країни; невизначеністю і непослідовністю законодавства; високою часткою податків та нарахувань у кінцевій ціні експортної продукції, що не враховує реалій кон'юнктури світових ринків окремих видів продукції.

Об'єктом нашого дослідження обрано не всю зовнішню торгівлю країни, а лише її незначну частку — друковану продукцію та папір (картон). Зроблений вибір не є випадковим, адже впродовж останнього часу доволі часто з сторінок газет та екранів телебачення оприлюднювалась інформація про загрозливі тенденції щодо розвитку національного книжкового ринку, наступ іноземних товаровиробників та практичне зумисне знищення вітчизняної видавничо-поліграфічної галузі.

Державна статистика твердить [2], що для експорту друкованої продукції упродовж досліджуваного періоду характерні як періоди спаду (2002 та 2005 рр.), так і поступового зростання (рис. 1). Динаміка імпорту спрямована виключно на зростання із середньорічним темпом приросту в 14,74 %.

Т а б л и ц я 1

**Основні показники зовнішньої торгівлі України [2; 3]**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Товари та послуги							
експорт, млн дол.	18059,3	19809,1	22012,4	27314,8	37974,0	40363,1	45873,5
імпорт, млн дол.	15106,9	16922,6	18168,4	24478,1	31055,4	39071,3	48758,0
сальдо, млн дол.	2952,4	2886,5	3844,0	2836,7	6918,6	1291,8	-2884,5
коефіцієнт покриття експортом імпорту	1,2	1,17	1,21	1,12	1,22	1,03	0,94
у тому числі:							
питома вага товарів у загальному обсязі, %							
експорт	80,7	82,1	81,6	84,4	86,0	84,8	83,6
імпорт	92,4	93,2	93,4	94,0	93,4	92,5	92,4
питома вага послуг у загальному обсязі, %							
експорт	19,3	17,9	18,4	15,6	14,0	15,2	16,4
імпорт	7,6	6,8	6,6	6,0	6,6	7,5	7,6

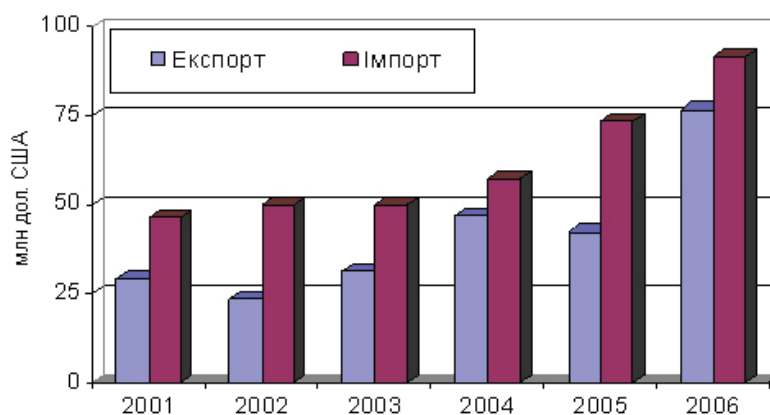


Рис. 1. Динаміка зовнішньої торгівлі друкованою продукцією

Друкована продукція є доволі різноманітною за формою, змістом, призначенням, матеріалом-основою, способом виготовлення, тривалістю життєвого циклу і т. д. Зрозуміло, що об'єктом зовнішньої торгівлі виступає вся палітра продукції видавничо-поліграфічної галузі, але для характеристики ключових параметрів було обрано два види: книжки і брошури, газети і періодичні друковані видання. Для наочного сприйняття інформації побудовано дві діаграми, які характеризують стан експортно-імпорتنих операцій щодо зазначених груп товарів (рис. 2–3).

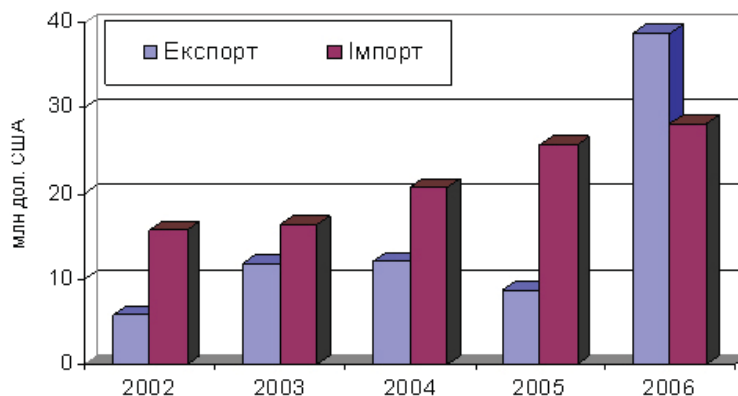


Рис. 2. Динаміка зовнішньої торгівлі книжками, брошурами та ін.

