

**თინათინ გუბეშაშვილი**

ე.ა.დ., აკადემიკოსი, საქართველოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

**ნანა ბენიძე**

ე.ა.დ., აკადემიკოსი, საქართველოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

**საბროკერო კომპანიის ფუნქციები და ეკონომიკური საქმიანობა**

საბროკერო კომპანიის ფუნქციები და ეკონომიკური საქმიანობა

წარმოქმნის მომენტიდან ბირჟა წარმოადგენდა შუამავალ ბაზარს, ანუ ბაზარს, რომელზეც გარიგების დადების უფლება აქვს მხოლოდ განსაზღვრული წრის წარმომადგენლებს – სხვადასხვა სპეციალიზაციის ბროკერებს. ბროკერები არიან შემაერთებული რგოლი ბირჟისა და გარიგების სხვა წარმომადგენლებს შორის. კომპიუტერული ტექნოლოგიების დანერგვისა და ელექტრონული ბირჟების შექმნის მიუხედავად ამ მონაწილეების არსებობა აუცილებელია, რადგან თუ რომელიმე ბირჟაზე შესაძლებელია ბრძანებების პირდაპირი მიცემა უშუალოდ კლიენტის მიერ სავაჭრო სისტემაში შესრულებისათვის, მაშინ გარიგების დანარჩენი ეტაპები-კლირინგი და ანგარიში ძველებურად მოითხოვს ბაზრის პროფესიული მონაწილეების უშუალო ჩარევას.

კლიენტები დებენ ხელშეკრულებას მომსახურების შესახებ რომელიმე საბროკერო ფირმასთან, რომელსაც მომსახურების საკომისიოს უხდიან გაფორმებული ხელშეკრულების მიხედვით. საკომისიოს ნაწილი გადაირიცხება ბირჟის ანგარიშზე, როგორც ბირჟის შემოსავლის ერთ-ერთი წყარო.

ფიუნქციულ ვაჭრობაში დაკავებული შუამავლების უშუალო ამოცანას წარმოადგენს კლიენტებისათვის სხვადასხვა სახის მომსახურების გაწევა, რაც შემდეგში მდგომარეობს;

- საბირჟო ოპერაციების ბრძანებების მიღება, გადაცემა და შესრულება;
- დეპოზიტისა და მარჟის გაცემა საანგარიშწორებო პალატაში;
- ანგარიშებისა და ანგარიშგების წარმოება;
- ინფორმაცია ბაზრის მდგომარეობის შესახებ;
- კონსულტაცია კლიენტებისათვის.

საბირჟო ვაჭრების მონაწილეებს შორის, უპირველეს ყოვლისა, გამოიყოფა “ფიუნქციული საკომისიო ვაჭრები”. ისინი უფლებამოსილნი არიან ყველა სახის მომსახურება გაუწიონ კლიენტებს. მაგალითად, აშშ-ში 1980-იანი წლების ბოლოს ეს საშუამავლო დარგი წარმოადგენდა 400 შუამავლისაგან შემდგარ ქსელს, რომელთაც ჰყავდათ 50 ათასი სავაჭრო წარმომადგენელი მთელ მსოფლიოში. დღეისათვის საბროკერო კომპანიების რიცხვი ამერიკულ ბაზარზე შემცირდა 498-დან 240-მდე, როგორც მთელს მსოფლიოში ისე საქართველოში, რაც დაკავშირებულია გლობალურ ეკონომიკურ კრიზისთან. ჩვენს ქვეყანაში აღნიშნულის სხვა

მიზეზებიც არსებობს, რის გამოც სავალალო მდგომარეობაშია საბროკერო კომპანიებისა და თვით საქართველოს საფონდო ბირჟის ფუნქციონირების საკითხიც.

