

ПОДСОХА Анна Сергіївна  
заступник начальника відділу Головного управління Державної фіскальної служби  
в Харківській області

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ТОВАРНОМУ БІРЖОВОМУ РИНКУ

**Подсоха А. С. Методичні підходи до оцінки використання торгових стратегій на товарному біржовому ринку.**

**Вступ.** Біржова торгівля є доволі поширеним видом ринкових процесів. Виникнення й розвиток бірж обумовлені змінами у формуванні економічних процесів між учасниками ринкових відносин. Ускладнення торговельно-економічних зв'язків сприяли формуванню різних видів бірж.

**Метою** наукового дослідження є розвиток методичних підходів до оцінки впровадження торгових стратегій на товарному біржовому ринку.

**Результати.** Визначено сутність і структуру торговельної стратегії. Обґрунтовано основні переваги й недоліки використання на біржовому ринку торговельної стратегії. Доведено залежність торговельних стратегій від точності кількісної інформації, на основі якої вони формуються. Охарактеризовано основні види технічних і фундаментальних торговельних стратегій. Розглянуто торговельні стратегії, які базуються на чотирьох рівнях управління (стратегія підтримки, стратегія скорочення, стратегія зростання). Визначено сутність бізнес-стратегії. Охарактеризовано торговельні стратегії в розрізі запропонованої класифікації за сферами діяльності суб'єкта аграрного бізнесу. Визначено біржову торгівлю як складову прозорості взаємовідносин на ринку товарів і послуг аграрного біржового ринку. Охарактеризовано фінансові інструменти біржового ринку. Наведено особливості використання деривативів у міжнародній практиці. Обґрунтовано роль ціни у якості головного фактору впливу на обсяги виробництва товарів і продукції. Проведено аналогію формування цін на біржовому й вільному ринках. Обґрунтовано спосіб визначення факторів впливу на рух вартості агропродукції. Доведено необхідність точного врахування впливу основних факторів у процесі формування торговельної стратегії. Підкреслено важливість розуміння цілей торгівлі для розроблення і впровадження стратегії.

**Висновки.** Обґрунтовано важливу роль торговельних стратегій у процесі біржової торгівлі. Визначено сутність і особливості формування торговельних стратегій. Встановлено, що використання ефективної торговельної стратегії сприяє підвищенню рівня обґрунтованості рішень для трейдерів та інвесторів.

**Ключові слова:** торгова стратегія, методичний підхід, біржовий ринок, інвестор, трейдер, агропродукція, вартість.

**Постановка проблеми.** Одним із найпоширеніших у світі видів ринкових процесів є оптова торгівля через товарну біржу або біржова торгівля. Товарна біржа є однією із форм організованого в часі й просторі товарного ринку з його особливостями та правилами. Товарна біржа у класичному розумінні є однією із форм організованого ринку, де відбувається оптова торгівля масовими якісно однорідними і взаємозамінними сировинними та продовольчими товарами. Історія розвитку біржової діяльності свідчить, що перші біржі були суто товарними, а значення їх полягало у тому, що вони створили умови для переходу від базарної торгівлі «з рук до рук» до купівлі за зразками, описами, через замовлення. Швидке зростання обсягів суспільного виробництва, ускладнення структури товарного обігу й торговельно-економічних зв'язків зумовили диверсифікацію біржової діяльності та врізноманітнення видів бірж.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження біржової торгівлі в умовах вітчизняного господарства здійснювали такі науковці як: Горьовий В. П., Сидорен-

ко О. В. [1], Гура А. М. [2], Кобеля З. І., Сиріжко К. В. [3], Мацкевич Я. М. [4], Паска І. М. [5], Рябченко О. [6], Седікова І. О. [7], Семенко Б. М. [8] та ін. Враховуючи значну кількість наукових праць, присвячених даній темі, додаткового дослідження потребують методичні аспекти оцінювання впровадження торговельних стратегій у процес біржової торгівлі товарами.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є узагальнення теоретичних підходів і розроблення методичних положень стосовно оцінювання торговельних стратегій на біржовому ринку.

**Виклад основних результатів дослідження.** Сукупність об'єктивних правил, що визначають умови, які необхідно виконати для вступу й виходу на ринок, являють собою торговельні стратегії. Торговельні стратегії включають в себе специфікації для записів про торгівлю, включаючи торговельні фільтри й тригери, а також правила для торговельних виходів, управління грошима, часові рамки, типи замовлень і іншу відповідну інформацію. Торговельна стратегія, якщо вона ґрунтується на кількісних

специфікаціях, може бути проаналізована на основі історичних даних для майбутніх показників проекту.