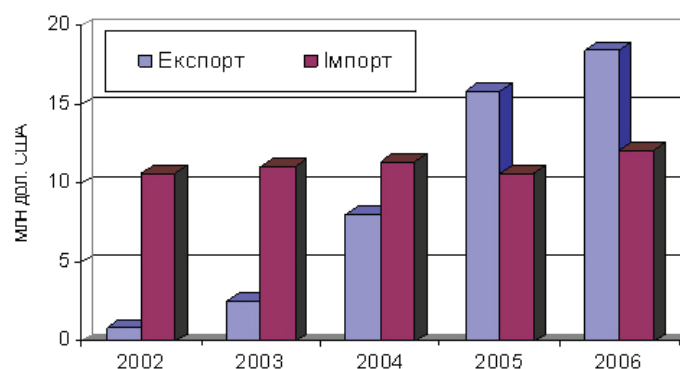


Рис. 3. Динаміка зовнішньої торгівлі газетами та періодичними друкованими виданнями

Суттєва відмінність у тенденціях зовнішньої торгівлі зазначеними видами друкованої продукції характеризує різну конкурентоспроможність вітчизняної продукції видавничо-поліграфічної галузі України на зовнішньому ринку. Якщо середньорічний приріст експорту газетної та періодичної друкованої продукції упродовж 2002–2006 рр. сягав рівня 114,78 %, то для книжкової та брошурувальної продукції було характерне середнє зростання упродовж 2002–2004 рр. на 44,36 %, зменшення обсягу в 2005 р. порівняно з 2004 р. на 26,82% та зростання у 2006 р. щодо попереднього року на 343,62 %. Важливо те, що в 2006 р. вперше обсяг експорту по книжковій та брошурувальній продукції був більшим за імпорт.

Щодо імпорту, то викликає занепокоєння його поступове зростання в частині книжкової та брошурувальної продукції, що безперечно негативно впливає на стан вітчизняного ринку видавничої продукції. Адже, поряд із малими тиражами, високою собівартістю продукції, фактично зруйнованою книго-

торговельною системою, зростання на ринку кількості видавничої друкованої продукції іноземного виробництва лише ускладнює ситуацію та уповільнює розвиток видавничої діяльності в Україні [1; 4–5].

Безперечно цікавою є географічна складова зовнішньої торгівлі друкованою продукцією. Проведене дослідження дозволило створити певний рейтинг країн-партнерів щодо експорту та імпорту досліджуваного виду товару (табл. 2–3). При створенні представленого рейтингу, за основу було прийнято обсяг торговельних операцій між країнами у 2005 р., а потім здійснено, відносно зробленої вибірки, ретроспективний підбір даних. Унаслідок зазначеного, можна прослідкувати напрями розвитку торгівлі друкованою продукцією між окремими країнами, а також її структуру.

Т а б л и ц я 2

## Структура зовнішньої торгівлі друкованою продукцією у 2001–2006 рр.

	Експорт, млн дол. США									
	2002		2003		2004		2005		2006	
		%		%		%		%		%
Російська Федерація	11,609	<b>48,54</b>	14,527	<b>46,67</b>	18,024	<b>38,61</b>	28,049	<b>66,13</b>	45,448	<b>59,1</b>
Китай	2,918	<b>12,2</b>	5,376	<b>17,27</b>	4,038	<b>8,65</b>	3,769	<b>8,89</b>	16,507	<b>21,47</b>
Пакистан	-	-	1,773	<b>5,7</b>	4,670	<b>10,07</b>	3,205	<b>7,56</b>	3,182	<b>4,14</b>
Азербайджан	1,390	<b>5,81</b>	1,987	<b>6,39</b>	1,545	<b>3,31</b>	1,686	<b>3,98</b>	1,246	<b>1,62</b>
Казахстан	0,189	<b>0,79</b>	0,512	<b>1,64</b>	0,594	<b>1,27</b>	1,430	<b>3,37</b>	2,284	<b>2,97</b>
Молдова	0,822	<b>3,44</b>	1,051	<b>3,38</b>	1,184	<b>2,54</b>	0,916	<b>2,16</b>	1,18	<b>1,54</b>
Інші	6,986	<b>29,22</b>	5,899	<b>18,95</b>	16,592	<b>35,55</b>	3,358	<b>7,91</b>	7,050	<b>9,16</b>
Всього	23,916	<b>100,0</b>	31,125	<b>100,0</b>	46,678	<b>100,0</b>	42,414	<b>100,0</b>	76,900	<b>100,0</b>

Безперечним лідером зовнішньої торгівлі друкованою продукцією упродовж 2001–2005 рр. була Російська Федерація. Цікавим є і те, що частка експортованої продукції була вищою за імпортовану, а обсяги торгівлі практично рівні між обома державами.

