

правову відповідальність (позбавлення волі з конфіскацією майна).

В той же час необхідно визначити чинники, що стримують розвиток страхового ринку України на сучасному етапі: низький попит на страхові послуги з боку фізичних та юридичних осіб, накопичення обсягів неплатежів, збитковість діяльності підприємств, значна частка тіньової економіки, недосконала побудова страхового законодавства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галагуза Н.Ф., Ларичев В.Д. Преступления в страховании: предотвращение, выявление, расследование (отечественный и зарубежный опыт). – М., 2000.

Надійшла до редколегії 25.03.2002

НЕЧИПОРУК Л.В. МЕСТО СТРАХОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Определена сущность страхования и его роль в достижении экономической безопасности, выявлены факторы, сдерживающие развитие страхового рынка в Украине на современном этапе.

NECHIPORUK L.V. THE PLACE OF INSURANCE IN A SYSTEM OF ECONOMICAL SAFETY
The essence of insurance and its role in achievement of economical safety is determined, the factors constraining development of the insurance market in Ukraine at the present stage are detected.

УДК 001.4:658.562.014

І.А. ПЕТРОВА, канд. техн. наук, доц.,
Т.С. ДЬЯКОВА, канд. техн. наук, доц.

Національний університет внутрішніх справ

ВИКРИТТЯ ФАЛЬСИФІКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЗАСІБ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ

Розглянуто види фальсифікації, їх характерні ознаки для різних товарів, засоби викриття фальсифікованої продукції практичними робітниками правоохоронних органів при розкритті та попередженні економічних правопорушень.

В умовах існування різних форм власності поряд з великими підприємствами створюються малі, які виготовляють і поставляють на ринок широкий асортимент товарів промислового та споживчого призначення. Крім того, на ринок надходить значна кількість товарів імпортного виробництва. Бувають випадки, коли під маркою відомих фірм продають підробки, які не відповідають вимогам нормативних документів та вимогам безпеки, крім того, руйнується імідж фірми, яка завжди працювала на високому рівні. Інші випадки свідчать про те, що продукція виготовлена із сировини низької якості з порушенням технологічних процесів.

Як правило, такі дії ретельно продумані і спрямовані на отримання швидких та високих прибутків, що є незаконною діяльністю в нашій країні, бо така діяльність підриває її економічне становище. Боротьба з цими правопорушеннями ведеться на різних рівнях і різними структурами, однією з яких є правоохоронні органи. Джерелом виникнення такого роду правопорушень є фальсифікація.

Фальсифікація – дії, спрямовані на обман споживача шляхом підробки об'єкта купівлі-продажу з корисливими цілями. Кінцева мета фальсифікаторів – створення споживчих переваг на товари зниженої якості шляхом додання

видимості підвищених споживчих властивостей і одержання значних надприбутків.

У широкому понятті фальсифікація може розглядатися як дії, спрямовані на погіршення споживчих властивостей або зменшення кількості товару. При цьому зберігаються найбільш характерні, але несуттєві властивості для його використання. Фальсифікація харчових продуктів найчастіше відбувається шляхом додання їм окремих, найбільш типових ознак. Наприклад, зберігається зовнішній вигляд при загальному погіршенні або втраті інших найбільш значимих властивостей харчової цінності, у тому числі і безпеки.

Поняття «фальсифіковані товари» іноді плутають з поняттями «товари-замінники» (сурогати, імітатори) і «дефектні товари». Це не випадково, тому що замінники і дефектні товари широко використовуються для цілей фальсифікації, при цьому споживачу навмисно не надається необхідна інформація. Замінники і дефектні товари не відносяться до фальсифікованих, якщо на маркуванні або в товарно-супровідних документах зазначено їхнє справжнє найменування, а ціна відповідає їх якості і походженню (наприклад, кавові напої з таким найменуванням не є фальсифікатами).

При фальсифікації звичайно піддається підробці одна чи кілька характеристик товару, що дозволяє виділити наступні види фальсифікації: асортиментна (видова), якісна, кількісна, вартісна і інформаційна. Для кожного виду фальсифікації характерні свої способи підробки товару [1].

Асортиментна фальсифікація – підробка, яка здійснюється шляхом повної чи часткової заміни товару його замінником іншого виду або найменування зі збереженням подібності однієї чи декількох ознак.

Для замінників характерні визначені особливості – значна дешевина в порівнянні з натуральним товаром, знижені споживчі властивості, ідентичність найбільш характерних ознак (зовнішнього вигляду, кольору, смаку і запаху, консистенції).