Торгова стратегія окреслює специфікації для здійснення торгів, включаючи правила для вступу до торгових операцій, торгових виходів і управління грошима. При належному дослідженні й виконанні торговельна стратегія може забезпечити математичне очікування щодо зазначених правил, що допомагає трейдерам і інвесторам визначати, чи ідея торгівлі є потенційно прибутковою. Інвестори повинні, як правило, розглянути питання про використання систематизованої торговельної стратегії, але усвідомлювати його численні обмеження. Торговельні стратегії не є гарантією успіху, але вони можуть бути ефективними для збільшення прибутку, скорегованого за ризиком.

Вони є чудовим способом забезпечувати послідовні результати з часом. Наприклад, торговці з певним набором правил, що регулюють час виходу з торгівлі, менш імовірно піддаються ефекту диспозиції, що змушує інвесторів зберігати акції, які втратили цінність, і продавати ті, що піднімають вартість. Торгові стратегії можна також перевірити під час різноманітних ринкових умов для забезпечення послідовності.

Недоліком є те, що вигідні стратегії торгівлі важко розвинути, і легко стати надмірно залежними від стратегії. Наприклад, можливим є підгін торгової стратегії до конкретних даних, що підтверджують тестування, яке може спричинити помилкове довіру. Не існує гарантії, що стратегія, яка базується на великій кількості історичних даних, буде працювати з використанням реальних даних ринку, оскільки умови можуть бути різними.

Існує багато різних типів торговельних стратегій для інвесторів і торговців, що можуть розглядатися, але вони, як правило, можуть бути розділені на технічні й фундаментальні стратегії торгівлі. Спільна гілка між цими двома типами стратегій полягає в тому, що вони обидві залежать від кількісної інформації, яку можна перевірити на точність.

**Ручний трейдинг.** Учасник сам відкриває й закриває угоди, виставляє стоп-лосс і тейк-профіти, робить корекцію. Ну а для розрахунків, відстеження поточної ситуації та аналітики фінансовий спекулянт користується спеціалізованим програмним забезпеченням – торговим терміналом. Але і для ручної торгівлі буде потрібно чіткий план дій і правила відкриття / закриття угод.

**Алгоритмічний трейдинг** ґрунтується на програмуванні спеціальних систем, які

при появі конкретних комбінацій будуть автоматично відкривати / закривати угоди. І присутність трейдера в цей час за монітором зовсім не обов'язково - він може займатися сторонніми справами, розважатися або відпочивати.

Торговець, який орієнтується на **фундаментальному аналізі**, будує свою систему на основі мікро- і макропоказників, важливих економічних і політичних новин. Він відстежує звіти й інтерв'ю великих корпорацій. Одними з підвидів фундаментальної торгівлі є трейдинг на новинах і торгівля на IPO. Трейдер очікує виходу новини, відкриває нетривалу угоду, забирає швидкий прибуток, а після цього йде закриття позиції. Однак ризики при цьому великі.

**Технічні торгові стратегії** покладаються на технічні показники для створення торговельних сигналів. Трейдери технічного аналізу переконані, що рух ціни відбувається строго за певними закономірностями, а історія цих рухів схильна до повторення.

**Скальпінг** є торгівлею високої інтенсивності, що створює сильне психологічне напруження для багатьох людей. Характерні особливості: численні угоди; маленький період утримання кожної з них; мінімум обмежень на збиток і на прибуток.

**Торгівля всередині дня**, дейтрейдинг, інтрадей (intraday, daytrading). Даний вид торгівлі передбачає відкриття й закриття угод всередині одного торгового дня. При цьому кількість угод буде невеликою - приблизно 3-5 за сесію. Контрольна умова - закриття всіх угод до кінця дня. Інтрадей дозволяє уникнути надмірної скальпінгової напруги, більш чітко виявляти рух графіка. Як наслідок - нижчий рівень психологічного напруження.

**Середньострокова торгівля** (свінг-трейдинг). Шанувальників даної категорії цікавлять великі коливання цін, починаючи від періоду в кілька днів і закінчуючи кількома тижнями. Як правило, свінг-трейдери обмежуються кількома угодами в місяць, орієнтуючись на денні й тижневі графіки.

