

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БЪЛГАРСКИЯ БАНКОВ СЕКТОР – МИСИЯ И БИЗНЕС ПРАКТИКА

**ас. д-р Иван С. Маринов,
imarinov@uni-svishtov.bg
Катедра „Финанси и кредит“,
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов**

Резюме: Като последица от правната регламентация, организацията на банковата дейност и установените бизнес традиции, обществото не рядко третира търговските банки единствено като субекти, абсорбиращи и преразпределящи паричен ресурс с цел финансова изгода за самите тях и техните собственици. Такова възприятие обаче е неприложимо за визията на съвременните банки, които с действията си демонстрират стремеж към хармония със заобикалящата ги социално-икономическа среда и желание да подобрят имиджа си в корпоративната общност. В тази връзка, корпоративната социална отговорност на банките е начин те да интегрират доброволно бизнеса си в националните и международните процеси.

Ключови думи: търговски банки, корпоративна социална отговорност, банково законодателство, световна финансова криза

JEL: G01, G21, O15

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BULGARIAN BANKING SECTOR – MISSION AND BUSINESS PRACTICE

**Assist. Prof. Ivan S. Marinov, PhD
imarinov@uni-svishtov.bg
Department of Finance and Credit,
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov**

Abstract: As a consequence of legal regulation, the organization of bank activity and established traditions, society often treats commercial banks only as subjects, absorbing and redistributing monetary resources in order to obtain financial advantage which benefits both banks and their owners. However, a similar perception is not applicable to the vision of modern banks which demonstrate aspirations of harmony with the surrounding socio-economic environment and a desire to improve their image in the corporate community. In this respect, corporate social responsibility of banks is a way to voluntarily integrate their business into national and international processes.

Keywords: commercial banks, corporate social responsibility, bank legislation, global financial crisis

JEL: G01, G21, O15

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БЪЛГАРСКИЯ БАНКОВ СЕКТОР – МИСИЯ И БИЗНЕС ПРАКТИКА

ас. д-р Иван С. Маринов,
imarinov@uni-svishtov.bg
катедра „Финанси и кредит“,
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Въведение

Настоящата разработка има за **цел** да изследва същността и еволюцията на социалното взаимодействие между търговските банки и обществото в Р България. Това отношение е повлияно от множество икономически, нравствени, институционални и политически фактори, явяващи се опорни точки за изграждането и развитието на **обекта** на изследването – корпоративната социална отговорност на банките на национално ниво. **Тезата** на разработката гласи, че: ефектите от социално-отговорното поведение на банковия бизнес в Р България са подобряване на корпоративния имидж и максимализирането на ползите за обществото и околната среда. За постигането на основната цел и защита на авторската позиция се поставят следните **задачи**:

- Да се изследват същността и специфичните особености на корпоративната социална отговорност на национално и международно ниво;
- Да се проучи връзката между банковото законодателство и корпоративната социална отговорност на банковите институции в Р България;
- Да се анализират съвременната практика и обхвата от социални инициативи на банките в Р България.

1. Специфика на корпоративната социална отговорност на национално и международно ниво

След началото на 90-те години на миналия век, Европейският съюз осъзнава нуждата от това, частният сектор да подпомага доброволно заетите в него служители, отделните индивиди и околната среда. През 2000 г. ООН поставя десет принципа в т.нар. Глобален Договор, който е най-мощното международно социално начинание¹. Целта на Общността се имплементира в три стратегически документа: през 2001 г. Зелена книга на Европейската комисия за социална корпоративна отговорност и две комуникета приети през 2002 г. и 2006 г. – „Бизнес принос за устойчиво развитие“ и „Прилагане на партньорство за растеж и работни места: да направим Европа пример за подражание за прилагане на корпоративната социална отговорност“.²

Според Зелената книга корпоративната социална отговорност е **концепция, при която компанията паралелно без да нарушава правните норми ги надскача, инвестирайки доброволно в човешкия капитал,**

¹ Вж. повече Стратегия за корпоративна социална отговорност 2009–2013 г. Министерство на труда и социалната политика, София, 2009, с. 10

² Вж. Mandl, I. The Interaction between Local Employment Development and Corporate Social Responsibility – Contract Reference No VC/2007/0559, Austrian Institute for SME Research, 2009, p. 3

*околната среда и отношенията със заинтересованите страни*³. Освен че дефинира понятието „корпоративна социална отговорност“ и неговите вътрешни и външни измерения, в документа се споделя и факта, че финансовите институции в световен мащаб, имащи амбиции да постигнат устойчив растеж все по-често се ангажират със социални дейности и такива, които са полезни за околната среда⁴. Подобна е трактовката на Европейската инвестиционна банка (ЕИБ), която определя „корпоративната социална отговорност“ като добра стопанска практика, с която се цели устойчиво развитие⁵. Растеж, според финансовата институция, може да се постигне ако е налице равновесие между икономическия напредък, социалното благосъстояние и опазването на околната среда.