ფიუნქციონირების საკომისიო ვაჭრები ფიზიკურ პირებს შემდეგი სახის მომსახურებას უწევენ:

- კლიენტების სახსრების უსაფრთხო შენახვა;
- ინფორმირება ბაზრის მიმდინარე მდგომარეობის შესახებ;
- ბრძანებების მიღება და ინფორმირება საკომისიოს შესახებ;
- ანგარიშის შედგენა სავაჭრო საქმიანობაზე /შემოსავალი, ხარჯები და მოგება/;
- ბაზრის ანალიზის შესახებ ანგარიშის გამოქვეყნება.

ფიუნქციონირების საკომისიო ვაჭრები, რომელთა უმეტეს ნაწილს აქვს წევრობის პრივილეგიები ერთ ან მეტ ფიუნქციონირებელ ბირჟაზე, უზრუნველყოფენ მომსახურებას და მოქმედებენ, როგორც საკლირინგო აგენტები თავიანთ კლიენტებთან შეთანხმებით.

მცირე და საშუალო სიდიდის საბროკერო კომპანიები, რომლებიც მუშაობენ კლიენტების შეკვეთებით, თანდათანობით შევიწროვდება დიდი კომპანიების მიერ: მსხვილი კლიენტები ფრთხილობენ საქმე იქონიონ მცირე ფირმებთან და უპირატესობას ანიჭებენ ისეთებს, რომელთა უკან დგას ბანკი.

ფიუნქციონირების საკომისიო ვაჭრობაში არის მაგალითები მსხვილი სპეციალიზებული ფირმების, რომლებიც მუშაობენ მხოლოდ სწრაფ ბირჟებზე. ბევრ მათგანს არა აქვს კვლევითი განყოფილებები ისინი აღიარებენ, რომ არსებობენ ადამიანებისათვის, რომლებიც დამოუკიდებლად ღებულობენ სავაჭრო გადაწყვეტილებებს.

წამყვანი საბროკერო ფირმები დიდ გავლენას ახდენენ საბირჟო ვაჭრობაზე. თავიანთი კლიენტების საინფორმაციო და საბროკერო ფუნქციების შესრულებისას, ისინი იმავდროულად გავლენას ახდენენ მათ ქცევაზე, თანაც ძალიან ხშირად კლიენტების მოღვაწეობას უქვემდებარებენ თავიანთი კომპანიის მოთხოვნილებებს.

განვიხილოთ, თუ როგორი პრინციპით ირჩევს კლიენტი საბროკერო კომპანიას. რა თქმა უნდა, ეს გადაწყვეტილება ყოველთვის ინდივიდუალურია, მაგრამ ამავე დროს აღინიშნება ზოგიერთი საერთო მომენტი. მაგალითად, მსხვილი კონტრაქტების მეშვეობით კლიენტი აირჩევს 2-3 საბროკერო ფირმას, რომელთაც აქვთ მსხვილ შეკვეთებთან მუშაობის გამოცდილება. უფრო მცირე კომპანიები, ალბათ, საქმეს დაიკავენ საშუალო საბროკერო ფირმასთან, რომელსაც ექნება უფრო დაბალი საკომისიო საგასახადები, მაგრამ მეტ დროს მოანდომებს ბაზრის ანალიზსა და თითოეულ კლიენტთან მუშაობას.

ურთიერთობები ბროკერსა და კლიენტს შორის წარმოიქმნება კლიენტის ინიციატივით, მაგრამ საბროკერო ფირმები აქტიურად მოქმედებენ ახალი კლიენტების მოსაზიდად, რისთვისაც აკეთებენ სარეკლამო განცხადებას. უფრო ხშირად გამოიყენება ნაბეჭდი განცხადებები პრესაში, რომლებიც მიმართულია საქმიანი ადამიანებისაკენ. საბროკერო კომპანიის სარეკლამო განაცხადი შეიცავს ინფორმაციას რომელიც აღწერს ფირმის მუშაობის მიმართულებასა და საქმიან პოლიტიკას, მისი ოპერაციების მოცულობას.

