

რეზიუმე

მოსახლეობის ფინანსური განათლების ამაღლების საკითხი მრავალ ქვეყანაში განიხილება როგორც ფინანსური მომსახურების მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უფრო ფართო პრობლემის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილი. საკითხის აქტუალურობიდან გამომდინარე, მრავალ ქვეყანაში უკვე გადაიდგა კონკრეტული ნაბიჯები ამ კუთხით, მათ შორის საქართველოშიც.

სტატიის მიზანია, მოკლედ მიმოიხილოს ფინანსური განათლების, როგორც მომხმარებელთა დაცვის შემადგენელი ძირითადი ნაწილის კუთხით არსებული პრობლემები და ამ პრობლემების გადაწყვეტის შესაძლო გზები. სტატიის პირველ ნაწილში განხილულია ის პრობლემები, რომლებსაც თანამედროვე მომხმარებელი ეჯახება ფინანსური პროდუქტების გამოყენების დროს. აღნიშნული მოიცავს პროდუქტების გამჭვირვალობისა და ფინანსური განათლების დაბალ დონეს. სტატიაში ასევე განხილულია ფინანსური პირამიდის თაღლითური სქემა, რომელიც პირველ რიგში ფინანსური განათლების დაბალი დონის მქონე მომხმარებლებს აზარალებს. შესაბამისად, აღნიშნული პრობლემები პირდაპირ აისახება მომხმარებელთა ფინანსურ კეთილდღეობაზე. სტატიაში ასევე განხილულია ზემოხსენებულ პრობლემებთან ბრძოლის გზები. სწორედ განათლება, მათ შორის ფინანსური, ის უმთავრესი იარაღია, რომელიც ინოვაციებისა და სწრაფი ცვლილებების ეპოქაში ადამიანებს საშუალებას მისცემს მიიღონ ეფექტიანი და მათი ფინანსური კეთილდღეობის განმსაზღვრელი გადაწყვეტილებები.

საკვანძო სიტყვები: პროდუქტების გამჭვირვალობა, ფინანსური პირამიდები, ფინანსური განათლება, ფინანსური შესაძლებლობა

Customer Features relations with Commercial Banks

Summary

The question of raising the financial education of the population in many countries is considered as one of the component part of the wider problem of consumers' right protection of financial services. Out of the actuality of the problem many countries have taken concrete steps in this regard, including Georgia.

The aim of the article is short review of the problems of financial education, as the main component part of consumers' protection and possible ways of solving these problems. In the first part of the article is discussed the problems, faced by the modern consumers' during the use of financial products. This includes the low level of the transparence of the products and financial education. In the article is also discussed the fraud scheme of pyramid, which harms the consumers with low level of financial education at the first time. Accordingly, the mentioned problem directly reflects on consumers' financial well-being. In the article is also discussed combating ways of the mentioned problems. Education, including financial education is the main weapon which gives people the opportunity to make effective and financial well-being decision in epoch of innovation and fast changes.

Keywords: Transparency products, Financial pyramids, Financial Education, Financial capability

* * * * *

ბოლო წლებში, განსაკუთრებით ფინანსური და ეკონომიკური კრიზისის შემდეგ, მრავალი ქვეყნის მთავრობებს უფროდაუფრო ანუხებთ თავიანთი მოქალაქეების ფინანსური განათლების დონე. აღნიშნული საკითხი აქტუალურია როგორც განვითარებულ, ასევე განვითარებად ბაზრებზე. ფინანსური განათლების ამაღლების საკითხი მრავალ ქვეყანაში განიხილება როგორც ფინანსური მომსახურების მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უფრო ფართო პრობლემის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილი. საკითხის აქტუალურობიდან გამომდინარე, მრავალ ქვეყანაში უკვე გადაიდგა კონკრეტული ნაბიჯები ამ კუთხით, მათ შორის საქართველოშიც. ფინანსური განათლებისადმი მზარდ ინტერესს მსოფლიოს ნაკლებად მდიდარ ნაწილში აქვს სხვადასხვა მამოძრავებელი მოტივი, რომელთაგან სამი უმთავრესია: ფინანსური განათლების დაბალი დონე; ფინანსური ხელმისაწვდომობისა და გამოყენების დაბალი დონე; და იმის აღიარება, რომ ფინანსები ინოვაციისა და ზრდის კრიტიკული ელემენტია ფინანსური სფეროს,