У залежності від засобів фальсифікації, схожості властивостей замінника і продукту, який піддається фальсифікації, розрізняють наступні способи фальсифікації: часткова заміна продукту водою, додавання в продукт низько цінного

замінника, заміна натурального продукту імітатором. Усі замінники, які застосовуються при асортиментній фальсифікації, підрозділяють на дві групи: харчові та нехарчові.

Харчові замінники – більш дешеві продукти харчування, що відрізняються зниженою харчовою цінністю і подібністю з натуральним продуктом по одній чи декількох ознаках. Як засоби асортиментної фальсифікації найчастіше використовують наступні харчові замінники: воду – для рідких продуктів; інші імітатори натурального продукту, схожі з ним по визначеним, найбільш характерним ознакам.

Вода є найбільш розповсюдженим замінником рідких прозорих продуктів, особливо таких, як спирт, горілка, прозорі безбарвні наливки, настої, білі вина, мінеральні води. Наприклад, при асортиментній фальсифікації розбавляють водою коньяк, ром, рожеві і червоні вина, пиво, квас, соки. Для пофарбованих напоїв застосовуються додаткове підфарбовування, що імітує колір натурального продукту.

Вода як замінник натурального продукту часто застосовується і при якійсній фальсифікації, коли натуральний продукт розбавляється водою незначно або воложитья тим чи іншим способом (наприклад, цукор, сухофрукти й інші сухі продукти містять у вологе приміщення).

При використанні води як харчового замінника іноді дуже важко провести грань між асортиментною фальсифікацією, коли фальсифікований продукт не є цілком натуральним, і якісною, у результаті якої виходить розведений, неякісний продукт.

Якщо асортиментну фальсифікацію водою легко визначити по смаку і запаху, то якісну фальсифікацію при незначному розведенні водою може помітити тільки досвідчений дегустатор. Більшість споживачів можуть навіть не помітити фальсифікації або будуть не упевнені у своїх здогадах, заснованих на органолептичній оцінці. Ряд досліджень показав, що при введенні в соки і вина 10 % води дегустатори не помітили фальсифікації. При додаванні 20 % води приблизно третина дегустаторів висловила сумнів з приводу якості і лише при 50 % розведенні більшість дегустаторів указало на водянистість смаку.

Незначне розведення водою не дозволяє виявити фальсифікацію і за допомогою фізико-

хімічних показників, тому що вміст цукру і кислот, як правило, вище гранично припустимої стандартом норми (частіше в стандартах дається інтервал вмісту цукру, наприклад: 6-9 г/дм³), і розведення до 10 % не викликає невідповідності фактичного вмісту розчинних сухих речовин, цукру, кислот установленим нормам. Більш того, титруєма кислотність може залишитися на тому ж рівні, тому що при розведенні водою підсилюється дисоціація кислот і кислотних солей, внаслідок чого підвищується вміст іонів водню в розчині. Тільки при сильному розведенні (більш 30 %) змінюються фізико-хімічні показники [2].

Ступінь безпеки фальсифікованого продукту залежить також від якості води, яка використовується. При використанні неякісної води за мікробіологічними показниками навіть слабо розведений продукт є небезпечним.

Імітатори, тобто товари, які застосовуються чи спеціально розроблені для заміни натуральних продуктів. Вони також відносяться до замінників, які використовуються для цілей фальсифікації. Прикладом можуть служити кавові напої на основі зернових, цикорію і т.п., концентрати, сиропи, соки і напої з використанням синтетичних барвників, кислот, ароматизаторів і ін.

Можлива також часткова чи повна заміна натуральних товарів іншим менш цінним товаром, який відноситься до іншої чи тієї ж однорідної групи, але іншого виду. Так, досить часто картопляний крохмаль фальсифікується пшеничним борошном або кукурудзяним крохмалем. Розповсюдженим видом фальсифікації є підміна вершкового масла маргарином.

Нехарчові замінники відносяться до об'єктів органічного чи мінерального походження і непридатні для харчових цілей. Багато з них можуть нанести шкоди здоров'ю людини, а іноді і привести до смертельного результату. Найчастіше застосовують крейду, гіпс, вапно, золу як домішки до борошна, крохмалю. Відомі випадки, коли крейду додавали до молока. При заготівлях картоплі і коренеплодів розповсюдженим способом фальсифікації є домішки понад установлені норми землі, коренів, рослинних залишків.