როდესაც კლიენტები მიმართავენ საბროკერო ფირმას, მათ აქვს შემდეგი უპირატესობები:

- მნიშვნელოვნად ზრდიან სავაჭრო ოპერაციების მოცულობებს საკუთარი დანახარჯების ზრდის გარეშე ამ მიზნებისათვის;
- შეუძლიათ გამოიყენონ მაღალკვალიფიციური სავაჭრო პერსონალი;
- შეუძლიათ ოპერაციებზე გაწეული ხარჯების დაბალანსება, რადგანაც შეამდგომლობაზე გაწეული ხარჯები უშუალოდ დაკავშირებულია კლიენტების ოპერაციების მოცულობაზე.

საბროკერო ფირმების შემოსავლის ორი ძირითადი წყარო არსებობს: ანგარიშებზე დადებული თანხებიდან აღებული პროცენტები და საკომისიოები. პროცენტები წარმოიქმნება ძირითადად საბროკერო ფირმების კლიენტების ნაღდი თანხების ხარჯზე. როგორც აღინიშნა, კლიენტების ნაღდი დეპოზიტები განლაგებულია ცალკეულ საბანკო ანგარიშებზე. თუმცა, ამ დეპოზიტებზე გაცემული პროცენტები გადაერიცხებათ არა კლიენტებს ინდივიდუალურ ანგარიშებზე, არამედ საბროკერო ფირმას, რომელშიც იყო ეს ანგარიშები გახსნილი. მიუხედავად იმისა, რომ დეპოზიტებზე პროცენტების დაკარგვამ გამოიწვია ფასიანი ქაღალდების გამოყენება, როგორც პირველადი ბირჟა. მიუხედავად ამისა, ფულადი სახსრების მსხვილი თანხები ისევ ფიუნერსული ვაჭრობის ბრუნვაში იმყოფება. მიახლოებითი გაანგარიშების მიხედვით, დეპოზიტებზე პროცენტული შემოსავალი შეადგენს ფიუნერსული საკომისიო ვაჭრების შემოსავლის 10%-ს. დანარჩენი 90% საკომისიოს წარმოადგენს.

ფიუნერსული საკომისიოები არ არის უნივერსალური. საკომისიოების მოცულობა არსებითად განსხვავდება და დამოკიდებულია კონტრაქტის სახეობაზე, ფიუნერსული პოზიციის ტიპზე. ინდივიდუალური კლიენტები იხდიან ყველაზე მაღალ ფასებს. მათ შემდეგ დგას ინსტიტუციონალური ჰეჯერები და პროფესიული ტრეიდერები. ყველაზე დაბალ განაკვეთებს იხდიან ბირჟის წევრი კლიენტები, რომლებიც ბირჟაზე თვითონ დებენ ხელშეკრულებებს და გამოიყენებენ ფიუნერსული საკომისიო ვაჭრებს მხოლოდ კლიენტებისათვის.

საკომისიოების მოცულობა წარმოადგენს მოლაპარაკების საგანს კლიენტსა და ფიუნერსულ საკომისიო ვაჭრებს შორის.

ყველაზე დაბალი საკომისიო არის დაწესებული ისეთი პოზიციისათვის, რომელიც იხსნება და იხურება ერთი და იმავე სავაჭრო პერიოდის განმავლობაში, იმიტომ რომ არ არის აუცილებელი მისი შეყვანა ფიუნერსული საკომისიო ვაჭრების საბუღალტრო აღრიცხვის სისტემაში. შედარებით დაბალი საკომისიოებია აგრეთვე სპრედულ გარიგებებზე, რომლებიც მოცულობით უფრო მცირეა, ვიდრე ცალკე შეყვანილი ორი პოზიციის საკომისიოები. ყველაზე მაღალი საკომისიო არის დაწესებული სუფთა გრძელ ან მოკლე პოზიციებზე, რომლებიც გადაიტანება ერთი დღიდან მეორეზე.