განსაკუთრებით საცალო სეგმენტის მომხმარებელთა დაცვის პრობლემა შედარებით ახალია და წინა წლებში ნაკლებად იდგა დღის წესრიგში, როგორც განვითარებულ, ასევე განვითარებად ბაზრებზე. საქართველოში აღნიშნულის ძირითადი მიზეზი, საფინანსო ბაზარზე ნაკლები ხელმისაწვდომობაა, რაც ძირითადად კორპორატიული სექტორის დომინირებით და, შესაბამისად, საფინანსო კულტურის დაბალი დონით გამოიხატებოდა. თუმცა, სწრაფმა გლობალურმა, მათ შორის ტექნოლოგიურმა ცვლილებებმა, საფინანსო სექტორი მეტად ხელმისაწვდომი გახადა საცალო მომხმარებლებისთვისაც, აქტიურად იზრდება საცალო საფინანსო სექტორი განსაკუთრებით განვითარებად ბაზრებზე. სექტორის ზრდის, ინოვაციური პროდუქტების დანერგვისა და მათი კომპლექსურობის, ასევე ხელმისაწვდომობის ზრდასთან ერთად, იმატა ბაზრის ჩავარდნის რისკმაც. შესაბამისად, დღის წესრიგში დგება აღნიშნულ ჩავარდნებთან ბრძოლის გზების ძიება და მათი განხორციელება. სტატიის მიზანია, მოკლედ მიმოიხილოს ფინანსური განათლების, როგორც მომხმარებელთა დაცვის შემადგენელი ძირითადი ნაწილის კუთხით არსებული პრობლემები და ამ პრობლემების გადაწყვეტის შესაძლო გზები. სტატიის პირველ ნაწილში განხილულია ის პრობლემები, რომლებსაც თანამედროვე მომხმარებელი ეჯახება ფინანსური პროდუქტების გამოყენების დროს. აღნიშნული მოიცავს პროდუქტების გამჭვირვალობისა და ფინანსური განათლების დაბალ დონეს. სტატიაში ასევე განხილულია ფინანსური პირამიდის თაღლითური სქემა, რომელიც პირველ რიგში ფინანსური განათლების დაბალი დონის მქონე მომხმარებლებს აზარალებს. შესაბამისად, აღნიშნული პრობლემები პირდაპირ აისახება მომხმარებელთა ფინანსურ კეთილდღეობაზე.

ფინანსური განათლების დაბალი დონის ნეგატიური გავლენა მომხმარებლების ფინანსურ მდგომარეობაზე

დღეისათვის ფინანსური განათლების მაღალი დონე მთელს მსოფლიოში მიჩნეულია ეკონომიკური და ფინანსური სტაბილურობისა და განვითარების მნიშვნელოვან ელემენტად. გარდა ფინანსური და ეკონომიკური კრიზისისა, არის რამდენიმე ფაქტორი, რომლებიც ზურგს უმაგრებენ ფინანსური განათლებისადმი მზარდ გლობალურ ინტერესს:

- მზარდი ინდივიდუალური პასუხისმგებლობა-ბაზარსა და ზოგადად ეკონომიკაში ცვლილებების კვალდაკვალ იზრდება მომხმარებელთა მიერ მიღებული გადაწყვეტილებების რაოდენობა და, შესაბამისად, მათ მიერ ინდივიდუალურ დონეზე აღებული პასუხისმგებლობა (OECD, 2012). აღნიშნულის გამომწვევი ფაქტორები სიცოცხლის მზარდი ხანგრძლივობაა, პირადი და ოჯახის სამედიცინო ხარჯების დაფინანსება, მზარდი ხარჯები განათლებისთვის, ფინანსური პროდუქტების გამოყენება და ა.შ. ფინანსური განათლების მაღალი დონე აუცილებელია ინფორმირებული და, შესაბამისად, პასუხისმგებლიანი გადაწყვეტილებების მისაღებად.