Според някои автори⁶ представата за корпоративната култура на българския банков сектор и концепцията за подобряване на социалната комуникация между търговските банки и обществото се заражда непосредствено преди настъпването на финансовата криза в Р България през 1996 г. Неделчев, например, определя понятието „корпоративна социална отговорност“ като *съвкупност от отговорности, различаващи се от юридическите, и имащи доброволен характер, които представляват отклик на корпорацията на социалните проблеми в обществото*⁷.

Кодексът за корпоративно управление на Р България, създаден през 2007 г. поставя началото на идеите на корпоративната социална отговорност на национално ниво. Самият Кодекс представлява *стандарт за добра практика и средство за общуване между бизнеса*⁸. Съществуването и прилагането на Кодекса не нарушава европейското и българското законодателство и насърчава лоялността и прозрачността в дейността на компаниите. В текста на документа се предписва създаването на вътрешни правила, с които да се балансира просперитета на компанията и развитието на социално-икономическата и екологична среда. Този ефект трябва да се постигне чрез внедряването на добри практики и пълна информираност на заинтересованите лица.

В институционален аспект, създаденият през 1998 г. Български форум на бизнес лидерите⁹ (БФБЛ) като филиал на Международния форум на бизнес лидерите цели да насърчава корпоративната социална отговорност на българските предприятия. На национално ниво БФЛБ осъществява целите си посредством осигуряване на награди за социално-отговорните фирми с различен мащаб и от различни сектори на българската икономика с инвестиции в области като: околната среда, човешкия капитал и условията на труд, обучението, маркетинга или дългосрочния обществен просперитет¹⁰. Според БФЛБ

³ Заинтересованите страни са лица или групи, върху които компанията въздейства пряко или лица или групи, които от своя страна могат да повлияят върху бизнеса на дружеството.

⁴ Вж. подр. Green paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility. Commission of the European Communities. Doc/01/9, Brussels. 2001, p. 9

⁵ Доклад за дейността и корпоративната социална отговорност на ЕИБ, 2008, с. 31

⁶ Вж. подр. Неделчев, М. Корпоративен имидж на търговските банки (1996–1997). Дискуссионни материали, ДР/21/2002, БНБ, 2002, с. 5

⁷ Пак там, с. 7

⁸ Национален Кодекс за корпоративно управление, Национална комисия по корпоративно управление, 2007, посл. изм. 2012 г., с. 3 (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

⁹ Вж. подр. <http://www.bblf.bg/initiatives/1/Responsible+Business+Awards>, (посл. влизане на 03.04.2015 г.)

¹⁰ Вж. Williamson, N., Stampe-Knippel, A., Weber, T. Corporate Social Responsibility. EU, 2014, p. 36

корпоративната социална отговорност се свързва с *приноса на бизнеса за екологичната, социалната и финансовата устойчивост, и която е част от по-всеобхватен управленски подход, целящ създаването на добавена стойност не само за организацията, но и за всички заинтересовани страни*¹¹.

2. Връзка между българското банково законодателство и корпоративната социална отговорност на банковите институции в Р България

Приемането на Р България в Европейската общност, глобализацията и сложните външни и вътрешно-икономически процеси след световната финансова криза от 2008 г. са обстоятелства, които карат българските банкови институции да възприемат по нов начин своето локално присъствие. Отношението на модерно мислещите банки към техните акционери, служители, клиенти, образователната система, културното наследство, екологията и спорта се променя чувствително през последните няколко години. Съвременната банкова култура и ценности водят до инвестиране на значителен паричен ресурс в значими за обществото и околната среда проекти и начинания.

Задълбоченият анализ на българското банково законодателство разкрива послания, които са характерни за смисъла и целите на корпоративното социално осигуряване. В тази връзка се прави преглед на нормативни актове, които сигнализират за ангажимент на банките към техните клиенти и обществото.