Т а б л и ц я 3

## Структура зовнішньої торгівлі друкованою продукцією у 2001–2006 рр.

	Імпорт, млн дол. США									
	2002		2003		2004		2005		2006	
		%		%		%		%		%
Російська Федерація	11,936	<b>23,96</b>	15,459	<b>31,01</b>	19,829	<b>34,51</b>	27,567	<b>37,57</b>	32,528	<b>35,4</b>
Сполучене Королівство	1,845	<b>3,7</b>	0,379	<b>0,76</b>	11,241	<b>19,56</b>	12,887	<b>17,56</b>	14,855	<b>16,16</b>
Німеччина	11,598	<b>23,28</b>	7,919	<b>15,88</b>	6,536	<b>11,37</b>	7,185	<b>9,79</b>	9,580	<b>10,42</b>
Польща	3,392	<b>6,81</b>	4,813	<b>9,65</b>	5,374	<b>9,35</b>	5,586	<b>7,61</b>	7,545	<b>8,21</b>
Югославія	-	-	-	-	0,002	<b>0,0</b>	4,401	<b>6,0</b>	-	-
Данія	0,830	<b>1,67</b>	1,327	<b>2,66</b>	2,216	<b>3,86</b>	2,240	<b>3,05</b>	1,924	<b>2,09</b>
Інші	20,225	<b>40,58</b>	19,961	<b>40,04</b>	12,264	<b>21,35</b>	13,512	<b>18,42</b>	25,466	<b>27,72</b>
Всього	49,827	<b>100,0</b>	49,860	<b>100,0</b>	57,464	<b>100,0</b>	73,380	<b>100,0</b>	91,900	<b>100,0</b>

Наше дослідження було б неповним, якщо б ми не розглянули ключову складову будь-якої поліграфічної продукції — її основу — папір та картон. Згідно з офіційно отриманими статистичними даними (рис. 4), обсяг імпортованого паперу і картону в середньому вдвічі більший за експортований. Загальна ж тенденція до зростання торговельних операцій викликана як збільшенням вітчизняного ринку друкованої продукції, так і пошуком конкурентних переваг, адже папір і картон займають домінуючу частку в структурі собівартості продукції видавничо-поліграфічної галузі.

Аналогічно до друкованої продукції створено рейтинг і щодо зовнішньої торгівлі папером і картоном (табл. 4–5). Основним споживачем паперу і картону з України є знову ж таки Російська Федерація (67–78 %), а от серед імпортерів, гідну конкуренцію росіянам складають польські, фінські та німецькі підприємці.

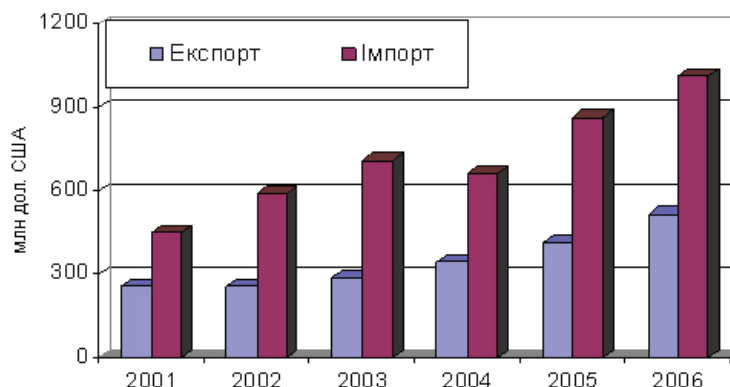


Рис. 4. Динаміка зовнішньої торгівлі папером і картоном

Т а б л и ц я 4

Структура зовнішньої торгівлі папером і картоном у 2001–2005 рр.

	Експорт, млн дол. США									
	2002		2003		2004		2005		2006	
		%		%		%		%		%
Російська Федерація	177,653	<b>69,82</b>	222,603	<b>77,79</b>	241,124	<b>69,87</b>	282,063	<b>68,72</b>	368,507	<b>71,42</b>
Латвія	2,607	<b>1,02</b>	2,487	<b>0,87</b>	20,094	<b>5,82</b>	26,336	<b>6,42</b>	7,161	<b>1,39</b>
Казахстан	5,474	<b>2,15</b>	9,409	<b>3,29</b>	17,883	<b>5,18</b>	21,309	<b>5,19</b>	34,013	<b>6,59</b>
Білорусь	5,132	<b>2,02</b>	7,708	<b>2,69</b>	9,889	<b>2,87</b>	13,090	<b>3,19</b>	21,478	<b>4,16</b>
Молдова	9,086	<b>3,57</b>	10,967	<b>3,83</b>	9,920	<b>2,87</b>	13,024	<b>3,17</b>	13,815	<b>2,68</b>
Польща	1,440	<b>0,57</b>	2,207	<b>0,77</b>	5,274	<b>1,53</b>	7,342	<b>1,79</b>	9,496	<b>1,84</b>
Грузія	1,143	<b>0,45</b>	1,648	<b>0,58</b>	3,163	<b>0,92</b>	5,437	<b>1,33</b>	7,349	<b>1,42</b>
Інші	51,901	<b>20,4</b>	29,127	<b>10,18</b>	37,754	<b>10,94</b>	41,833	<b>10,19</b>	54,180	<b>10,5</b>
Всього	254,437	<b>100,0</b>	286,158	<b>100,0</b>	345,102	<b>100,0</b>	410,435	<b>100,0</b>	516,000	<b>100,0</b>

