

## МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА І ЗМІНИ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

УДК 339.722:338.12

### ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО РИНКУ ЗОЛОТА

Абрамович І.А., к.е.н.

*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет*

Стаття присвячена актуальним питанням формування та розвитку концепції глобального маркетингу. На основі узагальнення сучасних тенденцій розвитку глобального маркетингу проаналізовано стан сучасного світового ринку золота. Виокремлено п'ять ключових факторів, які сприяли росту ціни на золото на світовому ринку. Стверджується, що ці фактори будуть продовжувати підтримувати стійкий інтерес до золота як інвестиції, так і попит центральних банків в найближчі квартали. Розглянуті офіційні власники світових золотих запасів, які прямо чи опосередковано здійснюють вплив на попит та пропозицію на сучасному світовому ринку золота. Ринок золота пережив різні структурні зрушення, які в останні десятиліття були однаково актуальні як для попиту і пропозиції золота, так і для прибутковості золота як активу. Виділені фактори, які стимулюють підвищення попиту за золото. Невідворотність розвитку глобалізації робить глобальну орієнтацію в маркетингу перспективною, що вимагає постійної адаптації стратегічних і тактичних кроків менеджменту до умов, що швидко змінюються. А найбільш вагомим фактором таких швидких змін на сьогодні залишається глобалізація.

**Ключові слова:** глобальний маркетинг, ринок золота, попит, пропозиція, аналіз маркетингові дослідження, маркетингова стратегія

UDC 339.722:338.12

### DEVELOPMENT TRENDS OF GLOBAL MARKETING IN THE PRESENT WORLD GOLD MARKET

Abramovich I.A., PhD in Economics

*Dnipropetrovsk state agrarian-economic university*

The article is devoted to topical issues of formation and development of the concept of global marketing. On the basis of generalization of modern trends in global marketing it is analyzed the current state of the world's gold market. Five key factors are identified that contributed to the increase in gold prices on the world market. It is argued that these factors will continue to maintain a steady interest in gold investment and Central Bank demand in the coming quarters. The official owners of the world's

gold reserves are considered which directly or indirectly influence the demand and offer on world gold market. The gold market has experienced many structural changes, which in recent decades has been equally relevant for both the demand and supply of gold and the yield of gold as an asset. The factors that stimulate increased demand for gold are distinguished. The inevitability of globalization makes the global orientation of marketing in perspective, which requires constant adaptation of strategic and tactical steps of management to conditions that change rapidly. And the most important factor of such rapid changes today is globalization.

**Keywords:** global marketing, gold market, demand, supply, analysis, marketing research, marketing strategy.

**Актуальність проблеми.** Глибокі структурні зрушення у глобальній економіці торкаються практично будь-якої сфери підприємницької діяльності. Такі зміни зумовлені тим, що нагромадження якісних зрушень у сфері міжнародної економіки на макрорівні під впливом розвитку міжнародного бізнесу призвели до інтеграції та, певною мірою, уніфікації міжнародного й національного комерційного, маркетингового та споживчого простору. Зростаюча роль золота в умовах нестабільності світової фінансової системи, інтегративна природа ринку золота обумовлюють необхідність поглиблення аналізу його сутності з виявленням сучасних характерних особливостей, чітким позиціонуванням у глобальній ринковій системі та визначенням перспектив розвитку в процесі фінансової глобалізації.

Кон'юнктурі сучасного світового ринку золота притаманні характерні властивості, риси та особливості формування і розвитку, які мають бути визначені та систематизовані для обґрунтованого її прогнозування. При цьому принципово важливими є теоретичні дослідження та практичний моніторинг умов, факторів та параметрів кон'юнктурних коливань ціни на золото. Все це підтверджує актуальність теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Еволюцію маркетингової концепції науковці та фахівці досліджували в різні часи та пропонували власні періодизації та визначення основних категорій. Добре відомі класичні маркетингові праці таких дослідників, як Ф. Котлер, І. Ансофф, Дж. Еванс, Б. Берман, П. Дракер, Дж. Ховард, Дж. Шет, С. Леві, Е. Райс, Дж. Траут, та пізніші наукові здобутки Г. Багієва, В.Черенкова, Т. Циганкової, Н. Демчук. В цих роботах

пропонується глибока та детальна періодизація етапів розвитку маркетингової теорії і визначаються основні характеристики кожного.

