Кантырев Константин Александрович. Совершенствование системы налогового менеджмента как фактор повышения конкурентоспособности коммерческого банка : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 Москва, 2006 148 с. РГБ ОД, 61:07-8/3

**Содержание к диссертации**

Введение

ГЛАВА 1. УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ 14

1.1. Банковские услуги и влияние налогообложения на взаимодействие банка и клиента 14

1.2. Система управления деятельностью коммерческого банка с учетом влияния внешней налоговой среды 27

ГЛАВА 2. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА 44

2.1. Процессы налогового маркетинга банковских услуг 45

2.2. Клиентоориентированное совершенствование у четно-отчетного процесса, документооборота и иных внутренних налоговых процессов... 67

2.3. Оптимальная организационная структура системы налогового менеджмента в коммерческом банке 81

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ С УЧЕТОМ РЕЖИМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КЛИЕНТОВ 98

3.1. Формирование предложения услуг по ипотечному кредитованию физических лиц с учетом интересов клиентов, обусловленных влиянием внешней налоговой среды 98

3.2. Обоснование экономических и налоговых преимуществ, получаемых клиентом при замене отношений по банковскому кредиту

на приобретение основных средств на отношения по договору лизинга... 112

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 121

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 128

ПРИЛОЖЕНИЯ 137

**Введение к работе**

**Актуальность темы**диссертационного исследования определяется развитием в последние годы банковской системы в связи с экономической реформой, а так же происходящими в настоящее время существенными изменениями условий осуществления банковской деятельности в Российской Федерации. Изменения происходят по двум основным направлениям: усиление конкурентной борьбы на рынке банковских услуг и ужесточение государственной политики в сфере регулирования банковской деятельности и налогообложения.

*Усиление конкурентной борьбы на рынке банковских услуг.*Изменение конкурентной рыночной среды банковской деятельности характеризуется все возрастающей ролью клиента ~ потребителя банковских услуг в развитии банковского сектора современной России. Развитие массового потребительского кредитования граждан и выход на российский рынок банковских услуг крупных иностранных финансовых институтов в лице дочерних российских банков, обладающих доступом к длинным и недорогим кредитным ресурсам, приводят к усилению конкурентной борьбы на рынке банковских услуг для юридических и физических лиц.

«Понимая всю привлекательность рынка кредитования физических лиц, используя громадный опыт, наработанный во многих странах мира, дочерние структуры зарубежных банков одними из первых в России начали активно развивать операции кредитования населения, пытаясь еще в период становления этого рынка занять на нем ведущие позиции. Обладая рядом неоспоримых преимуществ перед российскими банками (наличие отработанных технологий работы с физическими лицами, продуманных маркетинговых и рекламных стратегий продвижения продуктов и услуг, сильного брэнда), некоторые иностранные банки, начавшие заниматься потребительским кредитованием в России несколько лет назад, достаточно

быстро попали в число лидеров рынка, например, австрийский Raiffeisenbank и чешский Home Credit and Finance Bank. В число основных участников рынка уже пытаются войти такие глобальные компании, как Citibank и Societe General»1.

Учитывая данные обстоятельства, российские банки вынуждены вести активную маркетинговую политику, постоянно улучшая качество своих услуг, предлагая клиентам новые, все более выгодные и комфортные условия обслуживания, в том числе и с точки зрения влияния внешней налоговой среды на интересы клиентов.

Маркетинг банковских услуг включает в себя изучение рынка потенциальных клиентов и их потребностей в банковских услугах, разработку новых банковских продуктов с учетом нужд клиентов и особенностей налогового режима их деятельности, продвижение данных продуктов к клиентам. Только достоверно и детально поняв, что нужно клиенту, в том числе и с учетом режима налогообложения его деятельности, можно сформировать и предложить наиболее интересный для клиентов банковский продукт.

На формирование цены банковских услуг существенное влияние оказывает уровень внутренних издержек банка. Весомую долю в данных издержках создают операционные расходы, в том числе расходы на ведение бухгалтерского и налогового учета, на поддержание соответствующего документооборота. Оптимизация данных процессов позволяет сократить издержки, что, в свою очередь, позволяет предложить клиентам банковские услуги по более привлекательным ценам.