- ფინანსური პროდუქტებისა და მომსახურების მზარდი ფართო არჩევანი – ფინანსური შუამავლების მიერ სხვადასხვა არხით შეთავაზებული უამრავი პროდუქტი, რომლებიც უფროდაუფრო კომპლექსური ხდება, აიძულებს მომხმარებლებს არჩევანის გასაკეთებლად ერთმანეთს შეადარონ ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა საკომისიო, საპროცენტო განაკვეთი, ვადა და რისკის დონე. მათ ასევე უწევთ უშუალოდ მომწოდებლებიდან მათთვის ყველაზე ხელსაყრელის არჩევა. ტექნოლოგიების განვითარება ფინანსურ პროდუქტებს უფრო ხელმისაწვდომს ხდის და აუმაღლებს ფინანსურ ჩართულობას.

- მზარდი მოთხოვნა ფინანსურ პროდუქტებსა დამომსახურებაზე – ეკონომიკურმა და ტექნოლოგიურმა განვითარებამ მასობრივი ცვლილებები გამოიწვია კომუნიკაციასა და ფინანსურ ტრანზაქციებში. შესაბამისად, სოციალურ ურთიერთობებსა და მომხმარებლის ქცევაში. მომხმარებლები სულ უფრო ხშირად იყენებენ ფინანსურ მომსახურებას ელექტრონული არხებით ხელფასის მისაღებად, გადარიცხვებისათვის, კომუნალური გადასახდელების გადასახდელად, ონლაინ ტრანზაქციებისთვის და ა.შ. ვისაც ხელი არ მიუწვდება მსგავს მომსახურებაზე, მას უფრო მეტის გადახდა უწევს ფულად ოპერაციებში. ზემოხსენებული ტენდენციების გათვალისწინებით პასუხისმგებლობა ძირითად ფინანსურ გადაწყვეტილებებზე მომხმარებლებზე გადადის. ამასთანავე, იზრდება შეთავაზებების რაოდენობა და მათი კომპლექსურობა. შესაბამისად, მომხმარებლები უნდა იყვნენ ფინანსურად უფრო განათლებულები, რათა დაიცვან საკუთარი ინტერესები და ფინანსური კეთილდღეობა. ფინანსური პროდუქტების გამჭვირვალობის დაბალი დონე ნეგატიურ გავლენას ახდენს მომხმარებელთა, განსაკუთრებით კი გამოუცდელ მომხმარებელთა ფინანსურ კეთილდღეობაზე. კერძოდ, იზრდება მომხმარებლების მიერ საკუთარ თავზე ისეთი ვალდებულებების აღების რისკი, რომლის შესრულებაც გართულებულია, ზოგჯერ კი შეუძლებელიც.

აღნიშნულის გარდა, ფინანსური ინსტიტუტების შესაძლო არაკეთილსინდისიერი და პროდუქტების გაყიდვაზე ორიენტირებული ქცევის პირობებში იზრდება მომხმარებლების გადატვირთვა პროდუქტებით. ფინანსური ინსტიტუტები ხშირად იყენებენ ე.წ. პაკეტურ შეთავაზებებს, რაც გულისხმობს მომხმარებლისთვის ერთზე მეტი პროდუქტის შეთავაზებას სპეციალურ ფასად – რამდენიმე პროდუქტის ერთდროულად შეძენის შემთხვევაში მომხმარებელი იხდის იმაზე ნაკლებ საკომისიოს, ვიდრე გადაიხდიდა აღნიშნული პროდუქტების ცალ-ცალკე შეძენისას.

თუმცა, საყურადღებოა, რომ მსგავსი შეთავაზებისას, უმეტესწილად, ფასს განსაზღვრავს პროდუქტების რაოდენობა და მათი შეძენის, და არა სარგებლობის ფაქტი. შესაბამისად, „ნაკლები ფასით“ მოზიდული მომხმარებელი ყიდულობს რამდენიმე პროდუქტს, რომელთაგან შესაძლოა რეალურად მხოლოდ ერთი სჭირდებოდეს. აღნიშნულის მიზეზი