Проте постійні трансформації міжнародного бізнес-середовища під впливом факторів економічної турбулентності зумовлюють і визначають нові особливості сучасної концепції глобального маркетингу, що потребує подальших досліджень.

**Мета статті** - визначення сучасних тенденцій розвитку глобального маркетингу на прикладі світового ринку золота.

**Виклад основного матеріалу.** З глобалізації випливає принциповий наслідок для бізнесу — посилення конкуренції, оскільки в основі розвитку процесів глобалізації як такої покладено принцип ринкової економіки. Глобалізація загострює цю тенденцію, перетворюючи на ситуацію, коли «кордони» між національним (внутрішнім) ринком та міжнародним зникають. Формується єдиний глобальний ринок. Як наслідок конкуренція переноситься на всі цільові ринки незалежно від того, розміщені вони закордоном чи на внутрішньому ринку.

У світлі цього глобалізація створює подвійні передумови для виникнення глобального маркетингу:

а) розробка та реалізація стратегії глобальної конкуренції відповідно до маркетингового потенціалу;

б) орієнтація на глобальний ринок як цільовий сегмент, який достатньо однорідний в розрізі країн та регіонів, що вимагає застосування стандартизованого інструментарію маркетингового впливу на споживачів у всьому світі.

Потрібно чітко розмежовувати категорії «міжнародний» та «глобальний» маркетинг. Перший стосується маркетингового забезпечення та процесу супроводження виведення і просування товарів на зовнішніх ринках, тоді як другий стосується маркетингового забезпечення глобального бізнесу, тобто бізнесу на єдиному глобальному ринку у світових масштабах. Так само, якщо міжнародний маркетинг, щоб бути успішним, має враховувати специфіку зовнішнього ринку, на який виводиться товар, то глобальний маркетинг розглядає увесь ринок як потенційну цільову аудиторію, нехтуючи специфікою окремого ринку.

Серед визначень глобального маркетингу найчастіше зустрічаються такі. Глобальний маркетинг — це маркетинг, заснований на інтеграції чи стандартизації маркетингової діяльності на різних географічних ринках. Глобальний маркетинг — це діяльність компаній з орієнтацією на глобальний ринок, потреби якого можна задовольнити стандартизованим товаром, використовуючи подібні маркетингові інструменти.

Світовий ринок золота має три основних сегменти: споживачі (ювелірні вироби і техніка), інвестори (злитки, монети і золоте забезпечення фінансових продуктів) і центральні банки. Питання їх питомої ваги та впливу на попит і пропозицію золота є складними і вимагають ретельних досліджень. Ціна на золото в четвертому кварталі 2016 року зросла на 17% у доларовому вираженні [8, 9]. Це - найкращий показник за останні три десятиліття, який значно випереджає інші основні фондові і товарні індекси облігацій.

Такому росту ціни на золото на світовому ринку, на наш погляд, сприяло п'ять ключових факторів:

- 1) можливість економічного зростання і фінансової стабільності ринків, що розвиваються;
- 2) перерва в зростанні долара США;
- 3) введення від'ємних процентних ставок провідних світових центральних банків;
- 4) повернення незадоволеного інвестиційного попиту на золото;
- 5) ціна золота на даний час.

*Таблиця 1 - Основні зміни попиту і пропозиції золота у 4-му кварталі 2015 року, тонн*

| Попит і пропозиція на світовому ринку золота | Зміна в порівнянні з попереднім роком |     | Зміна в порівнянні з останнім кварталом |    |
|----------------------------------------------|---------------------------------------|-----|-----------------------------------------|----|
|                                              | ↑                                     | ↓   | →                                       | ←  |
| Попит на золото                              | ↑                                     | 4   | →                                       | 0  |
| Ювелірні вироби                              | ↓                                     | -1  | ↓                                       | -3 |
| Технології                                   | ↓                                     | -7  | ↓                                       | -5 |
| Інвестиції                                   | ↑                                     | 15  | ↑                                       | 8  |
| Центральні банки та інші інститути           | ↑                                     | 25  | ↑                                       | 1  |
| Пропозиція                                   | ↓                                     | -10 | ↓                                       | -4 |

*Джерело: складено автором по даним [9, 10].*

Ми вважаємо, що ці фактори будуть продовжувати підтримувати стійкий інтерес до золота як інвестиції, так і попит центральних банків в найближчі квартали. У поєднанні з аналізом минулих циклів ринків

«биків-ведмедів», це говорить про те, що ми, можливо, вступаємо в новий «бичачий» ринок золота.