Съгласно разпоредбите на Закона за кредитните институции (ЗКИ) в Р България, търговските банки се създават като дружества с акционерна собственост, които набират публично влогове и на свой риск и за собствена сметка осъществяват мащабно кредитно финансиране¹². Същият нормативен акт допуска банките да извършват и други активности, които допълват горепосочените традиционни за кредитните институции дейности.

Анализирайки естеството на разрешените от Закона за кредитните институции действия, които банките изпълняват в случай, че те са записани в предоставения им лиценз, може да се направи извод, че дружествата приоритетно са ангажирани с набирането на качествен паричен ресурс и възможно най-голям принос от бизнеса с клиенти. Дейностите, изброени като позволени от Закона за кредитните институции са пряко свързани с основното занятие на банковите институции и не ги задължават пряко за допълнителна социална отговорност към обществото. Независимо от това, следвайки главния смисъл разпоредбите на ЗКИ, той въплъщава идеята за *благоразумна банкова система, която да защитава интересите на вложителите*¹³.

Друг законодателен акт, който има висока значимост за корпоративния имидж на кредитните институции и доверието в тях е Законът за гарантиране на влоговете в банките¹⁴ (ЗГВБ). Той осигурява защита върху лимитиран размер

¹¹ Вж. повече www.bblf.bg, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

¹² Вж. Закон за кредитните институции, обн., в ДВ от 2006 г., посл. изм. и доп., бр. 14 и 22 от 2015 г. (посл. влизане на 04.04.2015 г.)

¹³ Вж. чл. 1, ал. 1 от Закона за кредитните институции обн. в ДВ от 2006 г., посл. изм. и доп., бр. 14 и 22 от 2015 г. (посл. влизане на 04.04.2015 г.)

¹⁴ Вж. подр. Закон за гарантиране на влоговете в банките, обн., ДВ, бр. 49 от 1998 г., посл. изм. и доп., бр. 22 от 2015 г. (посл. влизане на 04.04.2015 г.)

паричен ресурс¹⁵, депозиран от клиент на търговска банка. Поради ограничената гаранция на ЗГВБ обаче, не може да се твърди, че чрез него банките изпълняват пълноценно социалната си отговорност към обществото.

Законът за мерките срещу изпирането на пари е нормативен акт, в който са предписани действия от страна на банките, с които предварително се цели да не се допуска изпиране на пари в рамките на българската финансова система¹⁶. Чрез този закон банките съгласуват отговорността си към поддържането на вътрешна стабилност на паричната система и към заобикалящите ги екзогенни процеси, в които участват държавата или други финансови посредници. Сходно значение има и Законът за мерките срещу финансиране на тероризма, който има за цел да не позволи на определени лица, бизнеса или колективи да извършват актове или трансфер на пари, насочени към осигуряване на финансови средства, подкрепящи тероризма¹⁷.

Предназначението на Закона за потребителския кредит е осигуряването на протекция на кредитоискателите чрез поставянето им пред равни условия при кандидатстването за потребителски кредит¹⁸. Другата основна цел на този закон е *насърчаване на отговорно поведение от страна на кредиторите при предоставяне на потребителски кредит*¹⁹.

Банковото законодателство само загатва за смисъла на корпоративната социална отговорност, но не дава предписания как социалната и екологичната загриженост на бизнеса може да се интегрира в бизнес структурите на банките. Нормативните актове създават единствено правни задължения при взаимодействието на търговските банки и техните клиенти или други заинтересовани страни. Смисълът на корпоративната социална отговорност обаче трябва да се търси не толкова в принуждаването на компаниите да действат благоразумно само при обслужването на собствените им клиенти, а по лична инициатива финансовите компании да проявяват отговорност към цялото общество и заобикалящата ги околна среда. Корпоративната социална отговорност на практика представлява спонтанно и безвъзмездно въздействие от страна на бизнес организацията върху климата и осигуряване на условия за социално развитие съвместно с повишаване на производителността и конкурентоспособността.

3. Съвременна практика и обхват от социални инициативи на банките в Р България

Въпреки че през последните години корпоративната социална отговорност се превръща в приоритет за целия банков сектор, челни места в интегрирането ѝ в бизнес организацията заемат най-големите български банки²⁰,

¹⁵ Има и вложения на лица, които са изключени от обхвата на Закона за гарантиране на влоговете в банките.

¹⁶ Вж. чл. 1 на Закона за мерките срещу изпирането на пари, обн., ДВ, бр. 85 от 1998 г., посл. изм., бр. 14 от 2015 г.