**Позиційний трейдинг.** Утримання позицій може тривати кілька місяців, буває до року й більше. Подібний підхід вже можна прирівнювати до інвестиційної діяльності. Депозит буде потрібний ще більший, ніж в середньостроковому. Також необхідно добре орієнтуватися в фундаментальному аналізі, мати велику силу волі й витримку.

На підприємствах поняття торгова стратегія може відповідати стратегіям, що формуються на одному з рівнів управління організації. В залежності від розміру організації

змінюється і кількість рівнів управління. Розглянемо стратегії організації з чотирма рівнями управління діяльністю.

Корпоративна стратегія - це загальний план управління диверсифікованою компанією, що описує дії по досягненню певних позицій в різних галузях і підходи до управління окремими видами діяльності.

Стратегія підтримки спрямована на збереження стабільності, коли фірма не поступається своїми позиціями, але і не покращує. Таку стратегію називають «стратегією обмеженого зростання», яка характерна для зрілих галузей, де швидкість інновацій і технології не висока.

Стратегія скорочення спрямована на поступове зменшення обсягів виробництва. Таку стратегію частіше називають «стратегією останнього засобу». Стратегія скорочення застосовується тоді, коли у підприємства просто не залишається іншого виходу: треба перечекати нестабільний період, урізати витрати, припинити збиткове виробництво, змінити діяльність.

Стратегія зростання здійснюється шляхом щорічного значного підвищення рівня цільових показників над рівнем попереднього року.

Бізнес-стратегія - розроблений менеджментом план управління одним підрозділом для досягнення його оптимальної продуктивності. В однопрофільних компаніях, що займаються тільки одним видом бізнесу, корпоративна і бізнес-стратегія збігаються.

Першу групу еталонних стратегій складають так звані стратегії концентрованого зростання. Сюди потрапляють ті стратегії, які пов'язані зі зміною продукту й ринку. Конкретними типами стратегій першої групи є такі:

- стратегія посилення позиції на ринку, при якій фірма робить все, щоб з даним продуктом на даному ринку завоювати кращі позиції;

- стратегія розвитку ринку полягає у пошуку нових ринків для вже виробленого продукту;

- стратегія розвитку продукту передбачає вирішення завдання зростання за рахунок виробництва нового продукту, який буде реалізовуватися на вже освоєному фірмою ринку.

До другої групи еталонних стратегій відносяться такі стратегії бізнесу, які пов'язані з тим, що фірма розширюється шляхом додавання нових структур. Ці стратегії називаються стратегіями інтегрованого зростання. Фірма може здійснювати інтегрований

ріст як шляхом придбання власності (нерухомість, цінні папери та ін.), так і шляхом розширення зсередини. При цьому в обох випадках відбувається зміна положення фірми всередині галузі.

Виділяють такі типи стратегій інтегрованого зростання:

- стратегія зворотної вертикальної інтеграції спрямована на ріст фірми за рахунок придбання або ж посилення контролю над постачальниками;

- стратегія прямої вертикальної інтеграції виражається у зростанні фірми за рахунок придбання або ж посилення контролю над структурами, що знаходяться між фірмою і кінцевим споживачем, а саме, системами розподілу й продажу.

Третьою групою еталонних торгових стратегій організації є стратегії диверсифікованого зростання. Ці стратегії реалізуються у тому випадку, якщо фірми далі не можуть розвиватися на даному ринку з даним продуктом в рамках даної галузі.

Основними стратегіями диверсифікованого зростання є такі:

- стратегія концентрованої диверсифікації базується на пошуку й використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, тобто існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає, виходячи з тих можливостей, які покладені в освоєному ринку, використовуваний технології або ж в інших сильних сторонах функціонування фірми. Такими можливостями, наприклад, можуть бути можливості використовуваної спеціалізованої системи розподілу;

- стратегія горизонтальної диверсифікації припускає пошук можливостей росту на існуючому ринку за рахунок нової продукції, що вимагає нової технології, відмінної від використовуваної. За такої стратегії фірма повинна орієнтуватися на виробництво таких технологічно-пов'язаних продуктів, які б використовували вже наявні можливості фірми, наприклад в області постачань. Так як новий продукт повинен бути орієнтований на споживача основного продукту, то за своїми якостями він повинен бути супутнім вже виробленому продукту. Важливою умовою реалізації даної стратегії є попередня оцінка фірмою власної компетентності у виробництві нового продукту;

- стратегія конгломератної диверсифікації полягає в тому, що фірма розширюється за рахунок виробництва технологічно не пов'язаних з уже виробленими нових продуктів, які реалізуються на нових ринках. Це

одна з найскладніших для реалізації стратегій розвитку, оскільки її успішне здійснення залежить від багатьох факторів: від компетентності наявного персоналу і, зокрема, менеджерів; сезонності в житті ринку; наявності необхідних сум коштів тощо.