В таблиці 1 розглянемо основні зміни попиту і пропозиції золота у 4-му кварталі 2016 року.

В таблиці 1 ми можемо побачити сукупне зростання попиту на золото на 4 тонни у 2016 в порівнянні – 2015 роком. Таке зростання відбулося за рахунок підвищення попиту на золото центральних банків та інвесторів. Ціни на золото виросли на 17% в доларах США в 4 кварталі 2016 року. Сильне ралі золота зробило його одним з кращих глобальних активів протягом першого кварталу. Його ціна також збільшилася в основних торгових валютах, зростання на 11%, 20% і 9% в євро, британському фунту і японській йені відповідно. Також відбулося зростання на 16% в китайських юанях та індійських рупіях, і на 12% у турецьких лірах. Це показник того, що золото забезпечує високі доходи для інвесторів по всьому світу.

Тим не менш, необхідно зазначити фактори, що лежать в основі уповільнення темпів зростання попиту на золото. А саме, просідання настроїв стосовно золота серед західних інституційних інвесторів. Там існують такі переконання:

- волатильність фінансового ринку – сама по собі є відповіддю на геополітичну напругу, дивергентні заходи грошово-кредитної політики і спаду економічного прогресу Китаю;

- гео-політичні хвилювання, особливо з терористичними злочинами нещодавно відбувалися в світі;

- відсутність динаміки у відновлення економіки США. Інвестори очікують, що економіки продовжуватиме ріст у формі сильного долара США та низького рівня інфляції. Але є зростаючий інтерес до підкріплених золотом біржових фондів, зокрема, з метою збереження властивостей та диверсифікації ризиків.

В таблиці 2 розглянемо офіційних власників світових золотих запасів, які прямо чи опосередковано здійснюють вплив на попит та пропозицію на сучасному світовому ринку золота.

Отже, можемо зробити висновок, що основними власниками світових запасів золота є США (8 133,5 т), Німеччина (3 381,0 т), МВФ (2 814,0 т), Італія (2451,8 т) і Франція (2 435,6 т).

Таблиця 2 - Офіційні власники золотих запасів (станом на грудень 2016)

| № п/п | Країна                        | Тонн    | % запасів | № п/п | Країна                       | Тонн  | % запасів |
|-------|-------------------------------|---------|-----------|-------|------------------------------|-------|-----------|
| 1     | США                           | 8 133,5 | 72%       | 21    | Австрія                      | 280,0 | 43%       |
| 2     | Німеччина                     | 3 381,0 | 66%       | 22    | Бельгія                      | 227,4 | 32%       |
| 3     | МВФ                           | 2 814,0 | -         | 23    | Казахстан                    | 221,8 | 27%       |
| 4     | Італія                        | 2 451,8 | 64%       | 24    | Філіппіни                    | 195,8 | 8%        |
| 5     | Франція                       | 2 435,6 | 60%       | 25    | Алжир                        | 173,6 | 4%        |
| 6     | Китай                         | 1 762,3 | 2%        | 26    | Таїланд                      | 152,4 | 3%        |
| 7     | Росія                         | 1 392,9 | 13%       | 27    | Сінгапур                     | 127,4 | 2%        |
| 8     | Швейцарія                     | 1 040,0 | 6%        | 28    | Швеція                       | 125,7 | 7%        |
| 9     | Японія                        | 765,2   | 2%        | 29    | Південна Африка              | 125,2 | 9%        |
| 10    | Нідерланди                    | 612,5   | 55%       | 30    | Мексика                      | 121,4 | 2%        |
| 11    | Індія                         | 557,7   | 5%        | 31    | Лівія                        | 116,6 | 5%        |
| 12    | Туреччина                     | 515,5   | 16%       | 32    | Греція                       | 112,6 | 64%       |
| 13    | Європейський центральний банк | 504,8   | 24%       | 33    | Банк міжнародних розрахунків | 108,0 | -         |
| 14    | Тайвань                       | 423,6   | 3%        | 34    | Корея                        | 104,4 | 1%        |
| 15    | Португалія                    | 382,5   | 67%       | 35    | Румунія                      | 103,7 | 9%        |
| 16    | Венесуела                     | 361,0   | 66%       | 36    | Польща                       | 102,9 | 4%        |
| 17    | Саудівська Аравія             | 322,9   | 2%        | 37    | Ірак                         | 89,8  | 5%        |
| 18    | Великобританія                | 310,3   | 8%        | 38    | Австралія                    | 79,9  | 6%        |
| 19    | Ліван                         | 286,8   | 20%       | 39    | Кувейт                       | 79,0  | 9%        |
| 20    | Іспанія                       | 281,6   | 18%       | 40    | Індонезія                    | 78,1  | 3%        |

Джерело: складено автором по даним [9].