¹⁷ Вж. подр. Закон за мерките срещу финансиране на тероризма, обн., ДВ, бр. 16 от 2003, посл. изм. и доп., бр. 102 от 2012 г.

¹⁸ Вж. чл. 2 на Закона за потребителски кредит, обн., ДВ, бр. 18 от 2010 г., посл. изм. и доп., ДВ, бр. 35 и 61 от 2014 г.

¹⁹ Пак там.

²⁰ Вж. Разпределение на банките по групи към 28.02.2015 г. Разпределението се извършва от „Банков надзор“, http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/bs_201502_a0_bg.pdf

което е логично предвид мащаба и потенциала, които имат тези компании. (Вж. Таблица 1) Поради тази причина в анализа са включени следните кредитни институции: „Уникредит Булбанк“ АД, Банка „ДСК“ ЕАД, „Първа инвестиционна банка“ АД, „Обединена българска банка“ АД, „Райфайзенбанк (България)“ ЕАД и „Юробанк България“ АД.

Банката, притежаваща най-много активи към началото на март 2015 г. - „Уникредит Булбанк“ АД насочва своята корпоративна социална отговорност към три основни групи проекти – социални инициативи, проекти, насочени към защита на околната среда и персонална дарителска дейност от служителите на банката, която се подсилва с ангажимент от страна на Фондация „Уникредит“²¹. Банката е наградена два пъти (2010 г. и 2012 г.) през последните години за провежданата дарителска дейност от служителите на „Уникредит Булбанк“ АД и за инвестициите в подкрепа на екологията в страната. За социалната си дейност в партньорство с Българския червен кръст през учебната 2012/2013 г. „Уникредит Булбанк“ АД изготвя и специален отчет, отразяващ резултатите от инициативата за подкрепа на сираци, социално слаби домакинства и техния здравен статус.²²

Таблица 1

Дял на активите и печалбата на шестте най-големи банки в Р България (към 31.12.2014 г.)

БАНКА	АКТИВИ (% ОТ АКТИВИТЕ НА БАНКОВАТА СИСТЕМА)	ПЕЧАЛБА (% ОТ ПЕЧАЛБАТА НА БАНКОВАТА СИСТЕМА)
УНИКРЕДИТ БУЛБАНК	17,43	32,38
БАНКА ДСК	11,72	30,87
ПИБ	10,15	4,08
ОББ	7,72	10,21
ЮРОБАНК БЪЛГАРИЯ	7,22	1,54
РАЙФАЙЗЕНБАНК (БЪЛГАРИЯ)	7,02	6,21

Източник: БНБ и собствени изчисления, Баланс и отчет за доходите на банковата система и търговските банки²³

²¹ Вж. повече Дарителска програма за служители на банката, http://www.unicreditbulbank.bg/bg/About_the_Bank/CSR/Projects/index.htm, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²² Вж. подр. Отчет програма „Топъл обяд“, http://www.unicreditbulbank.bg/weblayout/groups/bulbankwebsite/documents/bbproductdocument/csr_report_lunch_bg.pdf, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²³ Вж. подр.

<http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIFinansReports/BSCIFRBankingSystem/index.htm?forYear=2015>, (посл. влизане на 22.04.2015 г.)

През 2008 г. Банка „ДСК“ ЕАД получава висока оценка в национална класация за успешно интегриране на корпоративната социална отговорност в дейността си като финансова институция. Компанията е определена като най-надеждна по отношение на корпоративната социална отговорност и заема първо място сред останалите дружества от финансовата система на страната²⁴. Банката първа публикува отчет за корпоративната социална отговорност и е отличена с награди за благотворителност и високи приноси при внедряването на зелени бизнес практики в рамките на Р България²⁵. Една от основните социални отговорности на Банка ДСК след 2008 г. се явява грижата за децата и партньорството ѝ със сдружението SOS Детски селища България.

„Първа инвестиционна банка“ АД и учреденият през 2005 г. **Фонд "Социална отговорност на ПИБ"** се подчиняват на Програмата на банката за прилагане на международно признатите стандарти за добро корпоративно управление²⁶. Фондът е доайен в рамките на българския банков сектор, който се ангажира с инициативи, подкрепящи деца, лишени от родителски грижи. „ПИБ“ АД стартира подкрепата си към спорта още в началото на 2006 г. след като за три години става основен спонсор на инициативите на Българския олимпийски комитет. Спонсорството на банката насочва значителен ресурс и към здравеопазването и културата. По отношение на околната среда, „Първа инвестиционна банка“ АД се стреми основно да съкрати плащанията на дружеството на разходи за електроенергия.