Усилия банка, направленные на изучение и использование влияния налогообложения для повышения привлекательности банковских продуктов, осуществляемые системно и на постоянной основе, способны

1 Абдрахманов Р., Поляченко И., Данилова Е. Потребительские кредиты: рост неизбежен // Прямые инвестиции, №4,2005 г. - стр. 86

создать дополнительные стимулы для клиентов, тем самым усилив конкурентные позиции банка на рынке банковских услуг.

В качестве самостоятельного фактора, вызывающего необходимость развития системы налогового менеджмента в коммерческом банке, следует назвать то обстоятельство, что деятельность коммерческих банков в значительной мере связана с реализацией собственных или совместных с иными лицами инвестиционных проектов в той или иной сфере экономики: сельское хозяйство, производство, транспорт, услуги или торговля. Зачастую банковские инвестиционные проекты выходят за пределы банка как юридического лица. Система налогового менеджмента коммерческого банка должна быть способна решать объемные и сложные задачи по анализу и оптимизации налоговых аспектов внешних инвестиционных проектов банка.

*Ужесточение государственной политики в сфере регулирования банковской деятельности и налогообложения.*Относительная стабилизация в банковском секторе, связанная с преодолением последствий кризиса 1998 года, и общая позитивная динамика развития российской экономики позволила органам государственной власти, при ведущей роли Центрального Банка Российской Федерации, не опасаясь возникновения общего системного банковского кризиса, приступить к проведению активной государственной политики в сфере регулирования банковской деятельности. Данная политика направлена на эволюционное реформирование банковской системы: повышение прозрачности банковской

1 Признаки возможного развития такого кризиса возникли летом 2004 года,  
когда ЦБ РФ отозвал лицензию у Содбизнесбанка и Банка «КредитТраст», вследствие  
чего банки, опасаясь цепной реакции, почти полностью закрыли друг на друга лимиты  
межбанковского кредитования. Что, в свою очередь, вызвало образование разрыва  
ликвидности и временное приостановление деятельности «Гута-Банка», а также создало  
благоприятные условия для PR-атаки на «Альфа-Банк», организованной издательским  
домом «КоммерсантЪ», которая привела к массовому оттоку клиентов и возникновению  
проблем в работе «Альфа-Банка». Однако, общими усилиями ЦБ РФ и коммерческих  
банков развитие системного крупномасштабного банковского кризиса летом 2004 года  
удалось предотвратить.

2 Совместное заявление Правительства РФ №983п-П13 и ЦБ РФ от 01-01/1617 от  
5 апреля 2005 г. «О стратегии развития банковского сектора РФ на период до 2008 г.»

деятельности; усиление банковской дисциплины; повышение уровня противодействия легализации доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма; сокращение общего числа банков, прежде всего за счет малых «карманных» банков, обслуживающих узкокорпоративные интересы.

Изменения в регулировании банковской деятельности происходят одновременно с изменением государственной политики в сфере налогообложения, проявляющемся в ужесточении налогового администрирования и усилении репрессивных мер в отношении нарушителей налогового законодательства. За годы реформ сложилась искаженная общественная мораль, которая совершенно не способствовала правильной уплате налогов. Общее пренебрежение граждан к требованиям любых законов и желание зарабатывать больше привели к формированию к некой общей социальной установки, которую можно определить как нежелание платить налоги. Такие установки ведут к подрыву добросовестной конкуренции, так как предприятия, добросовестно уплачивающие налоги, несут более существенное бремя расходов, чем их не столь честные конкуренты. Эти явления общественного сознания и предпринимательской практики требуют государственных и общественных усилий по их изживанию.

Вышеописанные комплексные изменения внешней среды банковской деятельности ведут к усложнению систем управления и росту операционных издержек всех без исключения банков, повышению меры ответственности руководства коммерческих банков. Как утверждает специалист в сфере банковского менеджмента А.В. Тютюнник, «почти все кредитные организации испытывали и продолжают испытывать трудности в области управления, технологии и организации своей деятельности»1. Учитывая это, становится очевидно, что жизненно необходимо на

А.В. Тютюнник. Реинжиниринг в кредитных организациях. Управленческая аналитическая разработка. - 3-е изд. -М.: Издательская группа «БДЦ-пресс», 2003. - с.13.