Т а б л и ц я 5

## Структура зовнішньої торгівлі папером і картоном у 2001–2005 рр.

	Імпорт, млн дол. США									
	2002		2003		2004		2005		2006	
		%		%		%		%		%
Російська Федерція	137,030	<b>23,2</b>	108,665	<b>15,33</b>	158,232	<b>23,8</b>	202,161	<b>23,33</b>	227,904	<b>22,47</b>
Польща	93,267	<b>15,79</b>	99,729	<b>14,07</b>	112,385	<b>16,9</b>	153,107	<b>17,67</b>	194,484	<b>19,18</b>
Фінляндія	88,385	<b>14,96</b>	177,122	<b>24,98</b>	93,485	<b>14,06</b>	106,464	<b>12,29</b>	139,086	<b>13,71</b>
Німеччина	58,303	<b>9,87</b>	79,719	<b>11,24</b>	53,971	<b>8,12</b>	84,114	<b>9,7</b>	9,580	<b>0,94</b>
Швеція	28,507	<b>4,83</b>	35,762	<b>5,04</b>	52,577	<b>7,91</b>	57,052	<b>6,58</b>	62,666	<b>6,18</b>
Австрія	0,002	<b>0,0</b>	0,062	<b>0,0</b>	27,675	<b>4,16</b>	36,297	<b>4,19</b>	48,825	<b>4,81</b>
Білорусь	13,078	<b>2,21</b>	14,319	<b>2,02</b>	19,399	<b>2,92</b>	24,048	<b>2,78</b>	20,300	<b>2,0</b>
Інші	172,083	<b>29,14</b>	193,671	<b>27,32</b>	147,110	<b>22,13</b>	203,269	<b>23,46</b>	311,358	<b>30,71</b>
Всього	590,655	<b>100,0</b>	709,050	<b>100,0</b>	664,836	<b>100,0</b>	866,513	<b>100,0</b>	1014,200	<b>100,0</b>

На завершення доцільно підкреслити важливу особливість зовнішньої торгівлі товарами, які безпосередньо відносяться до поліграфії — домінування в структурі експорту готової продукції (друкованих продукції та виробів), а в імпорті — сировини і матеріалів, що суттєво відрізняється від основних показників по Україні.

1. Дурняк Б., Штангрет А., Мельников О. Видавничо-поліграфічна галузь України: стан, проблеми, тенденції. Статистично-графічний огляд. Моногр. Львів, 2006. 2. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2006 році: Зб. / За ред. Ю. М. Остапчука. К., 2007. 3. Статистичний щорічник України за 2006 рік: Зб. / За ред. О. Г. Осауленка. К., 2007. 4. Штангрет А. М., Дурняк Б. В., Мельников О. В. Стан та динаміка зовнішньої торгівлі друкованою продукцією в Україні // Принт плюс. 2007. № 4. С. 24–26. 5. Штангрет А. М., Дурняк Б. В., Мельников О. В. Зовнішня торгівля друкованою продукцією, поліграфічними матеріалами та обладнанням // Принт плюс. 2007. № 7. С. 18–21.

УДК 945

**О. Босак, О. Красівський**

Українська академія друкарства

**РОДИНА ШЕПТИЦЬКИХ**

*Розглядається вплив на особу й позицію митрополита Андрія Шептицького, його оточення і виховання. Підкреслюється, що духовне середовище, серед якого зростав митрополит було наскрізь просякнuto українським духом.*

*The influence on the person and position of the metropolitan Andrey Sheptytsky, his family (environment) and education is investigated. Attention is paid on the spiritual environment in which the metropolitan was growing and it's ukrainian spirit.*

Постать митрополита Андрія Шептицького — одна з наймогутніших та найславетніших в українській історії ХХ ст. Проте ще за життя він зазнавав лихослів'я з боку багатьох людей неперемірливих у політичних засобах. Вони не зуміли зрозуміти позиції митрополита, заснованої на Євангелії і на пастирському обов'язку, якому він цілковито прагнув підпорядкуватися. Суспільством досі недостатньо оцінені і його інтелектуальна спадщина, і організа-