Спонсорството и корпоративната социална отговорност на „Обединена българска банка“ АД е насочена главно към сферите култура и изкуство, спорт и историческо наследство и наука. Сдружението „Обединени за милосърдие“, което съществува в рамките на ОББ извършва дейност посредством дарителски вноски на служители на банката, които през 2013 г. са на стойност над 55 хил. евро²⁷, а всички спонсорства и пари, отделени от кредитната институция за корпоративна социална отговорност за същата 2013 г., са в размер на 140 000 евро.

Корпоративната социална отговорност на „Райфайзенбанк (България)“ ЕАД се подчинява на Кодекса за поведение на групата РЦБ. Правилата, залегнали в Кодекса, са възгледи които се спазват от финансовата група и които се основават на идеите на Ф. В. Райфайзен за вливане на икономическите процеси в социална солидарност, самопомощ и устойчивост²⁸. Визията на корпоративната социална отговорност на „Райфайзенбанк (България)“ ЕАД се определя от принципи²⁹ като: принцип на неразединение на обществото на религиозна, социална или етническа основа; принцип на информационната

²⁴ Вж. подр. Отчет за корпоративна социална отговорност на Банка ДСК ЕАД за 2008 г., https://dskbank.bg/Page/default.aspx?xml_id=/bg-BG/About/reports/, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²⁵ https://dskbank.bg/Page/default.aspx?xml_id=/bg-BG/csr/events/, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²⁶ Вж. http://www.fibank.bg/uploads/_Investors/CorporateGovernance/docs/Corp_Governance.pdf, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²⁷ Вж. Годишен отчет на ОББ за 2013 г., с. 28, <http://www.ubb.bg/bg-BG/Report/278>, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²⁸ Вж. повече Кодекс за поведение на групата РЦБ (КЗП), с. 4 http://www.rbb.bg/media/filer_private/2012/10/05/code_of_conduct.pdf, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

²⁹ Вж. <http://www.rbb.bg/bg/about-us/corporate-social-responsibility/>, (посл. влизане на 06.04.2015 г.)

прозрачност; принцип на институционалността, който изключва от подкрепата частните лица; принцип на реинвестиране само в региони, в които банката е установила влияние. „Райфайзенбанк (България)“ ЕАД и нейните подразделения насочват своята корпоративна социална отговорност в общественополезни социални инициативи, здравеопазването, културното наследство, спорта и поддържането на добри отношения с Австрия.

Като важен член на ООН при осъществяването на инициативи, свързани със защитата на околната среда, „Юробанк България“ АД (Пощенска банка) има сериозни позиции в администрацията на Глобалния координационен комитет и Банковия комитет по проблемите на екосистемата³⁰. През 2008 г. Пощенска банка получава първо място за представянето си като инвеститор в околната среда³¹. Наградата се осигурява от Българския форум на бизнес лидерите (БФБЛ). Благодарение на усилията си и през 2009 г., 2010 г. и 2011 г. банката печели призови награди на национално и международно равнище за активната си дейност в областта на екологията.

В организационната структура на Пощенска банка има изградено специализирано звено „Околна среда и устойчиво развитие“, което е част от управление „Централни операции“ на Юробанк България АД. Неговото значение произтича от ангажиментите за мениджмънт и мониторинг върху политиката за опазване на околната среда³². Банката е една от малкото кредитни институции, които публикуват подробни годишни доклади за корпоративната социална отговорност в периода 2008–2012 г.



Фигура 1. Направления на корпоративната социална отговорност на банките в Р България

³⁰ Вж. <https://www.postbank.bg/>

³¹ Вж. Доклад за корпоративна социална отговорност на Пощенска банка за 2008, с. 42, <https://www.postbank.bg/repository/files/20090924%20CSR%20Report%20BG%20Final.pdf#>, (посл. влизане на 22.04.2015 г.)

³² Вж. подр. Доклад на Пощенска банка за финансовото състояние и устойчивото развитие 2012 г., с. 85 https://www.postbank.bg/repository/files/PB_Annual%20Report_2012_BG_Body_new.pdf, (посл. влизане на 22.04.2015 г.)