ასევე შეიძლება იყოს ფინანსური ინსტიტუტების მიერ გაყიდული პროდუქტების რაოდენობაზე ორიენტირებული თანამშრომელთა ნახალისების სისტემა. მართალია ხშირ შემთხვევაში, პაკეტური შეთავაზების დროს ფინანსური ინსტიტუტი ყიდის საბაზისო პროდუქტებს, რომელთა ფასი შედარებით დაბალია და, შესაძლოა, არამატერიალური იყოს. თუმცა, დროთა განმავლობაში დაგროვებული საკომისიოს გადახდა, შესაძლოა, მომხმარებლისათვის გართულებდეს. მომხმარებელთა ფინანსური განათლებისა და პროდუქტების გამჭვირვალობის დაბალი დონე, შესაძლოა ე.წ. დეფოლტის, იგივე მომხმარებლის მიერ ნაკისრი ვალდებულებების შეუსრულებლობის მიზეზიც გახდეს. აღნიშნული უარყოფითად მოქმედებს როგორც ფინანსური ინსტიტუტის ფინანსურ მდგომარეობაზე ვადაგადაცდილებული და/ან უმოქმედო სესხების მზარდი წილით მთლიან საკრედიტო პორტფელში, ასევე, უშუალოდ მომხმარებლის ფინანსურ კეთილდღეობაზე. ფინანსური განათლების დაბალი დონის პირობებში არსებობს სხვადასხვა სახის თაღლითური სქემების წარმოშობის საფრთხე.

პრობლემის გადაწყვეტის გზები

მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ჩარჩო მოიცავს სამ ძირითად მიმართულებას: ფინანსური პროდუქტების გამჭვირვალობისა და მომხმარებელთა ფინანსური განათლების დონის ამაღლების უზრუნველყოფასა და რეგულირებას. ფინანსური პროდუქტების გამჭვირვალობა უზრუნველყოფს მომხმარებლის მიერ პროდუქტის მახასიათებლებისა და შესაბამისად მასთან ასოცირებული რისკების გაანალიზებას, ასევე სხვადასხვა ფინანსური მომსახურების მიმწოდებლების მიერ შეთავაზებული მსგავსი პროდუქტების შედარებას, რაც ინფორმირებული და პასუხისმგებელია, ასევე მომხმარებლისთვის ფინანსურად მაქსიმალურად ხელსაყრელი გადაწყვეტილების მიღების წინაპირობაა. თუმცა, ფინანსური პროდუქტების გამჭვირვალობის პირობებშიც კი შესაბამისი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების არქონის გამო, მომხმარებელმა შესაძლოა ვერ შეძლოს რისკების იდენტიფიცირება და მიიღოს ისეთი გადაწყვეტილება, რომელიც უარყოფითად აისახება მის ფინანსურ კეთილდღეობაზე. შესაბამისად, ფინანსური განათლების დონის ამაღლების გარეშე პროდუქტების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფამ, შესაძლოა, სასურველი შედეგი ვერ გამოიღოს. აღსანიშნავია, რომ ზემოხსენებული ორივე კომპონენტის უზრუნველყოფის პირობებშიც კი მომხმარებელმა, შესაძლოა, ვერ გაითვალისწინოს მეორადი ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახდენს ფინანსური გადაწყვეტილებების შედეგებზე. მაგალითად, პროდუქტით სარგებლობასთან დაკავშირებული დამატებითი საკომისიოები, ხელშეკრულების პირობების დარღვევისათვის და/ან წინასწარ შეწყვეტისათვის გათვალისწინებული საჯარიმო სანქციები და პირგასამტეხლოები, ხელშეკრულების პირობების ფინანსური შუამავლის