Видобуток золота - це глобальний бізнес з операціями на кожному континенті, крім Антарктиди, і рудниками різних типів і масштабів. Переважна кількість золота у світі було видобуто в післявоєнну епоху і як галузь розвивалася вона також диверсифіковано. В 1970 році в Південній Африці вироблялося близько двох третин всього виробництва з річною продуктивністю рудника близько 1000 тонн. З тих пір цей показник зменшився до 168 тонн (в 2015 році) і тепер країна займає шосте місце серед країн-виробників золота. Значно більша кількість країн як виробників золота з'явилася протягом останніх десятиліть, це означає, що пропозиція стала мати більш широку географію, і тому, в цілому, стала стабільнішою.

Прямий економічний ефект від видобутку золота - це внесок у розмірі більше 78,4 млрд. дол. в економіку 15 країн, що видобувають золото у 2012 році. Без урахування непрямого впливу інфраструктури та зайнятості на постачальників золотих копалень, валова додана вартість на тонну золота добутого із шахт зросла більш ніж у два рази в порівнянні з вторинним золотом.

Пропорційно, однак, видобуток золота справляє найбільш істотний вплив на зростання добробуту в країнах, що розвиваються; в Папуа-

Новій Гвінеї (15 відсотків ВВП), в Гані (8% ВВП) і Танзанії (6% ВВП). Для цих націй, золото також є основним джерелом експорту і, відповідно, валютних надходжень. У 2012 році золото склало 36% всього Танзанійського експорту і 26% експорту з Гани і Папуа-Нової Гвінеї.

Таблиця 3 - Статистика попиту на золото на світовому ринку, тонн

| Використання                         | 2015   | 2016   | По кварталам 2015 р. |        |        |        | По кварталам 2016 р. |        |        |        | Зміна,<br>% |
|--------------------------------------|--------|--------|----------------------|--------|--------|--------|----------------------|--------|--------|--------|-------------|
|                                      |        |        | 1                    | 2      | 3      | 4      | 1                    | 2      | 3      | 4      |             |
| Ювелірні вироби                      | 2480   | 2414   | 617                  | 592,0  | 594,1  | 677,4  | 602,7                | 512,3  | 628,5  | 671,4  | 97,34       |
| Технологія                           | 346,4  | 330,7  | 82,2                 | 86,3   | 87,6   | 90,3   | 81,2                 | 83,1   | 81,9   | 84,5   | 95,47       |
| Електроніка                          | 277,5  | 263,3  | 65,3                 | 68,8   | 70,4   | 72,9   | 64,8                 | 65,9   | 65,1   | 67,5   | 94,88       |
| Інші промислові потреби              | 49,0   | 48,6   | 11,5                 | 12,6   | 12,3   | 12,6   | 11,7                 | 12,4   | 12,1   | 12,3   | 99,18       |
| Стоматологія                         | 19,9   | 18,9   | 5,3                  | 4,9    | 4,9    | 4,8    | 4,7                  | 4,8    | 4,7    | 4,6    | 94,97       |
| Інвестиції                           | 815,4  | 878,3  | 266,2                | 198,4  | 181,5  | 169,3  | 276,7                | 177,6  | 229,4  | 194,6  | 107,71      |
| Загальний попит на злитки і монети   | 1000,5 | 1011,7 | 281,2                | 236,6  | 221,8  | 260,9  | 251,4                | 201,4  | 295,3  | 263,5  | 101,1       |
| Попит на зливки                      | 725,2  | 731,6  | 201,7                | 170,3  | 166,2  | 187,0  | 186,6                | 148,5  | 200,4  | 196,1  | 100,88      |
| Офіційні монети                      | 203,0  | 212,6  | 64,0                 | 48,8   | 35,7   | 54,5   | 50,5                 | 40,6   | 74,4   | 47,1   | 104,73      |
| Медалі/Імітація монет                | 72,2   | 67,4   | 15,5                 | 17,5   | 19,9   | 19,3   | 14,3                 | 12,4   | 20,5   | 20,3   | 93,35       |
| Біржові фонди та аналогічні продукти | -185,1 | -133,4 | -15,0                | -38,3  | -40,3  | -91,5  | 25,2                 | -23,9  | -65,9  | -68,9  | 72,07       |
| Купівля Центральними банками         | 583,9  | 588,4  | 117,9                | 157,2  | 174,9  | 133,9  | 122,9                | 129,2  | 169,0  | 167,2  | 100,77      |
| Попит на золото                      | 4226,4 | 4212,2 | 1083,5               | 1033,9 | 1038,0 | 1071,0 | 1083,5               | 902,2  | 1108,8 | 1117,7 | 99,66       |
| Ціна Лондонської біржі, US\$/oz      | 1266,4 | 1160,1 | 1293,1               | 1288,4 | 1281,9 | 1201,4 | 1218,5               | 1192,4 | 1124,3 | 1106,5 | 91,61       |