Якісна фальсифікація – підробка товарів за допомогою харчових чи нехарчових добавок з метою поліпшення органолептичних властиво-

стей при збереженні (втраті) інших споживчих властивостей або заміна товару вищого сорту якості нижчим. Засобами цього виду фальсифікації є добавки і товари того ж найменування, що і товар, зазначений на маркуванні, у супровідних документах, але нижчого сорту; пересортування.

Харчові добавки широко використовуються в харчовій промисловості. Використання харчових добавок, які передбачені рецептурою продуктів харчування, не можна відносити до фальсифікації. Прикладом якісної фальсифікації можуть служити безалкогольні напої з частковою чи повною заміною цукру підсолощувачами; з додаванням синтетичних барвників і ароматизаторів, що не передбачені рецептурою, замість соків або натуральної сировини. При цьому на маркуванні не вказуються застосовані добавки, а іноді є ще і вказівка про використання тільки натуральної сировини.

Відсутність інформації про зміну складу і рецептури повинна вважатися фальсифікацією з метою обману споживачів. Інформований споживач має сам робити вибір товару, виходячи з особистого відношення до харчових добавок. Застосування заборонених добавок зовсім неприпустимо, тому що товар може виявитися небезпечним для споживача, це вважається правопорушенням.

Різновидом якісної фальсифікації товарів варто вважати часткову чи повну заміну натурального продукту харчовими чи нехарчовими відходами, що утворюються після витягу з нього найбільш цінних компонентів. Наприклад, реалізація спитого чаю або кави під видом натурального продукту, натуральної кави без кофеїну. В останньому випадку не можна вважати фальсифікацією продукт, якщо на маркуванні зазначені його призначення і склад (відсутність кофеїну).

У залежності від ступеня шкоди, яку наносить фальсифікований продукт, розрізняють два різновиди якісної фальсифікації: безпечна для життя і здоров'я споживача і небезпечна. При безпечній фальсифікації споживачу наноситься тільки матеріальний і моральний збиток, а при небезпечній – крім того ще і шкода життю і здоров'ю. Тому для цих двох видів фальсифікації повинні застосовуватися різні міри адміністративної і кримінальної відповідальності.

До якісної фальсифікації варто віднести і пересортування товарів. Це один з найбільш розповсюджених різновидів якісної фальсифікації.

Пересортування – дії, спрямовані на обман одержувача чи споживача шляхом заміни товарів вищих сортів нижчими. Так, варена ковбаса 1-го сорту «Отдельная» може бути реалізована як «Любительская» вищого сорту, а кава Робуста 1-го сорту – як Арабика – вищого сорту.

Пересортування може бути викликано об'єктивними і суб'єктивними причинами. До фальсифікації слід відносити лише пересортування, яке обумовлено суб'єктивними причинами, що характерні для сировинних і технологічних принципів розподілу товарів на сорти з метою отримання надприбутків.

Пересортування крупи, ковбас, борошна, крохмалю, кави при реалізації в торгівлі є фальсифікацією, тому що якість цих товарів цілком сформована при їхньому виробництві і не змінюється при дотриманні умов зберігання.

Разом з тим, для значної групи товарів, якість і товарний сорт яких при збереженні істотно змінюється, виникає пересортування, що носить об'єктивний характер. При маркуванні товарів і указівки фактичного сорту таке пересортування не є фальсифікацією. Прикладом цього можуть служити сир, вершкове масло, маргарин і інші товари, сорт яких може знижуватися в процесі збереження внаслідок природних процесів.

Кількісна фальсифікація товарів – обман споживачів за рахунок значних відхилень параметрів товару (маси, обсягу, довжини і т.п.), що перевищують гранично припустимі норми відхилень. У практиці цей вид фальсифікації називають недовагою або обмірюванням. Способи і засоби такої фальсифікації засновані на неточних вимірах із грубими погрішностями завжди у бік зменшення вимірюваного об'єкта. З метою кількісної фальсифікації найчастіше використовують фальшиві міри (гирі, метри, вимірювальний посуд) чи неточні вимірювальні технічні пристрої (ваги, прилади і т.п.), інші засоби виміру можуть бути без перевірочних клейм і свідчень, які видаються органами Державних метрологічних служб. Відсутність перевірочних клейм служить ознакою фальсифікації засобу виміру і легко перевіряється [3].