регулярной основе проводить работу, направленную на совершенствование управленческой деятельности в банке. Одним из направлений такого совершенствования может и должно стать совершенствование системы налогового менеджмента в коммерческом банке.

Организация в коммерческом банке эффективной системы налогового менеджмента, ломимо всего прочего, способна выступить объединяющим звеном в совершенствовании и контроле эффективности всех управленческих систем банка: кадровой, организационной, нормативно-правовой, кредитно-финансовой, учетно-отчетной. Ведь именно налоговые отношения проникают во все сферы деятельности коммерческого банка. В российских банках уже достаточно давно стало нормой, что ни одно значимое финансовое решение не может быть принято без учета его налоговых аспектов. Построение эффективной системы налогового менеджмента способно содействовать глубокому и всестороннему изучению бизнес-процессов банка, прогнозированию налоговых последствий банковских операций и призвано вывести управленческую деятельность в сфере налоговых отношений на качественно иной, более организованный и эффективный уровень.

**Степень научной разработанности проблемы.**Круг проблем, входящих в предмет настоящего исследования, находится на стыке 3-х предметных областей научного знания: общей (то есть, применимой ко всем сферам предпринимательской деятельности) теории и практики налогового менеджмента, теории банковского менеджмента и исследования особенностей налогообложения банковских операций.

Проблемы общей теории налогового менеджмента и теории банковского менеджмента, особенности налогообложения банковских операций постоянно исследуются отечественными учеными.

Исследователи в сфере общей теории налогового менеджмента сформировали основу соответствующей научной терминологии, обобщили и систематизировали эмпирический опыт налогового менеджмента и

налогового планирования. При этом исследования в данной сфере не затрагивают банковскую специфику, слабо учитывают такие новейшие разработки теории менеджмента как процессный подход к управлению и реинжиниринг бизнес-процессов, практически не используют методики стратегического менеджмента.

**Схема №1. Предметная область диссертационного исследования**

Теория банковского менеджмента имеет достаточно развитую научную базу, активно вовлекает и перерабатывает под банковские нужды многие новейшие разработки иностранных и отечественных ученых-экономистов. Широко используются наработки теории стратегического менеджмента организаций, процессного подхода к организации банковской деятельности, учитываются и используются возможности новейших информационных технологий. При этом вопросы налогообложения банка и его клиентов в теории банковского менеджмента исследуются вскользь, в основном с точки зрения оптимальной организации учетного процесса.

Раскрытию особенностей налогообложения банковских операций посвящено значительное число специализированных публикаций,

демонстрирующих высокопрофессиональный экспертный уровень их авторов. Частые изменения российского законодательства о налогах и сборах и практическая деятельность дают обширную основу для анализа и последующих размышлений о правильном применении данных нововведений. При этом специалисты по вопросам налогообложения банковской деятельности рассматривают данные вопросы с сугубо экспертной (бухгалтерской, юридической) точки зрения, не анализируя потенциальные возможности для развития банковского бизнеса, сокрытые в данных областях, не применяя управленческих подходов к данной проблематике.

Таким образом, на стыке данных трех предметных областей научных исследований имеется пробел. Отсутствуют исследования, в основе которых лежал бы системный управленческий подход к проблемам налогового менеджмента в коммерческом банке. А как следствие, не исследована необходимость и возможность ориентации данной системы на удовлетворение потребностей клиентов банка в целях усиления конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг.

**Цель диссертационного исследования**заключается в разработке научно-методических основ и рекомендаций по совершенствованию системы налогового менеджмента коммерческого банка, целью которого является развитие отношений с клиентами и повышение конкурентоспособности коммерческого банка в целом.

Реализация указанной цели обусловила постановку и решение следующих задач:

1. выявить характер влияния налогообложения на взаимодействие клиент-банк;
2. обосновать необходимость и возможность использования влияния налогообложения для развития отношений коммерческого банка с клиентами;
3. разработать методические основы управления деятельностью коммерческого банка в сфере налоговых отношений;
4. исследовать особенности системы налогового менеджмента и ее элементов в коммерческом банке;
5. разработать налоговую стратегию коммерческого банка на современном этапе;
6. разработать процессы и организационную структуру, способные поддерживать реализацию клиентоориентированнои налоговой стратегии банка;
7. проанализировать конкретные банковские продукты с точки зрения удовлетворения потребностей клиентов, обусловленных влиянием внешней налоговой среды.