Джерело: складено автором по даним [9].

Попит на золото в четвертому кварталі 2016 року виріс на 4% в порівнянні з попереднім роком і досяг свого максимуму 1,117.7 т. Весь рік попит практично не змінювався, знизившись лише на 14т і склав 4,212 т за рік. Слабкий попит в першій половині року був скасований підвищенням попиту у другій половині року. Підвищення попиту у четвертому кварталі було обумовлено попитом на золото центральних банків (+33т) та інвесторів (+25т), цим компенсується незначне скорочення в ювелірних виробках (-6т) і зниження технологічних потреб (-6т). Пропозиція залишається обмеженою: річний видобуток збільшився лише на 1 % з 2008 року і переробка впала до історичного мінімуму. Загальна пропозиція скоротилася на 4% - до 4,258 т – найнижча пропозиція з 2009 року. Попит на ювелірні вироби країн-споживачів постійно реагує на економічне зростання, доходи і ціну.

Золото було одним з найбільш ефективних активів протягом більш, ніж десять років, незважаючи на значний відкат ціни на золото в минулому році. Багато учасників ринку звернули увагу на прибутковість золота в період фінансової кризи, що обумовило зростання інвестиційного попиту на золото. Безсумнівно, фінансова криза принесла додатковий попит, що підтримує високі ціни на золото. Ринок золота пережив різні структурні зрушення, які в останні десятиліття були однаково актуальні як для попиту і пропозиції золота, так і для прибутковості золота як активу.

Отже, стимулюють підвищення попиту такі фактори:

1) економічне зростання на ринках, що розвиваються, особливо в Азії та на Близькому Сході, що сприяло появі великої кількості споживачів з більш високими доходами.

2) лібералізація китайського ринку золота. Китай є великим гравцем на ринку золота, як виробник і як споживач.

3) поява біржових фондів з базою золота привело до збільшення кількості інвесторів, багато з яких є довгостроковими власниками золота.

4) Центральні банки, які були продавцями золота протягом двох десятиліть повільно, але вірно перетворилися в покупців у другому кварталі 2015 року, на чолі з ринками, що розвиваються.

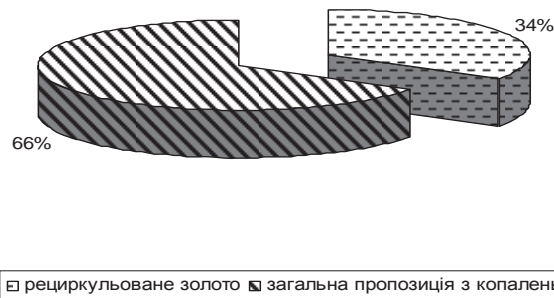
Також можемо виділити тенденції, що спостерігаються з пропозицією золота:

1) видобуток лише поступово зростає порівняно з обсягом, який спостерігався на початку століття, і багато аналітиків припускають, що видобуток може знову почати падати у найближчі кілька років.

2) крім того, видобувні компанії значно скоротили свої ризики, обмежившись додатковим попитом з майбутнього виробництва.

Річний обсяг поставок золота в середньому близько 4000 т за останні 10 років. Хоча багато хто знає, що золото надходить із землі через видобуток, це не єдиний шлях, по якому воно поставляється на ринок. Загальна пропозиція це – сума видобутку і продажу виробниками (припадає дві третини загального обсягу поставок). На вторинне (рециркульоване) золото припадає третина загального обсягу пропозиції на світовому ринку золота (рис. 1).