Нарастването на инвестициите в социалния подход създава очаквания за увеличаване на дългосрочния имидж и финансовия резултат на българските банки. На Фигура 1 са илюстрирани основните направления, в които търговските банки в Р България проявяват отговорност и инициативи по отношение на корпоративната социална отговорност:

- Защита на околната среда;
- Защита на човешките права;
- Подкрепа на здравеопазването;
- Насърчаване на предприемачеството;
- Стимулиране на интеграцията в местната общност.

Заклучение

Социалната отговорност на българските търговски банки не е изолирана от цялостното корпоративно управление на дружествата и се осъществява паралелно с тяхната основна дейност. Смесът на корпоративната социална отговорност е в проявата на загриженост от страна на банките както при реализацията на отношенията им с акционерите, служителите и клиентите, така и към манифестирането на висока степен на ангажираност към отделния индивид, обществото и околната среда. Без съмнение, статусът и потенциалът на българските банки имат значително отражение върху общото състояние на икономиката на Р България. Това налага отговорно поведение от страна на всички банки, опериращи в рамките на страната ни, въпреки че към настоящия момент представата за корпоративната социална отговорност в рамките на Р България се формира най-вече като следствие от инициативите, с които се ангажират големите банки и резултатите от техните проекти. Този факт изисква насърчаването на енергичността и подкрепата и от страна на банките с по-скромнен ресурс, за да се стимулира още повече конкурентоспособността и развитието на икономиката.

Използвана и цитирана литература:

1. Адамов, В. Управление на капиталите в търговската банка, АИ Ценов, Свищов, 2013.
2. Димитрова, Т. Банково обслужване на икономическите агенти. АИ Ценов, Свищов, 2015.
3. Неделчев, М. Корпоративен имидж на търговските банки (1996–1997). Дискуссионни материали, DP/21/2002, БНБ, 2002.
4. Mandl, I. The Interaction between Local Employment Development and Corporate Social Responsibility – Contract Reference No VC/2007/0559, Austrian Institute for SME Research, 2009.
5. Williamson, N., Stampe-Knippel, A., Weber, T. Corporate Social Responsibility. EU, 2014.
6. Green paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility. Commission of the European Communities. Doc/01/9, Brussels. 2001.
7. Доклад за дейността и корпоративната социална отговорност на Европейската инвестиционна банка, 2008.

8. Доклад за корпоративна социална отговорност на Пощенска банка за 2008,
<https://www.postbank.bg/repository/files/20090924%20CSR%20Report%20BG%20Final.pdf#>
9. Доклад на Пощенска банка за финансовото състояние и устойчивото развитие 2012 г.,
https://www.postbank.bg/repository/files/PB_Annual%20Report_2012_BG_Body_new.pdf
10. Закон за гарантиране на влоговете в банките, обн. в ДВ, бр. 49 от 1998 г., посл. изм. и доп., бр. 22 от 2015 г.
11. Закон за кредитните институции, обн. в ДВ от 2006 г., посл. изм. и доп. бр. 14 и 22 от 2015 г.
12. Закон за мерките срещу изпирането на пари, обн., ДВ, бр. 85 от 1998 г., посл. изм., бр. 14 от 2015 г.
13. Закон за мерките срещу финансиране на тероризма, обн., ДВ, бр. 16 от 2003, посл. изм. и доп., бр. 102 от 2012 г.
14. Кодекс за поведение на групата РЦБ (КЗП), с. 4
http://www.rbb.bg/media/filer_private/2012/10/05/code_of_conduct.pdf.
15. Национален Кодекс за корпоративно управление, Национална комисия по корпоративно управление, 2007, посл. изм. 2012 г.
16. Отчет за КСО на Банка „ДСК“ ЕАД за 2008 г.,
https://dskbank.bg/Page/default.aspx?xml_id=/bg-BG/About/reports/.
17. Отчет програма „Топъл обяд“,
http://www.unicreditbulbank.bg/weblayout/groups/bulbankwebsite/documents/bbproductdocument/csr_report_lunch_bg.pdf.
18. Разпределение на банките по групи към 31 декември 2014 г.,
http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/bs_201502_a0_bg.pdf
19. Стратегия за корпоративна социална отговорност 2009–2013 г. Министерство на труда и социалната политика, София, 2009.
20. www.bblf.bg
21. www.bnb.bg
22. www.dskbank.bg
23. www.fibank.bg
24. www.postbank.bg
25. www.rbb.bg/bg
26. www.ubb.bg
27. www.unicreditbulbank.bg