Объектом диссертационного исследования является система налогового менеджмента в коммерческом банке и ее составляющие, возможности данной системы в создании конкурентных преимуществ банка.

Предметом диссертационного исследования являются формы и технологии функционирования системы налогового менеджмента, способствующие удовлетворению потребностей клиентов банка.

Теоретико-методологической и информационной базой диссертационного исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых и специалистов в области налогообложения, налогового и банковского менеджмента, нормативно-правовые акты по вопросам налогообложения, документы отдельных банков.

Теоретической и методологической основой исследования стали труды:

1) отечественных авторов: Абдрахманова Р., Банка В.Р., Берника В.Р., Брызгалина А.В., Брызгалина В.В., Букирь *М.Я.,*Бухтина М.А., Валюка В.В., Веснина В.Р., Вишнякова О., Владиславлева Д.Н., Вылковой Е.С., Галимзянова Р.Ф., Головкина А.Н., Гончаренко ЛИ., Даниловой Е., Джаарбекова СМ., Дубанкова АЛ., Евстигнеева Е.Н., Карасевой Т.В., Карп

M.B., Кибанова А.Я., Кирилина К.А., Князева В.Г., Комиссарова Г.П., Крохина В., Лялькова М.И., Липника Л., Масленченкова Ю.С, Молодова М., Морозова В.П., Муравьева В.В., Мурзина В.Е., Никоновой И.А., Омельченко В.В., Панскова В.Г., Пацык А.А., Писцова Г.И., Поляченко И., Равенкова А., Романовой М., Романовского М.В., Рябовой Р.И., Семенова С.К., Семеновой О., Суворова С.А., Тагирбекова К.Р., Тариной Р.В., Тихонова Д.Н., Тютюнника А.В., Фирсова М., Чекмарева А.Е., Черника Д.Г., Шамгунова Р.Н., Шмелева Ю.Д.

2) зарубежных авторов: Бурра Вольфганга, Норберта Т., Жан-Шарля Роше, Фридли В.

**Научная новизна диссертационного исследования**определяется лежащей в основе работы идеей о необходимости и возможности использования банком влияния внешней налоговой среды для развития отношений с клиентами.

К наиболее существенным результатам, выносимым на защиту, принадлежащим автору и содержащим приращение научных знаний, относятся:

обоснование необходимости и возможности ориентации системы налогового менеджмента коммерческого банка на удовлетворение потребностей клиентов банка и, как следствие, создание дополнительных конкурентных преимуществ для банка;

формирование системы управления коммерческим банком с учетом влияния внешней налоговой среды;

разработка понятия *«система*налогового менеджмента», которая является частью единой системы управления коммерческой организацией и отвечает за надлежащее исполнение налоговых обязательств и реализацию налоговой стратегии организации;

разработка налоговой стратегии коммерческого банка, ориентированной на обеспечение долгосрочного устойчивого развития банка и удовлетворение нужд его клиентов;

разработка процессов налогового маркетинга банковских услуг: процесса поиска во внешней налоговой среде возможностей для развития отношений с клиентами и процесса совершенствования банковских продуктов с учетом налоговых интересов клиентов;

формирование методик совершенствования внутренних налоговых процессов и организационной структуры системы налогового менеджмента коммерческого банка для повышения его конкурентоспособности.

**Теоретическая и практическая значимость исследования**состоит в разработке научно-методического подхода к совершенствованию системы налогового менеджмента в коммерческих банках, результаты которого под новым углом зрения освещают систему налогового менеджмента как фактора, способного создать дополнительные конкурентные преимущества для банка через максимальное удовлетворение потребностей клиентов.

Результаты исследования могут быть использованы коммерческими банками и их внешними консультантами по вопросам управления.