საკომისიოებს შორის ყველაზე დიდი სხვაობა შეინიშნება თვით ფიუნერსულ საკომისიო ვაჭრებს შორის. ამ სხვაობის მიზეზი არის კლიენტისათვის მომსახურების გაწევის რაოდენობა და ხარისხი. მსხვილ ფირმას შეუძლია გამოიყენოს პირადი ბროკერი გადაწყვეტილების მისაღებად, გააგზავნოს კვლევითი ანგარიშები ბაზრების შესახებ. გარდა ამისა, მსხვილი საკომისიო ვაჭრები მუშაობენ ყველა ტიპის ფინანსურ ბაზრებზე და ასეთი ფირმების ფულადი სახსრები ადვილად გადადინდება აქციებიდან ობლიგაციებზე, ფიუნერებზე ან სავალიუტო ბაზრის ანგარიშზე.

დღეისათვის ფიუნქრსული დარგის საერთო სტაბილიზაციის ფონზე, როდესაც მთავარ პოზიციებს იკავებენ მოთამაშეები, რომლებიც დიდი ხანია წარმატებულად მუშაობენ ბაზარზე, ხოლო მცირეები, (ისეთები როგორცაა: განვითარებადი ქვეყნების ფირმები) ვერ აწარმოებენ მსხვილ ოპერაციებს, კიდევ უფრო მწვავედება კონკურენცია საბროკერო ფირმებს შორის, რითაც მცირდება შემოსავლების ზრდა. ყველაზე ცუდი შედეგი არის ფიუნქრსების საკომისიოების დაცემა და ფიუნქრსული გარიგებების შემცირება იმ დონემდე, რომ საბროკერო ფირმას გაუჭირდება არსებობა. საბროკერო ფირმების სწრაფვა საკომისიოების შემცირებისაკენ, რათა კლიენტი არ დაკარგონ, შემდგომში უფრო გაართულებს ფირმის მუშაობას.

ასეთ რთულ ფინანსურ პირობებში ბევრი საბროკერო ფირმის ხელმძღვანელობა გადაწყვეტილებას იღებს მაღალ ტექნოლოგიებში დასაბანდებლად, შემდგომ შეამცირებს სხვა ხარჯებს, მაგრამ თავიდან იწვევს ხარჯების ზრდას მაღალკვალიფიციურ პერსონალზე.

ბევრი მსხვილი ფირმა დღესაც კი ვარაუდობს უარი თქვას საკომიო გადარიცხვაზე და შემოსავალი გაზარდოს სხვადასხვა მომსახურების ხარჯზე: კავშირების გამოყენება, კონსულტაციები და ა.შ. მაგრამ ეს ხერხი არ არის რეალური საშუალო და მცირე ფირმებისათვის. მოთხოვნისა და მიწოდების კანონი დიდ როლს თამაშობს საბირჟო რინგზე ვაჭრების საკომისიო განაკვეთის განსაზღვრაში. ზოგიერთ ფიუნქრსულ რინგს ძალიან ცოტა ბროკერი ჰყავს, როცა სხვა რინგზე ბროკერები მრავლად არიან, ხოლო კლიენტურა ნაკლებია. ბუნებრივია, პირველ შემთხვევაში განაკვეთები შეიძლება იყოს მაღალი. როგორც სხვა ბიზნესმენები, ბროკერებიც პატივს სცემენ მუდმივ კლიენტებს და შესაბამისად, მათ სთავაზობენ უფრო დაბალ განაკვეთებს.

იმისათვის, რომ გავიგოთ ფიუნქრსული საბროკერო საქმიანობის ეკონომიკა განვიხილოთ პირობითი მაგალითი (ცხრ. 1), სადაც ნაჩვენებია შემოსავლებისა და ხარჯების წყარო.