*Рис. 1. Структура пропозиції на сучасному світовому ринку золота*  
*Джерело: складено автором по даним [2, 9].*

Джерела видобутку стали географічно різноманітні, як і попит на золото. Китай був в 2016 році найбільший виробник у світі, що становить приблизно 14 відсотків від загального обсягу виробництва. Азія в цілому справляє 23 відсотки всього видобутого золота. Центральна і Південна Америка виробляють близько 17 відсотків від загального числа, Північна Америка, поставляє близько 16 відсотків. Близько 19 відсотків золота надходить з Африки і 14% - з країн СНД.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** У світлі цього у сфері глобального маркетингу виникає традиційна дилема: яка реклама краща — стандартизована чи диференційована в розрізі географічних ринків. Концепція глобалістики з акцентуванням на тому, що сучасні технології, соціальні зміни та експансія міжнародного бізнесу зближують культури і суспільства, є аргументом на користь уніфікованого підходу. Із затратного погляду він також є найбільш економічним, оскільки в усіх країнах глобальна фірма рекламується в межах однієї і тієї ж самої рекламної кампанії з використанням одних і тих самих рекламних роликів. При цьому, стандартизована реклама дає змогу підтримувати однорідність у сприйнятті дій компанії, її брэнда, торгової марки, прихильності до її продукції в розрізі багатьох країн світу. Стандартизований підхід водночас не заперечує можливостей внесення окремих змін у складові рекламної кампанії. В одній країні можливе одне рекламне звернення, а в іншій його потрібно змінити. Тривалість рекламної кампанії також може варіюватися в розрізі країн (у країнах зі щільними і перехресними комунікаціями тривалість може бути коротшою, а в країнах з протилежним рівнем забезпечення комунікаціями — навпаки) тощо.

Аргументи проти стандартизованої реклами здебільшого спираються на те, що:

- культурні та мовні відмінності між країнами є настільки суттєвими, що успіх глобальної рекламної кампанії залежатиме від врахування місцевої специфіки;

- законодавство різних країн щодо реклами відрізняється, а тому те, що дозволено рекламувати в одних країнах, не можна в інших.

Незважаючи на це, прогрес у сфері глобалізації суспільства посилюватиме позицію уніфікованих підходів. Прямування до єдності світу залишається мрією багатьох глобальних компаній і політичних діячів та економістів ліберального напрямку. Невідворотність розвитку глобалізації робить глобальну орієнтацію в маркетингу перспективною, що вимагає постійної адаптації стратегічних і тактичних кроків менеджменту до умов, що швидко змінюються. А найбільш вагомим фактором таких швидких змін на сьогодні залишається глобалізація.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Демченко М. Ю. Золотодобування за підсумками останнього п'ятиліття [Електронний ресурс] / М. Ю. Демченко // Чернігівський науковий часопис Чернігівського державного інституту економіки і управління. Сер. 1 : Економіка і управління. - 2014. - № 1. - С. 93-100. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chnch\\_ekon\\_2014\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chnch_ekon_2014_1_15)
2. Демчук Н.І. Конкурентоспроможність підприємств як індикатор рівня економічної безпеки / Н.І. Демчук, Т.А. Мовчан //Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки», випуск 18/2016-С.63-67
3. Ковтун О. А. Стан та проблеми використання нових фінансових інструментів приватних інвестицій у фондовий ринок України [Електронний ресурс] / О. А. Ковтун //Економіка та держава. - 2012. - № 11. - С. 35-39. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde\\_2012\\_11\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2012_11_11)
4. Непрядкіна Н. В. Значення та функції золота у світовій валютній системі [Електронний ресурс] / Н. В. Непрядкіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Економічна. - 2011. - № 943. - С. 208-214. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhE\\_2011\\_943\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhE_2011_943_33)
5. Global Marketing [Electronic resource]: educational options in the creative field of marketing / Marketing-Schools.org. — Access mode: <http://www.marketing-schools.org/types-ofmarketing/global-marketing.html>
6. Асоціація «Біржові та електронні майданчики» Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://aeaep.com.ua/>

7. Офіційний сайт Національного банку України Електроний ресурс. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
8. Международные рынки золота Електроний ресурс. – Режим доступу: <http://bobkentis.narod.ru/marketgold.html>
9. Організація з проведення досліджень світового ринку золота Електроний ресурс. – Режим лоступу: <http://www.gold.org/>
10. Сайт про золото Електроний ресурс. – Режим доступу: <http://golden-inform.ru/banki-i-rynki/mirovoj-zolota/>
11. Офіційний сайт Української біржі дорогоцінних металів Електроний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ubdm.com.ua>.