**Апробация результатов работы.**Данная работа выполнена на кафедре «Налоги и налогообложение» Государственного Университета Управления. Наиболее значимые результаты работы, полученные автором в ходе проведенного исследования, были опубликованы в форме тезисов докладов к международным научным конференциям и в статье в журнале «Банковское дело», реализованы автором на практике в крупнейших московских коммерческих банках.

Основные положения диссертационного исследования отражены в 3-х научных публикациях и тезисах докладов на научных конференциях общим объемом **1**п.л.

**Объем и структура работы**соответствуют поставленным целям и отражают ее содержание. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

В первой главе освещена история зарождения и становления банковского дела, проанализировано текущее состояние рынка банковских

услуг в современной России, обоснована необходимость и возможность ориентации деятельности банка в сфере налоговых отношений на удовлетворения нужд клиентов, рассматриваются методические основы управления коммерческим банком с учетом влияния внешней налоговой среды, вводится и раскрывается понятие «система налогового менеджмента», раскрываются особенности данной системы и ее элементов в коммерческом банке, разработана налоговая стратегия коммерческого банка.

Во второй главе рассматриваются возможные направления  
совершенствования отдельных элементов системы налогового менеджмента  
для повышения конкурентоспособности коммерческого банка. В частности,  
изложено описание разработанных автором процессов налогового  
маркетинга банковских услуг: поиска возможностей для их

распространения и совершенствования с учетом влияния внешней налоговой среды; методов оптимизации учетно-отчетного процесса для снижения его ресурсоемкости; оптимальной организационной структуры банка, способной обеспечить реализацию налоговой стратегии банка.

В третьей главе предложены конкретные банковские услуги, разработанные с учетом особенностей режима налогообложения деятельности клиентов. Помимо самостоятельного значения изложенные в третьей главе разработки подтверждают практическую значимость и эффективность теоретических разработок автора, содержащихся в первой и второй главе диссертационного исследования.

В заключении сформулированы выводы по результатам исследования, представлены практические рекомендации коммерческими банками и их внешними консультантам по вопросам управления.

## Банковские услуги и влияние налогообложения на взаимодействие банка и клиента

Банковское дело имеет глубокие исторические корни. Еще при разложении первобытно-общинного строя богатеющие представители верхушки власти начали давать средства взаймы своим соплеменникам. Так начиналось развитие ростовщического капитала.

Развитие банковского дела первоначально было связано с развитием международной торговли, которая была сопряжена с опасностью перевозки больших сумм денег из страны в страну и даже внутри стран. Международные связи начинались именно с банковских операций.

В древности существовали учреждения, выполнявшие функции банков. В исторической литературе есть указания на то, что такие предприятия функционировали в Вавилоне, Древней Греции, Египте, Риме. Они выполняли разные операции - от обмена монет одних стран на монеты других и осуществления выплат за счет средств клиента до выдачи кредитов и выполнения роли поручителя и доверенного лица при совершении различных актов и сделок.

В Вавилоне бурными темпами развивалось ростовщичество и меняльное дело. Например, в VIII в. до н.э. вавилонский банк принимал денежные вклады, предоставлял кредиты, даже выпускал банковские билеты (гуду). Государство уже тогда пыталось юридически регулировать кредитные отношения и защищать интересы ростовщиков .

В Греции банковские операции первоначально осуществлялись жрецами. В связи с интенсивным развитием торговли увеличилась потребность в кредите, что вело к развитию кредитных учреждений. Банковские операции осуществлялись не только частными банкирами, но и храмами. Храмы в Древней Греции являлись своеобразными банками, местом хранения денег.

Афиняне активно занимались обменным промыслом. Меняльные конторы открывались на рынках, где пересекались торговые пути, ведущие из разных стран Древнего Мира.

В эпоху Древнего Рима широкое распространение получило предоставление влиятельными магнатами (potentiores) денежных средств взаймы земледельцам и ремесленникам.

Завоевание варварами Древнего Рима и падение Римской Империи привело к общему упадку экономики и торговли, сокращению обменных и кредитных операций.

Возрождение международной торговли произошло в средние века, что дало толчок возрождению меняльного дела. Чеканка различными феодалами собственных монет и частая их порча потребовали обмена различных валют. Центром международной торговли, меняльного дела и ростовщического капитала в раннем Средневековье стала Италия. Одним из первых банков в современном понимании термина был созданный в 1407 году Банк Генуи.