Неправильні методики вимірів, які застосовуються продавцем або виготовлювачем, також можуть з'явитися причиною грубих погрішностей при вимірі, що приводить до недоваги, недомірювання. При цьому дії суб'єкта, що проводить вимір, можуть носити навмисний і ненавмисний характер. В останньому випадку кількісна фальсифікація обумовлена невмінням працювати на вимірювальних приладах.

Для кількісної фальсифікації при відпустці товарів одержувачу користуються способами неправильних вимірів товару: продаж по масі брутто без обліку маси упакування; продаж по масі нетто шляхом зважування маси брутто і вирахування маси стандартного упакування, зазначеного на маркіруванні; застосування додаткових вантажів, що підкладаються під товар при зважуванні. Кількісна фальсифікація може здійснюватися на виробництві: при фасуванні товарів, розливі напоїв на підприємствах торгівлі, громадського харчування при відпустці споживачу. В останньому випадку державні інспектори кваліфікують це як порушення правил торгівлі шляхом обваження або обмірювання і накладають штрафи згідно Кримінального кодексу.

Вартісна фальсифікація – обман споживача шляхом реалізації низькоякісних товарів за цінами високоякісних чи товарів менших розмірних характеристик за ціною великих. Цей вид фальсифікації найпоширеніший, тому що сполучається з всіма іншими видами. Більш того, саме вартісна фальсифікація є головною метою обману споживачів, тому що дозволяє дістати незаконний прибуток та швидко побачити результат своїх дій. Вартісна фальсифікація може бути класифікована як незаконне підвищення цін. В умовах ринкової економіки, однією з характерних рис якої є вільні, нерегульовані ціни, вартісною фальсифікацією користаються або для фальсифікованих низькоякісних товарів, або для цілей цінової конкуренції, зокрема, для створення споживчих переваг за допомогою знижених цін.

Можна відзначити наступні прояви вартісної фальсифікації: реалізація фальсифікованих товарів за цінами, аналогічним чи лідируючими для натурального продукту; реалізація фальсифікованих товарів за зниженими цінами в порівнянні з натуральними аналогами; реалізація

фальсифікованих товарів за цінами, що перевищують ціни на натуральні товари. Остання з зазначених різновидів фальсифікації зустрічається рідко і розрахована на сегмент споживачів, у яких високі ціни асоціюються з високою якістю товарів. Вони можливі також у ситуації надмірного попиту і недостатності пропозиції натурального продукту на ринку. Перші два різновиди вартісної фальсифікації найбільш поширені. Вибір однієї з них визначається ринковою кон'юнктурою. Вартісна фальсифікація карається у відповідності зі статтями Кримінального кодексу.

Інформаційна фальсифікація – обман споживача за допомогою неточної чи перекрученої інформації про товар в товарно-супровідних документах, на маркуванні і рекламі. Кожний вид фальсифікації, розглянутий раніше, у більшості випадків доповнюється фальсифікацією інформації про товар. У протилежному випадку фальсифікація легко виявляється. Перекручена чи неточна інформація про товар служить підставою вважати замінник натурального продукту фальсифікованим товаром. Так, до фальсифікованого продукту відноситься маргарин, на маркуванні якого й у товарно-супровідних документах указується найменування – «вершкове масло». Правильна вказівка на маркуванні найменування продукту – «маргарин» знімає обвинувачення у фальсифікації.

У практиці роботи торгових підприємств відомі випадки, коли покупці звертаються зі скаргами на реалізацію фальсифікованих харчових продуктів, наприклад, м'ясо-рослинної ковбаси. Уважний розгляд таких скарг показує, що фальсифікація відсутня, тому що на маркуванні товару цілком зазначений склад продукту і його призначення. Спосіб доведення інформації до споживача не обмовляється і не може служити підставою для віднесення товару до фальсифікованого.

При фальсифікації інформації про товар досить часто змінюються або вказуються неточно наступні дані: найменування товару, країна походження, фірма-виготовлювач, кількість товару, приналежність до визначеної товарної партії. Країна походження товару найчастіше не вказується або вказується неправильно. На український ринок надходить значна кількість фальсифікованих товарів вітчизняних, а також із країн ближнього і далекого зарубіжжя без

вказівки країни походження або фірми-виготовлювача. До таких товарів повинна бути сама пильна увага, тому що вони можуть бути неналежної якості, у тому числі і по показниках безпеки.

Зустрічаються випадки, коли підробляються товарні і фірмові знаки підприємств-виготовлювачів, що мають заслужено високу репутацію завдяки відмінній якості продукції. У цьому випадку матеріальний і моральний збиток наноситься не тільки споживачу, але і підприємству, чий фірмовий знак був підроблений. У цьому випадку споживач, що купив товар низької якості з фірмовим знаком відомого підприємства-виготовлювача втрачає до нього довіру. Авторське право на фірмовий знак захищається законодавством України, порушення якого тягне за собою відповідальність, передбачену законодавством.

