Под заинтересованными лицами принято понимать любые группы, интересы которых затрагиваются деятельностью компании: акционеры, менеджеры, деловые партнеры, потребители и т.д. Среди заинтересованных лиц выделяют три основные группы, между которыми существуют объективные противоречия, поскольку их интересы имеют разную направленность: акционеры, директора и менеджеры.

Акционеры, в свою очередь, подразделяются на две категории, интересы которых также разделяются между собой: мажоритарные и миноритарные. Мажоритарные акционеры в отличие от миноритариев настроены на долгосрочную перспективу развития компании и меньшие риски. В случае если им придется выбирать между выплатой дивидендов и капитализацией прибыли – они предпочтут второе.

Можно рекомендовать следующие принципы корпоративного поведения для мажоритарных акционеров:

Не игнорировать имущественные интересы миноритариев и проводить взвешенную дивидендную политику;

Осуществлять совместно с советом директоров продуманную мотивацию деятельности менеджеров, что снижает риск злоупотреблений со стороны последних;

Планомерно повышать профессиональность и независимость деятельности совета директоров.

Принципы корпоративной культуры для миноритариев:

Не допускать злоупотреблений своими правами акционеров в ущерб интересам компании;

Не распространять информацию, относящуюся к коммерческой тайне компании;

Требовать от крупных акционеров, директоров и менеджеров компании соблюдение принятых этических правил.

Принципы корпоративной культуры для директоров компании.

Сглаживание противоречий между акционерами и менеджерами – основная задача директоров. Для ее решения совет директоров должен быть не формально, а реально отделен и независим как от акционеров, так и от менеджеров. Для директоров можно рекомендовать следующие принципы:

Разрабатывать и утверждать этические правила в компании;

Учитывать в ходе деятельности совета директоров интересы всех заинтересованных лиц компании;

Осуществлять мониторинг прозрачности компании, соблюдать требования законодательства, учредительных и внутренних документов общества со стороны акционеров, менеджеров и работников общества;

Разрабатывать и представлять акционерам рекомендации по разумной дивидендной политике;

Разрабатывать эффективную систему мотивации деятельности менеджеров;

Отчитываться перед акционерами и предоставлять им полную и достоверную информацию о положении дел в компании.

Принципы корпоративной культуры для менеджеров компании.

Менеджеры не несут рисков потери своего имущества, рискуя лишь деньгами собственников. Можно рекомендовать для них следующее:

Не злоупотреблять своими полномочиями;

Не причинять ущерб акционерам компании умышленными действиями;

В случае возникновения риска убытков для компании немедленно ставить в известность совет директоров компании;

Внедрять в деятельность компании этические правила, разработанные советом директоров;

Исполнять свои обязанности добросовестно и инициативно;

Надлежащим образом отчитываться перед советом директоров;

Соблюдать в своей деятельности требования законодательства, учредительных и внутренних документов компании и требовать их соблюдение от работников компании;

Соблюдать интересы работников, обеспечивать им достойные условия труда.

*Принципы корпоративной культуры*

В числе общих этических норм взаимодействия компании и ее конкурентов можно выделить:

· Взаимное уважение;

· Отказ от неэтических методов ведения конкурентной борьбы;

· Благоприятствовать развитию открытых рынков для торговли и инвестирования.

Принципы отношений с поставщиками товаров и услуг:

· Корректное ценообразование, лицензирование;

· Исключение ненужных судебных разбирательств;

· Развитие долговременных и устойчивых отношений;

· Делиться информацией не конфиденциального характера;

· Своевременная оплата в соответствии с условиями заключенных договоров.

Принципы отношений с потребителями:

· Обеспечивать потребителей товарами и услугами высшего качества в соответствии с их потребностями и ожиданиями;

· Честное обхождение, гарантирование потребителям, что товары и услуги акционерного общества будут поддерживать или улучшать их здоровье, безопасность, состояние окружающей среды;

· Исключать дискриминацию потребителей товаров и услуг акционерного общества в зависимости от пола, возраста͵ расовой принадлежности и т.д.;

· Гарантировать уважение к человеческому достоинству в предлагаемых потребителям товарах и услугах, включая их маркетинг и рекламу;

· Уважать целостность культуры потребителей.