მიერ ცალმხრივად ცვლილების შესაძლებლობა და ასეთი ცვლილების განხორციელების შემთხვევაში დამატებითი ტვირთი და ა.შ. აღნიშნული პრობლემა განსაკუთრებით აქტუალურია საცალო ფინანსური ბაზრისათვის, სადაც მომხმარებლის მიერ მცირე ზომის პროდუქტის დეტალური შესწავლა ხარჯების გამო არ არის ეფექტიანი. შესაბამისად, მომხმარებლის ქცევა არ არის ოპტიმალური, რადგან მის მიერ შეიძლება უგულვებელყოფილ იქნას ისეთი ფაქტორები, რომელთა რეალიზაციის ალბათობა დაბალია. ფინანსური ინსტიტუტებისათვის ინდივიდუალურად ოპტიმალური ქცევაა მოახდინონ ამ ფაქტორებზე მაქსიმალურად მათთვის ხელსაყრელი პირობების დადგენა. აღნიშნული მოვლენის დადგომისას მომხმარებელი მარტო რჩება ფინანსური ინსტიტუტის წინაშე, სადაც სამართლიანი საბაზრო პრინციპების გამოყენება ვერ ხერხდება. შედეგად, ბაზარი ვერ აღწევს რესურსების ეფექტიან განაწილებას, ეს შესაძლებელია განხილულ იქნას როგორც რეგულირების რაციონალიზაციის წინაპირობა. რეგულირებას შეუძლია მოახდინოს აღნიშნული ხარჯების შემცირება მეორადი ფაქტორების სტანდარტიზირებისა და დაბალი ალბათობების მქონე მოვლენის დადგომის დროს, ფინანსური ინსტიტუტის უფრო სამართლიანი ქცევის ნახალისებით. CGAP-ის მიერ 2012 წელს ჩატარდა კვლევა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მარეგულირებელი ჩარჩოს შესახებ ევროპისა და ცენტრალური აზიის ქვეყნებში: აზერბაიჯანი, ალბანეთი, ბოსნია, კოსოვო, მაკედონია, რუსეთი, საქართველო, სერბეთი, სომხეთი, ტაჯიკეთი, ყაზახეთი და ყირგიზეთი. ამ ქვეყნებიდან თითოეულს აქვს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკუთარი მარეგულირებელი ნორმატიული ჩარჩო კანონებისა და რეგულაციების სახით, რომლებიც ეფუძნება მომხმარებელთა დაცვის ისეთ ფუნდამენტურ პრინციპებს, როგორებიცაა გამჭვირვალობა და ინფორმაციის გამჟღავნება, სამართლიანი მოპყრობა, დავების გადაწყვეტის მექანიზმების ხელმისაწვდომობა. აღნიშნული რეგულაციების აღსრულებას ძირითადად ახორციელებენ ცენტრალური ბანკები ან ფინანსური სფეროს საზედამხედველო ორგანოები. ზოგჯერ იქმნება სპეციალური განყოფილება, რომელიც პასუხისმგებელია მომხმარებელთა უფლებების დაცვაზე (საქართველო, სომხეთი, აზერბაიჯანი, სერბეთი).

ფინანსური განათლების ეროვნული სტრატეგია

დღეისათვის მრავალი ქვეყანა ახორციელებს ფინანსური განათლების დონის ამაღლებისაკენ მიმართულ პროექტებს, რაც, უმეტესწილად, გამოიხატება ფინანსური განათლების ეროვნული სტრატეგიის შემუშავებაში. აღსანიშნავია, რომ ეროვნული სტრატეგიის შემუშავების საჭიროება ხშირად წყვილდება მომხმარებელთა ფინანსური დაცვისა და ფინანსური ჩართულობის ზომებთან. 36 ქვეყანა გარკვეულწილად უკვე მუშაობს ეროვნული სტრატეგიის შემუშავებაზე და ინტერესი ამგვარი წამოწყებებისადმი მზარდია საერთაშორისო დონეზე. თუმ-

ცა, აღნიშნული ინიციატივები შედარებით ახალი ხილია და შეიმჩნევა ქვეყნების მიერ გამოყენებული მიდგომებისა და მიზნების, სამუშაო ჩარჩოსა და ეროვნული სტრატეგიების განხორციელების შედარებითი ანალიზის ნაკლებობა. ეროვნული სტრატეგია განიმარტება, როგორც ფინანსური განათლებისადმი კოორდინირებული მიდგომა ეროვნულ დონეზე, რომელიც შედგება ადაპტირებული ჩარჩოსაგან, ან პროგრამისაგან, რომელიც:

- აღიარებს ფინანსური განათლების მნიშვნელოვნებას და აყალიბებს მის შინაარსსა და მოქმედების სფეროს ეროვნულ დონეზე შესაბამისი საჭიროებებისა და ნაკლოვანებების გათვალისწინებით;
- მოიცავს სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობასა და ეროვნულ დონეზე ლიდერის ან მაკოორდინირებელი ორგანოს იდენტიფიცირებას;
- აყალიბებს სახელმძღვანელოს/გზამკვლევის წინასწარ განსაზღვრული მიზნების კონკრეტულ პერიოდში მიღწევის მიზნით;
- ხელმძღვანელობს აღნიშნული სახელმძღვანელოსა და ინდივიდუალური პროგრამების ერთმანეთთან თანხვედრის პროცესს ეროვნული პროგრამის ეფექტიანად განხორციელების ხელშეწყობის მიზნით.