Однією з різновидів інформаційної фальсифікації товару є фальсифікація за допомогою упакування, найчастіше виробничого.

Упакування – складова частина товару, що визначає його зовнішній вигляд. Ідентифікуючі функції менш притаманні упакуванню, ніж маркуванню. Його основною функцією є захист товару від втрат, а навколишнього середовища – від забруднення. Однак привабливе по зовнішньому оформленню упакування може додати неповторний імідж товару, служити для ідентифікації товару споживачем, у результаті чого створюються споживчі переваги. Наприклад, оригінальні за формою і фарбуванням керамічні пляшки Ризького бальзаму, пляшки з опуклою російською короною горілки Смирнофф і інші, легко пізнавані і служать для споживача основною відмітною ознакою та приваблюють легкостю підробки фальсифікаторів.

Фальсифікації піддаються не тільки упакування і маркування товару, але і товарно-супровідні документи, причому найбільш часто підробляються накладні, сертифікати і посвідчення якості. У товарно-транспортних накладних на фальсифіковані товари завжди підробляються найменування товару, досить часто – виробник і кількість товару (кількісна фальсифікація). Знайти підробку цих реквізитів у накладній можна тільки ідентифікацією товару на асортиментну приналежність і походження, а також кількісним виміром усієї товарної партії (переваженням, перерахуванням, обмірюван-

ням). Останнім часом дуже розповсюдженим видом фальсифікації документів стала підробка сертифікатів.

Сьогодні найбільші прибутки приносить незаконне виготовлення та обіг фальсифікованих напоїв. Нижче пропонуємо основні прикмети щодо фальсифікованої алкогольної та безалкогольної продукції.

Фальсифікацію алкогольних напоїв часто можна знайти вже при огляді пляшки: її ознакою може служити невиразна, блякла, матова етикетка на неякісному папері, нещільна закупорка, нечітке штампування на ковпачку, невідповідність найменування горілки виштампуваній заголовній букві на ковпачку і напису на етикетці, наявність сторонніх включень [4].

На ковпачку «алка» крім найменування заводу-виготовлювача повинна бути зазначена чітко назва напою у виді заголовної букви (наприклад для горілки: П - «Пшенична, Р - «Російська», МО - «Московська особлива» і т.д.). Ковпачок із гвинтовою нарізкою не повинний прокручуватися навколо своєї осі, тому що на заводі такі пляшки відразу ж бракуються.

При огляді алюмінієвого ковпачка «алка» з «язичком» варто звернути увагу на те, що у фальсифікованих алкогольних напоях краї такого ковпачка пригнані нещільно і з дрібними «хвилями», у виробництві - нижні краї гладкі і пригнані в упор.

На зворотній стороні заводської етикетки мається кілька рівних смужок клею або клей утворює рівне суцільне покриття. У невиробничих умовах клей звичайно наносять пензликом, тому мазки будуть нерівними. Етикетки повинні бути наклеєні без перекосів, бути чистими, а інформація відповідати вимогам нормативних документів. Деякі підприємства для захисту своєї продукції від підробок передбачають в технологічному процесі нанесення на ковпачок або пляшку написів чи шифрів напилюванням водонерозчинної фарби.

При визначенні недоброякісної продукції насамперед, необхідно переконатися в дійснос-

ті продукції, зажадавши в продавця сертифікат відповідності або копію, завірену органом по сертифікації. Інформація про напій у документі (назва, завод-виготовлювач, дата випуску партії і т.д.) повинна цілком збігатися з маркуванням на етикетці, контретикетці і пробці пляшки (упакування). Інформація на ковпачку й етикетці повинна цілком збігатися.

Найпоширенішими засобами фальсифікації алкогольних напоїв є: повна або часткова заміна питного спирту на більш дешевий технічний спирт; застосування води, що не відповідає вимогам технології; розведення або повна заміна продукту водою.