Четвертим типом еталонних стратегій розвитку бізнесу є стратегії скорочення. Дані стратегії реалізуються тоді, коли фірма потребує перегрупування сил після тривалого періоду зростання або у зв'язку з необхідністю підвищення ефективності, коли спостерігаються спади й кардинальні зміни в економіці. У цих випадках фірми вдаються до використання стратегій цілеспрямованого або спланованого скорочення виробництва. Реалізація даних стратегій найчастіше проходить не безболісно для фірми. Однак необхідно чітко усвідомлювати, що це такі ж стратегії розвитку фірми, як і розглянуті стратегії зростання, і за певних обставин їх неможливо уникнути. Більш того, за певних обставин, це єдино можливі стратегії відновлення бізнесу, так як в переважній більшості випадків оновлення й загальне прискорення - взаємовключні процеси розвитку бізнесу.

Виділяють чотири типи стратегій цілеспрямованого скорочення бізнесу:

- стратегія ліквідації являє собою граничний випадок стратегії скорочення і здійснюється тоді, коли фірма не може вести подальший бізнес;

- стратегія збору врожаю «припускає відмову від довгострокового погляду на бізнес на користь максимального отримання доходів в короткостроковій перспективі;

- стратегія скорочення полягає в тому, що фірма закриває або продає один зі своїх підрозділів чи бізнесів для того, щоб здійснити довгострокову зміну кордонів ведення бізнесу. Часто ця стратегія реалізується диверсифікованими фірмами тоді, коли одне з виробництв погано поєднується з іншими. Реалізується дана стратегія і тоді, коли потрібно отримати кошти для розвитку більш перспективних бізнесів, або ж початку нових, які відповідають довгостроковим цілям фірми. Можуть бути й інші ситуації;

- стратегія скорочення витрат досить близька до стратегії скорочення, так як її основною ідеєю є пошук можливостей зменшення витрат і проведення відповідних заходів. Однак існують і відмінності, які полягають у тому, що вона більше орієнтована на усунення досить невеликих джерел витрат, а також в тому, що її реалізація носить характер тимчасових чи короткострокових заходів. Реалізація даної стратегії пов'язана зі

зниженням виробничих витрат, підвищенням продуктивності, скороченням найму і, навіть, звільненням персоналу, припиненням виробництва прибуткових товарів і закриттям прибуткових потужностей. Можна вважати, що стратегія скорочення витрат переходить в стратегію скорочення тоді, коли починають продавати підрозділ або ж в досить великому обсязі основні фонди.

Функціональна стратегія - тип забезпечуючої стратегії у стратегічному наборі, яка визначає стратегічну орієнтацію певної функціональної підсистеми управління підприємством, яка забезпечує її досягнення цілей, а також (за наявності взаємопов'язаних об'єктованих функціональних стратегій) керованість процесами виконання загальних стратегій і місії фірми.

Операційна стратегія - це більш вузька стратегія для основних структурних одиниць, таких як завод, відділ (внутрішнього функціонального напрямку), торгове регіональне представництво. Заходи, характерні для цього рівня стратегії, - вирішення вузько-спеціальних питань і проблем, пов'язаних з досягненням цілей окремого підрозділу.

Споживча й збутова стратегії складають торгову стратегію промислово-торгового холдингу. Стратегія являє собою детальний, всебічний, комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії підприємства й досягнення його цілей.

Функціонування аграрного ринку відбувається найчастіше в умовах підвищеної нестабільності ринкової обстановки. Сільське господарство характеризується річним кругообігом. Протягом року здійснюється сезонне надходжень товарів на ринок. Сезонні піки й падіння доповнюються погодними коливаннями. У зв'язку з перерахованими вище обставинами виникає підвищена волатильність аграрного ринку. Агробізнесу характерні нестабільні ціни та нестійкий дохід.

Однією із необхідних складових прозорості взаємовідносин на ринку товарів і послуг і розвитку аграрного ринку загалом є біржова торгівля. Також вона є неодмінним супутником формування реальних цін на продукцію, без яких жодна країна не може похвалитися ринком.

