

on the taxation of income from cross-border operations on the premise of taking into account the interests of both the source country and the investor country: that is, the income from cross-border operations is restricted by the source country tax. Specifically, it means that the source country has priority for taxation of business income attributable to the other contracting state that has a permanent establishment in one of the contracting states (the source country).

Enterprise of the other Contracting State has a permanent establishment in the source country and participates in the economic activities of the country through this permanent establishment and obtains income, the source country shall have the right to preferential taxation of the business income of the permanent establishment. In the current reality of various countries, when judging whether it has tax jurisdiction, tax treaties take precedence over the relevant provisions of domestic laws.

The principle of permanent establishment means that the cross-border business income (profit) obtained by a tax resident enterprise of a country should only be subject to income tax in the resident country. The profits of the institution may be subject to income tax on the source side. The general definition of a permanent establishment in Article 5, paragraph 1 of the OECD Model Agreement is a part or all of the fixed place of business of an enterprise. The site includes the following requirements: permanent, permanent, and operational.

In the context of the digital economy, the traditional rules for the identification of permanent establishments have certain limitations. The 2017 OECD model tax treaty has revised the permanent establishment of correspondent banks. Due to the characteristics of globalization and digitalization of cross-border e-commerce, it is more difficult to be identified as a permanent establishment. The criteria for determining a permanent establishment in e-commerce activities in the OECD model are as follows: the operation and storage of a website can constitute its fixed place of business, as long as it meets the requirements of paragraph 1, it constitutes a permanent establishment, and the Internet service provider does not constitute an agent of the enterprise to which the website belongs, it does not constitute a permanent establishment of the enterprise.

*А. А. Асхатулы, магистрант
aman.abdibek@gmail.com*

Международный университет «Астана» (Нур-Султан)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЕЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Вопросы разработки корпоративной стратегии организации являются по своей сути достаточно сложными, поскольку должны учитывать интересы многих хозяйственных структур, входящих в нее. Характерной особенностью организаций является то, что в отечественной практике отсутствует опыт формирования и реализации стратегии в организациях, разработки новых технологий стратегического управления и принятия стратегических решений. Это требует создания действенного механизма разработки корпоративной стратегии как основной субстанции стратегического управления организациями.

Стратегическое управление — такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызовам со стороны окружения и позволяющие получить конкурентные преимущества, которые в совокупности дают возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

Стратегическое управление обеспечивает организацию: 1) методами координации и интегрирования видов деятельности, которые могут быть диверсифицированы механизмами предвидения и адаптации к изменениям, происходящим во внешней среде; 2) необходимой связью между разработкой и реализацией стратегии.

Можно выделить следующие особенности корпоративной стратегии организации: должна исходить из инвестиционных приоритетов; формирование корпоративной стратегии должно основываться на реальных значениях финансово-экономических показателей деятельности организации; реализация корпоративной стратегии должна обеспечить синергический эффект от диверсифицированных видов деятельности организации; выполнение корпоративной стратегии должно иметь целью утверждение позиций организации на рынках ее деятельности [1, с. 78].

При усовершенствовании корпоративной стратегии организации ключевую роль играют следующие типы базовых стратегий: стратегия роста; стабилизации; выживания; стратегия, построенная на комбинациях перечисленных стратегий (в мультибизнесовой организации).

Условно процесс разработки корпоративной стратегии организации можно разделить на шесть этапов: 1) постановка стратегических целей; 2) выделение бизнес-направлений; 3) оценка перспективности бизнес-направлений; 4) формирование бизнес-портфеля компании и разработка альтернатив развитию; 5) определение полномочий организации; 6) формализация разработанной стратегии.

Весьма актуальное явление настоящего — включение в корпоративную стратегию организации корпоративной социальной ответственности (КСО), значимость которой все больше растет в бизнес-среде. В основе КСО лежат следующие показатели: социальный отчет организации как инструмент диалога с обществом; уровень раскрытия информации о социальном инвестировании; открытость организации в сфере благотворительности и меценатства.

Цель КСО организации заключается в разработке инновационных продуктов и технологий с соблюдением этических норм без нанесения ущерба окружающей среде и обществу [2, с. 116].

Таким образом, формирование корпоративной стратегии — это логический и аналитический процессы обоснования будущего положения организации в зависимости от внешних условий с учетом специфики организации, многовариантности и особенностей стратегического поведения.

Внедрение в практику деятельности организаций стратегического управления позволит усовершенствовать процесс формирования целей, уменьшить хаотичность принятия управленческих решений, а также увеличит возможности руководителей четко определять приоритеты организации, упростить процесс согласования социальных и финансовых интересов.

Источники

1. *Мазалов, Н. Е.* Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Н. Е. Мазалов. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2020. — 195 с.
2. *Рыбаков, И. А.* Повышение эффективности деятельности промышленных предприятий на основе совершенствования корпоративной стратегии : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / И. А. Рыбаков. — М., 2011. — 202 л.