**ცხრილი 1**

**ფიუნქრსული საკომისიო ვაჭრების შემოსავლების ანგარიში, დოლარი**

1	საკომისიო	100,00
2	პროცენტები დეპოზიტებზე	10,00
3	სულ შემოსავალი	110,00
გარიგებების დანაზოგები		
4	საკომისიო გადახდა	34,0
საბროკერო საქმიანობი ორგანიზაცია		
5	ბროკერული მომსახურება	10,00
6	საბირჟო და საკლირინგო აკრება	6,00
7	სულ დანაზოგი	50,00
8		60,00
პერსონალი		
9		25,00
10	კავშირგაბმულობის მომსახურება	7,00

11	არენდა	4,00
12	რეკლამა	3,00
13	ოფისზე გაწეული ხარჯები	2,00
14	იურიდიული და საბუღალტრო მომსახურება	3,00
15	სხვა ხარჯები	3,00
16	სულ საოპერაციო ხარჯები	47,00
17	მოგების გადასახადის გადახდამდე	13,00
18	გადასახადები	6,00
19	წმინდა მოგება	7,00

ასეთი სახის სტატისტიკა იძლევა სხვადასხვა მონაცემებს სხვადასხვა პერიოდისათვის, მაგრამ ეს მაგალითი თვალსაჩინოს ხდის შემოსავლისა და ხარჯების სტატისტიკას. მაგალითად: სხვადასხვა საკომისიო შემოსავალი შეადგენს 100 დოლარს. თუ გავითვალისწინებთ, რომ დამატებითი შემოსავალი 10 დოლარია. მაშინ ფიზიკური საკომისიო ვაჭრების ჯამური შემოსავალი იქნება 110 დოლარი.

გასავლების პირველ კატეგორიას მიეკუთვნება დანახარჯები, რომლებიც დაკავშირებულია ნებისმიერი სახის გარიგებასთან. ეს დანახარჯები ჩნდება ყოველთვის – კონტრაქტის ყიდვის თუ გაყიდვის დროს. მთავარი მათ შორის არის საკომისიოების გადახდა ანგარიშის მწარმოებელთათვის, რომლებიც მუშაობენ საკომისიო ვაჭრების განყოფილებებში, აგროვებენ და აწარმოებენ კლიენტების ანგარიშებს და დებულობენ საკომისიოს იმ ნაწილს, რომელსაც საკომისიო ვაჭარი იღებს კლიენტისაგან. ანგარიშების შემსრულებლისათვის გადასახადები ჩვეულებისამებრ შეადგენს მთელი საკომისიოს 30-40%.

დანახარჯების შემდეგ კომპონენტს შეადგენს ბროკერის საკომისიო საოპერაციო დარბაზში. ეს არის ის სახსრები, რომლებსაც ფიზიკური საკომისიო ვაჭრები უხდიან ბროკერებს საოპერაციო დარბაზში. ზოგიერთ შემთხვევაში ეს შეიძლება იყოს დამოუკიდებელი ბროკერები, სხვა შემთხვევაში ეს თანხები ეძლევა ბროკერებს, რომლებიც მსახურობენ საბროკერო კომპანიებში. ნებისმიერ შემთხვევაში ეს გარიგება ფასის მნიშვნელოვანი ელემენტია.

ბოლო კომპონენტი არის საბირჟო და საკლირინგო გადასახადები. ყველა საანგარიშწორებო პალატა იღებს თავისი წევრებისაგან გადასახადს საკლირინგო გარიგებაზე. ეს გადასახადები მერყეობს 20 ცენტრიდან ჩიკაგოს სავაჭრო ბირჟაზე, ხოლო 1,70 დოლარამდე ნიუ-ორკის სავაჭრო ბირჟაზე, მაგრამ რადგანაც საკლირინგო ასოციაციები არ არის შემოსავლიანი ორგანიზაციები, ისინი პერიოდულად უბრუნებენ გადასახადების ნამატს თავიანთ წევრებს.

გარდა საკლირინგო გასავლისა ბირჟების უმეტესობა მოითხოვს, აგრეთვე საბირჟო გადასახადებს, რომლებიც იხარჯება ბირჟის შენახვისათვის, ახალ აღჭურვილობაზე, მშენებლობაზე და რეკლამაზე. ტრადიციულად საბირჟო გადასახადები ამოიღება ყოველი გარიგების შედეგად და დიფერენცირებულია კონტრაქტების სახეობების მიხედვით.