Учреждения, имеющие черты банков, появились впоследствии в крупных торговых центрах Нидерландов и Германии. В Англии в 1664 г. был создан Банк Англии, который активно осуществлял кредитование торгово-промышленного оборота.

Организация деятельности коммерческого банка/Под ред. Тагирбекова К.Р.. -М: Издательство «ВесьМир»,2004 - С.101-102 Первым официальным кредитным учреждением в России являлась созданная при Петре I государственная монетная контора, выдававшая ссуды под залог золота и серебра1.

В 1754 году указом Екатерины II с целью оказания экономической помощи дворянству был создан Государственный заемный банк, который положил начало ипотечному кредитованию в стране. Постепенно ипотечный кредит занял основное место в системе кредитования, поскольку недвижимое имущество рассматривалось в качестве наиболее надежного обеспечения. Заемный банк фактически состоял из двух самостоятельных банков: для дворянства и для купеческого сословия. Правительство периодически выделяло этим банкам средства из государственной казны для предоставления ссуд.

В 1817 году в ходе финансовой реформы был учрежден Государственный коммерческий банк с номинальным капиталом в 30 миллионов рублей. Банк открыл свои конторы в оживленных торговых центрах России. Накопив значительные кредитные ресурсы в виде вкладов, банк направлял лишь ничтожную их часть на выдачу кредитов под векселя или под залог товаров. Царское правительство использовало активы Государственного коммерческого банка в интересах казны, а также для подкрепления ресурсов Государственного заемного банка на цели ипотечного кредитования.

## Процессы налогового маркетинга банковских услуг

Действующее законодательство о налогах и сборах не предусматривает обязанности банка учитывать в своей деятельности особенности налогового режима финансово-хозяйственной деятельности клиентов. Такого процесса, как совершенствование банковских продуктов с учетом налоговых нужд клиентов, может и не существовать в рамках системы налогового менеджмента коммерческого банка. Внедрение и развитие процессов налогового маркетинга банковских услуг, предлагаемых автором, могут являться только результатом самостоятельного и добровольного решения банка, принятого в целях усиления его конкурентных позиций на рынке банковских услуг. Именно поэтому исследование и разработка новых процедур способны улучшить банковскую практику.

Маркетинг банковских услуг является сложной многоаспектной деятельностью, В настоящей работе рассматривается лишь одно из направлений этой деятельности, а именно: использование влияния внешней налоговой среды для развития отношений банка с клиентами.

Предлагаемая автором методика поиска возможностей для развития отношений банк-клиент и совершенствования налогового профиля банковского продукта включает следующие этапы и стадии:

Этап I. Поиск возможностей для развития отношений банка с клиентами. Стадия 1.1. Моделирование хозяйственных ситуаций из деятельности клиентов и соответствующих им материальных и денежных потоков, налоговых обязательств;

Стадия 1.2. Выявление экономических или налоговых проблем и потребностей клиента, в решении которых может содействовать банк;

Стадия 1.3. Поиск возможностей по оказанию содействия клиенту со стороны банка в реализации выявленных потребностей. Выявление возможности использования конкретных банковских услуг для решения этой задачи.

Этап П. Совершенствование банковского продукта.

Стадия 2.1. Формирование требований к банковскому продукту. Подготовка проекта банковского продукта;

Стадия 2.2. Моделирование последствий использования банковского продукта в различных вариациях. Поиск оптимального варианта решения. На данном этапе осуществляется проверка продукта на соответствие решаемой экономической (налоговой) задаче;

Стадия 2.3. Проверка оптимального для решения задачи клиента банковского продукта на соответствие финансовым и технологическим возможностям банка, Согласование необходимого продукта и возможностей банка.

Стадия 2.4. Разработка договора оказания банковских услуг.

Этап III. Продвижение продукта, разработанного банком к клиентам и его дальнейшее совершенствование.