Розглядаючи торгові стратегії, які застосовують на аграрних ринках, слід зупинитись на біржовому аграрному ринку.

Біржовий ринок є місцем формування світових цін великої кількості сільськогосподарських культур, серед яких пшениця, соя, кукурудза та інші. У процесі свого розвитку біржовий ринок сформував такі фінансові

інструменти, які використовуються у торгівлі аграрною продукцією: ф'ючерсні й форвардні контракти, опціони, CFD контракти, SWAP контракти.

Похідні фінансові інструменти – це контракти, які укладаються для перерозподілу фінансових ризиків і передбачають попередню фіксацію всіх умов проведення в майбутньому певної операції (купівлі, продажу, обміну) з інструментом, який є предметом угоди. Похідні фінансові інструменти ще називають деривативами, оскільки їх вартість похідна від вартості базових інструментів, покладених в основу угоди.

У міжнародній практиці найпоширенішими видами деривативів є форвардні і ф'ючерсні контракти, опціони і своп-контракти, а найпопулярнішими видами базових фінансових інструментів – валюта, грошові кошти у формі кредитів і депозитів, цінні папери, фондові індекси.

Одним із важливих факторів впливу на обсяги торгівлі будь-якого товару чи фінансового інструменту є ціна.

Формування цін на товарному біржовому ринку, як і в умовах вільного ринку взагалі, відбувається під впливом співвідношення попиту й пропозиції. Товарні біржі вважаються барометром цін, чуйно реагують на всі фактори та події у світогосподарській системі, що певним чином впливають на попит і пропозицію. Сукупність факторів, насамперед економічних, впливає як на біржовий ринок з реальним товаром, так і ф'ючерсний, тому тенденції у змінах цін мають однакову спрямованість. Це зумовлює те, що практично вся торгівля реальним товаром здійснюється на основі цін ф'ючерсного ринку.

Щоб визначити фактори, які впливають на рух вартості пшениці, в першу чергу, необхідно обмежити сфери використання цієї злакової культури. Ключові сфери її використання – виробництво корму для худоби.

Крім того, велика частка від загального виробленого обсягу припадає на хлібобулочні й макаронні виробни. Існують і інші, менш популярні сфери використання пшениці. Наприклад, за рахунок високої концентрації активних поживних речовин екстракт злаку зміцнює імунітет і прискорює процес загоєння ран, тому включається до складу медичних препаратів. Крім того, завдяки наявності потужних антиоксидантів він зберігає молодість шкіри і є компонентом багатьох косметичних засобів. Однак значимість цих галузей в контексті визначення світової вартості пшениці мізерно мала.

Необхідно чітко розуміти цілі такої торгівлі й мати чітко розроблену торгову стратегію, що передбачає впливи кожного з перелічених факторів.

Торгова стратегія має велику кількість різноманітних визначень, проте у спрощеному вигляді вона являє собою заздалегідь визначений набір правил, які розроблені для досягнення певної мети.

**Висновки.** Важлива роль належить торговим стратегіям, тобто набору дій, правил поведінки брокера щодо досліджуваної системи, за допомогою якого проводиться аналіз. Доведено, що стратегія має в собі заздалегідь формалізований алгоритм дій на ринку, результат якого визначено для будь-якого сценарію розвитку подій, що окреслює специфікації для здійснення торгів, включаючи правила для вступу до торгових операцій, торгових виходів і управління грошима. Встановлено, що, при належному дослідженні й виконанні, торговельна стратегія може забезпечити математичне очікування щодо зазначених правил, що допомагає трейдерам і інвесторам визначати, чи ідея торгівлі є потенційно прибутковою; а інвестори повинні, як правило, розглянути питання про використання систематизованої торговельної стратегії, яка може бути ефективною для збільшення прибутку, скоригованої за ризиком.

#### Література.

1. *Горьовий В. П., Сидоренко О. В.* SWOT-аналіз біржового ринку сільськогосподарської продукції в Україні. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 76-82.
2. *Гура А. М.* Сучасний стан та проблеми розвитку біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні. *Агросвіт*. 2013. № 22. С. 10-13.
3. *Кобеля З. І., Сироїшко К. В.* Особливості біржової торгівлі в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 12 (52). С. 642-646.
4. *Мацкевич Я. М.* Роль біржової діяльності у розвитку інфраструктури регіональної торгівлі сільськогосподарською продукцією. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 6. С. 177-182.
5. *Паска І. М.* Формування та функціонування біржової та електронної торгівлі сільськогосподарською продукцією. *Ефективна економіка*. 2015. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4235>.
6. *Рябченко О.* Світова та вітчизняна практика еволюційного розвитку біржової діяльності на ринку сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2012. № 9. С. 143-146.