დასკვნა

მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკითხი, მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ერთ-ერთი პრიორიტეტულია ფინანსური მარეგულირებლებისა და საზედამხებელო ორგანოების დღის წესრიგში. ფინანსური პროდუქტების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფისა და შესაბამისი მარეგულირებელი ჩარჩოს პარალელურად, მომხმარებელთა და ზოგადად საზოგადოების ფინანსური განათლების დონის ამაღლება მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ძირითადი კომპონენტია. აღნიშნული მომხმარებელთა ფინანსური კეთილდღეობის, ინოვაციისა და ზოგადად ფინანსური ბაზრის განვითარების წინაპირობაა. შესაბამისად, მომხმარებელთა დაცვისა და ფინანსური განათლების დონის ამაღლებისაკენ მიმართული ღონისძიებები სულ უფრო პოპულარული ხდება მსოფლიოს მასშტაბით. ამ მხრივ, არც საქართველო წარმოადგენს გამონაკლისს. თუმცა, ამჟამად არსებული საკანონმდებლო ჩარჩო და ფინანსური განათლების ამაღლებისაკენ გადადგმული ნაბიჯები არ იძლევა ფინანსური მომსახურების მომხმარებელთა მაქსიმალური დაცვის საშუალებას. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიზნით, შექმნილი საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო ძირითადად მიმართულია მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდებაზე. თუმცა, შესაბამისი და სათანადო ინფორმაციის ფლობის პირობებშიც კი არ არსებობს იმის გარანტია, რომ აღნიშნულ ინფორმაციას მომხმარებელი სწორად გამოიყენებს და მიიღებს ეფექტიანი ფინანსურ გადაწყვეტილებებს.

შესაბამისად, ქვეყანაში უნდა გაძლიერდეს მოსახლეობის ფინანსური განათლების დონის ამაღლებისაკენ მიმართული ქმედითი ნაბიჯები. უნდა შემუშავდეს და შემდგომში განხორციელდეს ფინანსური განათლების ეროვნული სტრატეგია. სწორედ განათლება, მათ შორის ფინანსური, ის უმთავრესი იარაღია, რომელიც ინოვაციებისა და სწრაფი ცვლილებების ეპოქაში ადამიანებს საშუალებას მისცემს მიიღონ ეფექტიანი და მათი ფინანსური კეთილდღეობის განმსაზღვრელი გადაწყვეტილებები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Atkinson, A. and F. Messy, (2011) Assessing Financial Literacy in 12 Countries, an OECD Pilot Exercise <http://www.financialliteracyfocus.org/files/FLatDocs/OECD%20paper.pdf>
2. CGAP, Financial Consumer Protection Regulation in Europe/Central Asia, 31 July 2012. Available at <http://www.cgap.org/news/financial-consumer-protection-regulation-europecentral-asia>
3. Clements Len, Pyramid, Ponzi, and Investigation Schemes: Is One Hiding Behind your MLM Program? 1997 <http://www.marketwaveinc.com/viewarticle.asp?id=45>
4. Competition and Consumer Act 2010 - Schedule 2, The Australian Consumer Law, http://www.austlii.edu.au/au/legis/cth/consol_act/caca2010265/sch2.html
5. Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on Credit Agreements for Consumers and Repealing Council Directive 87/102/EEC, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0066:EN:PDF>
7. Holzmann Robert, Bringing Financial Literacy and Education to Low and Middle Income Countries: The Need to Review, Adjust, and Extend Current Wisdom, July 2010 <http://siteresources.worldbank.org/SOCIALPROTECTION/Resources/SP-Discussion-papers/Social-Protection-General-DP/1007.pdf>
8. OECD, G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection, <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-markets/48892010.pdf>
9. OECD, PISA 2012 Financial Literacy Assessment Framework, April 2012 <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf>
10. მანანა ვარდიშვილი, პირამიდების ხიბლი და ტრაგედია, ჟურნალი „ლიბერალი“, ივლისი 2013, #144 <http://www.liberali.ge/ge/liberali/articles/115525/>
11. საქართველოს ეროვნული ბანკი, განცხადება, 2013 წლის 18 თებერვალი, <http://nbg.gov.ge/index.php?m=339&n&newsid=2075&lng=geo>