На входе вышеописанного многоэтапного процесса находятся сведения о финансово-хозяйственной деятельности клиента, ее налоговом режиме и возможностях банка. Конечным объективным результатом данного процесса является банковский продукт (договор и технология оказания банковских услуг), обладающий определенными характеристиками, в том числе являющийся оптимальным с точки зрения налогового режима деятельности клиента. Такие этапы разработки банковского продукта под налоговые нужды клиента, как моделирование хозяйственных ситуаций и денежных потоков клиента, поиск подходящего варианта банковского продукта, моделирование последствий использования банковского продукта в различных вариациях в существующие и потенциально измененные денежные потоки клиента с оценкой последствий имеют существенное сходство с процессом налогового планирования. По сути при внедрении предлагаемого автором процесса банк будет осуществлять налоговое планирование в интересах своих действующих и потенциальных клиентов. Результатом такого планирования станет оптимизация деятельности клиентов и ее налогообложения при использовании банковских продуктов и услуг, осознанно предлагаемых банком, в том числе, и для решения этих задач.

Теория и практика налогового планирования, имеющая в своем багаже запас ценных знаний, является той базой, на основе которой банк может вести работу по поиску возможностей для развития отношений банк-клиент и повышению конкурентоспособности банковских продуктов с налоговой точки зрения.

## Формирование предложения услуг по ипотечному кредитованию физических лиц с учетом интересов клиентов, обусловленных влиянием внешней налоговой среды

В настоящее время все большее число российских банков выходят или планируют выйти на рынок ипотечного кредитования физических лиц. Банки прогнозируют существенный рост спроса на жилищные ипотечные кредиты. Данное явление обусловлено как ростом реальных доходов части населения, так и постепенным изменением социальной психологии россиян, которые вынужденно отказываются от иждивенческих ожиданий и надежд на бесплатную государственную помощь в решении квартирного вопроса и переходят к поиску самостоятельных вариантов. Одним из таких вариантов в странах с развитой экономикой является ипотека, получающая все большее распространение и в нашей стране. Государство предпринимает определенные меры, направленные на поддержку развития ипотечного кредитования на приобретение жилья, в том числе устанавливает определенные налоговые льготы для заемщиков.

На основе результатов анализа главы 23 Налогового кодекса РФ автор предлагает следующие мероприятия по совершенствованию банковской деятельности, направленные на максимальное удовлетворение потребностей заемщиков:

- создание (привлечение к сотрудничеству с банком) агентства недвижимости, обеспечивающего оперативный подбор вариантов предмета ипотеки, отвечающего требованиям заемщика, банка и продавца:

- предложение заемщикам дополнительных услуг банка по оформлению документов для использования права на имущественный налоговый вычет;

- предложение ипотечного кредитования как элемента личного финансового планирования лицам с официальным доходом более 75 000 рублей в месяц.

Кроме того, автор предлагает внести изменения в подпункт 1 пункта 1 статьи 212 НК РФ, снизив на 1-2 процентных пункта ставку, при получении заемных средств по которой у физического лица возникает материальная выгода.

Создание (привлечение к сотрудничеству с банком) агентства недвижимости, обеспечиваюгцего оперативный подбор вариантов предмета ипотеки, отвечающего требованиям заемщика, банка и продавца.

Действующий в Российской Федерации режим налогообложения доходов физических лиц оказывает определенное влияние на привлекательность, прежде всего для продавца, совершения сделки купли-продажи жилого помещения за счет средств, предоставленных банком по ипотечному кредиту. В соответствии с подпунктом 5 пункта 1 статьи 208 НК РФ, к числу налогооблагаемых доходов относятся доходы физического лица от реализации недвижимого имущества, находящегося в Российской Федерации. То есть, при приобретении заемщиком квартиры у другого физического лица на «вторичном» рынке жилья, у продавца возникнут достаточно существенные обязательства по уплате налога с суммы доходов от продажи жилого помещения.

Банк может выдать ипотечный кредит для оплаты приобретаемого жилого помещения только в случае указания в договоре купли-продажи реальной продажной цены квартиры, так как приобретенная квартира является предметом залога и обеспечивает возврат выданного кредита. Поэтому ее цена, официально указанная в договоре, не может быть меньше суммы кредита. Кроме того, в случае признания договора-купли продажи недействительным либо его расторжения покупатель-заемщик сможет требовать от продавца только возврата суммы, указанной в договоре.