7. Седікова І. О. Нормативно-правова база й форми управління біржовою діяльністю аграрного ринку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 8. Ч. 4. С. 93-96.
8. Семенко Б. М. Розвиток товарних бірж – правові гарантії суб'єктам господарювання в підвищенні економічного ефекту від підприємництва. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 6-1. Т. 2. С. 20-23.

#### References.

1. Hor'ovu, V. P., Sydorenko, O. V. (2014). «SWOT-analysis of the stock market of agricultural products in Ukraine». *Problemy ekonomiky*. no. 2. pp. 76-82.
2. Hura, A. M. (2013). «The current state and problems of development of exchange trade in agricultural products in Ukraine». *Ahrosvit*. no. 22. pp. 10-13.
3. Kobelya, Z. I., Syroyizhko, K. V. (2017). «Peculiarities of exchange trade in Ukraine». *Molodyy vchenyy*. no. 12 (52). pp. 642-646.
4. Matskevych, Ya. M. (2015). «The role of exchange activity in the development of the infrastructure of regional trade in agricultural products». *Aktual'ni problemy ekonomiky*. no. 6. pp. 177-182.
5. Paska I. M. «Formation and functioning of exchange and electronic trade in agricultural products». *Efektivna ekonomika*. 2015. no. 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4235>.
6. Ryabchenko, O. (2012). «World and domestic practice of evolutionary development of exchange activity in the market of agricultural products». *Ekonomika APK*. 2012. no. 9. p. 143-146.
7. Sedikova, I. O. (2014). «Regulatory framework and forms of management of exchange activity of the agrarian market». *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnogo universytetu*. Issue. 8. part. 4. pp. 93-96.
8. Semenکو, B. M. (2014). «Development of commodity exchanges - legal guarantees to business entities in increasing the economic effect of entrepreneurship». *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnogo universytetu*. 2014. Issue. 6-1. Vol. 2. pp. 20-23.

#### Abstract.

**Podsokha A. Methodical approaches to assessing the use of trading strategies in the commodity exchange market.**

**Introduction.** Exchange trading is a fairly widespread type of market process. The emergence and development of exchanges are due to changes in the formation of economic processes between participants in market relations. Complications of trade and economic relations have contributed to the formation of various types of exchanges.

**The purpose** of the research is to develop methodological approaches to assessing the implementation of trading strategies in the commodity exchange market.

**Results.** The essence and structure of a trading strategy are determined. The main advantages and disadvantages of using a trading strategy on the stock market are substantiated. The dependence of trading strategies on the accuracy of quantitative information is proved on the basis of which they are formed. The main types of technical and fundamental trading strategies are described. Trading strategies based on four levels of management (support strategy, reduction strategy, growth strategy) are considered. The essence of business strategy is defined. Trade strategies are described in the context of the proposed classification by areas of the agribusiness entity activity. Exchange trade is defined as a component of relations transparency in the market of goods and services of the agrarian exchange market. The financial instruments of the stock market are characterized. Peculiarities of derivatives use in the international practice are given. The role of price is substantiated as the main factor influencing the production of goods and products. The analogy of price formation on the stock and free markets is made. The method of determining the factors influencing the movement of the value of agricultural products is substantiated. The necessity of accurate consideration of the main factors influence in the process of the trading strategy formation is proved. The importance of understanding the trade goals for the development and implementation of the strategy is emphasized.

**Conclusions.** The important role of trading strategies in the process of exchange trading is substantiated. The essence and features of trade strategies formation are defined. It is established that the use of an effective trading strategy helps to increase the validity level of decisions for traders and investors.

**Key words:** trading strategy, methodical approach, stock market, investor, trader, agricultural products, cost.

Стаття надійшла до редакції 19.12.2019 р.

#### Бібліографічний опис статті:

Подсоха А. С. Методичні підходи до оцінки використання торгових стратегій на товарному біржовому ринку. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2020. № 1. С. 11-16.

Podsokha A. Methodical approaches to assessing the use of trading strategies in the commodity exchange market. *Actual problems of innovative economy*. 2020. No. 1, pp. 11-16.