

Маркет-мейкер

Кто такой маркет-мейкер

Маркет-мейкер (иногда пишут слитно, маркетмейкер) — участник фондового рынка, который отвечает за стабильность ведения торгов ценной бумагой, сглаживает колебания цены и обеспечивает ликвидность. Он выступает своеобразным буфером между покупателями и продавцами и гарантирует, что на рынке в любой момент есть участник, который готов купить или продать некоторое количество ценных бумаг.

Без маркет-мейкера торги могли бы выглядеть примерно так. Предположим, что в первой половине дня на рынке появлялись три продавца, которые размещали заявки на продажу по определенной цене, а также два покупателя, которые размещали заявки по рыночной цене. Вот к чему это могло привести:

Запросы на продажу акции компании X						
100 шт.			100 шт.		100 шт.	
55 руб.			80 руб.		40 руб.	
10:00	10:30	11:00	11:30	12:00	12:30	13:00
	100 шт.			100 шт.		
	55 руб.			80 руб.		
Запросы на покупку акции компании X						

Первые продавец и покупатель закрыли сделку к 10:30, но продавцу пришлось ждать полчаса, то есть мгновенных транзакций не получается.

Второй покупатель получил требуемые 100 акций, но цена взлетела до 80 руб., и не потому, что в целом котировки этой акции так возросли, а просто потому, что конкретно в этот момент была доступна только заявка от продавца с явно завышенными ожиданиями. То есть цена акции в каждый конкретный момент может очень сильно колебаться, и нельзя полагаться на существование «рыночной» цены.

Третий продавец, хотя и был готов продать акции даже очень дешево, не нашел себе покупателя, по крайней мере в тот период, который отображен на графике. То есть рынок акции недостаточно ликвиден и нет уверенности, что ее вообще удастся продать, когда это потребуется.

Эти проблемы и устраняет маркет-мейкер. Он становится постоянным участником торгов по этой акции и обязуется в любой момент покупать и продавать акцию. Например, он может гарантировать, что он готов купить до 200 шт. по цене 60 руб. и продать до 200 шт. по цене 61 руб. В результате на приведенном выше графике заявки в пределах рыночной цены будут исполняться мгновенно, а заявка на продажу за 80 руб. будет отложена до лучших времен на случай, если цена акций вырастет. Таким образом рынок будет работать быстро, но будет ликвидным, и рыночная цена акции будет достаточно стабильной.

Доходы и затраты маркет-мейкера

Первый источник дохода для маркет-мейкера — спред ценной бумаги, то есть разница между ценой покупки и продажи. Например, если в приведенном выше примере цена стабильно держалась на уровне 60/61, и при этом за день маркет-мейкер выступил продавцом для 10 тыс. акций и покупателем для такого же количества, то его дневной доход составил $10\,000 * 61 \text{ руб.} - 10\,000 * 60 \text{ руб.} = 10\,000 \text{ руб.}$

Второй источник дохода — брокерская комиссия за совершение сделок, так как маркет-мейкер как правило еще и крупный брокер, работающий на бирже, то есть он также осуществляет сами сделки купли-продажи. Но сделки по этой акции могут проводить и другие брокеры. Если на бирже есть несколько маркет-мейкеров, работающих с одной и той же ценной бумагой, то они конкурируют между собой за сделки. Тогда маркет-мейкер может предлагать брокеру небольшую комиссию за то, что тот совершает сделки именно с этим маркет-мейкером. У брокера при этом есть обязанность учитывать интересы клиента и выбирать такого маркет-мейкера, который предлагает наилучшие условия по ценной бумаге.

Основной риск маркет-мейкера, который может периодически создавать для него убытки — обязанность покупать и/или продавать ценную бумагу вне зависимости от настроения на рынке. Например, при появлении неожиданных плохих новостей о компании все участники захотят продать ее акции. Никто не будет настроен покупать их — и тут все покупки придется сделать маркет-мейкеру, а сомнительная ценная бумага, цена которой должна в будущем упасть, осядет на его балансе.