Фальсифікатори постійно вдосконалюють засоби щодо підробки продукції з метою отримання високих прибутків. Тому на сьогодні актуальним завданням правоохоронних органів є глибоке оволодіння інформацією з цього питання, придбання практичних навичок викриття фальсифікованої продукції. Все це забезпечить можливість створення перешкод на шляху розповсюдження фальсифікованої продукції, а викриття надприбутків - дозволить попереджати економічні правопорушення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Красовицкий П.А., Ковалев А.И., Стрижов С.Г.. Товар и его экспертиза. -М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. -240 с.
2. Коммерческое товароведение и экспертиза /Под ред. проф. Г.А. Васильева и проф. Н.А. Нагапетьянца. -М.: «Банки и биржи», «ЮНИТИ», 1997. -237 с.
3. ПР-002-96. Общие правила проведения экспертизы качества и количества товаров. -М.: МВШЭ, 1996. -74 с.
4. Петрова І.А., Дьякова Т.С. Экспертні методи виявлення фальсифікованої горілки // Стандартизація, сертифікація, якість. -2001. -№ 4. -С.63-65.

Надійшла до редколегії 18.03.2002

ПЕТРОВА І.А., ДЬЯКОВА Т.С. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ КАК СПОСОБ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ

Рассмотрены виды фальсификации, ее характерные признаки для разных товаров, способы определения фальсифицированной продукции практическими работниками правоохранительных органов при раскрытии и предупреждении экономических правонарушений.

PETROVA I.A., DJAKOVA T.S. DEFINITION OF FALSIFIED COMMODITY AS A WAY OF WARNING OF ECONOMICAL OFFENCES

The kinds of falsifying, its characteristic tags for the miscellaneous goods, ways of definition of falsified commodity by the practical workers of law enforcement subjects are reviewed at deployment and warning of economical offences.

УДК 330.146

К.Я. ПЕТРОВА, канд. екон. наук, проф.

Н.В. ДЗЮБА

Національний університет внутрішніх справ

УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ ЯК МЕТОД ПЕРВІСНОГО НАГРОМАДЖЕННЯ КАПІТАЛУ

Розглянуті механізми ухилення від сплати податків суб'єктами господарювання України; запропоновано комплекс заходів щодо запобігання вивезення капіталів за межі держави.

В умовах постсоціалістичної трансформації економіки ухилення від сплати податків, з огляду на масштаби поширення цього явища, можна розглядати як специфічний метод первісного нагромадження капіталу. При його реалізації використовуються такі механізми:

- *розрахунки готівкою.*

По оцінках експертів, питома вага гривні, що знаходиться поза банківським обігом, становила 24,7 % у 1994 р., на кінець 1995 р. — 25 %, на кінець 1996 р. — 38,3 %, на 1.06.1997 р. — 47,2 % і збільшилася до 50 % грошової маси в 2000 р.; при цьому в сферу нелегального внутрішнього обігу іноземної валюти в 1999 р. було залучено біля 8-16 млрд. дол. або 40-80 млрд. грн. [1, с.16];

- *операції з офшорними компаніями.*

По різних оцінках, з України в офшорні зони вивезено 20-32 млрд. дол. у той час, як річний бюджет нашої держави не становить і 8 млрд. дол. [2, с.60]. Тільки за 2000 р. 270 млн. грн. осіли на рахунках у прибалтійських банках і офшорних зонах [3, с.3].

З метою приховування прибутків від оподаткування і незаконного вивозу капіталу застосовуються наступні операції з офшорними компаніями:

- завищення контрактної ціни при імпорті товарів, техніки, технологій із виведенням різ-

ниці між контрактною і реальною ціною на закордонні рахунки учасників операції;

- заниження контрактної ціни при експорті продукції або послуг із виведенням різниці між реальною ціною купівлі і вказаною в контракті на закордонні рахунки експортерів;

- вивіз капіталів шляхом фіктивної імпортової закупівлі або неповернення коштів за експортовану продукцію;

- придбання реекспортованої продукції;

- фіктивні страхові і кредитні операції з офшорними компаніями;

- фіктивне надання послуг офшорним компаніям та інші;

- *розрахунки підприємств через фіктивні фірми, у тому числі і з використанням лорорахунків.*

У 1997 р. в Україні було виявлено 25,9 тис. фіктивних фірм, а за перше півріччя 1998 р. — вже 32 тис. [4, с.10]. У результаті активної роботи органів внутрішніх справ, а також удосконалення законодавчої бази, на кінець 2000 р. кількість подібних підприємницьких структур скоротилася на цілий порядок (3,5 тис.) [5, с.9]. Але і сьогодні фіктивні фірми широко використовуються, наприклад, для незаконного відшкодування ПДВ шляхом перекладання податку в результаті організації послідовного ланцюжка фіктивних договорів, на початку якого