

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ MÔI GIỚI CỦA CÁC CÔNG TY CHỨNG KHOÁN

● NGUYỄN THỊ MINH HÀ

Đại học Duy Tân

DOI: <https://doi.org/10.62831/202508028>

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu trình bày tổng quan về nghiệp vụ môi giới của các công ty chứng khoán, phí giao dịch và thị phần môi giới chứng khoán của các công ty chứng khoán. Từ đó đề xuất các giải pháp nhằm phát triển nghiệp vụ môi giới của các công ty chứng khoán.

Từ khóa: chứng khoán, nghiệp vụ môi giới chứng khoán, công ty chứng khoán.

1. Đặt vấn đề

Công ty chứng khoán là cầu nối giữa nhà đầu tư với thị trường chứng khoán. Hoạt động chủ yếu của công ty chứng khoán là môi giới chứng khoán, hoạt động này không chỉ mang lại lợi nhuận mà còn giúp ổn định thị trường, tạo tính thanh khoản, là một kênh huy động vốn hiệu quả của nền kinh tế. Đây là hoạt động đầu tiên, cơ bản và mang lại doanh thu chủ yếu cho các công ty chứng khoán.

Môi giới là nhịp cầu giữa khách hàng với bộ phận nghiên cứu đầu tư, cung cấp cho khách hàng các thông tin, báo cáo nghiên cứu và các kiến nghị đầu tư giúp khách hàng có thông tin cần thiết để đưa ra quyết định đầu tư một cách khả quan và có căn cứ. Bên cạnh đó, môi giới chứng khoán còn giúp khách hàng kiểm soát và khắc phục trạng thái cảm xúc trong quá trình đầu tư, đưa ra hướng giải quyết, ý kiến cá nhân để khách hàng có những quyết định tỉnh táo, không bị chi phối bởi cảm xúc. Vì vậy, đây được coi là nghiệp vụ cơ bản của các công ty chứng khoán.

Hoạt động môi giới là hoạt động mang lại uy tín, tạo dựng thương hiệu và vị thế cho công ty chứng khoán trên thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Do vậy, bài viết nghiên cứu “Giải pháp phát triển nghiệp vụ môi giới của các công ty chứng khoán” nhằm tìm giải pháp phát triển nghiệp vụ môi giới chứng khoán.

2. Tổng quan nghiệp vụ môi giới chứng khoán

2.1. Khái niệm nghiệp vụ môi giới chứng khoán

Công ty chứng khoán là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh chứng khoán, thực hiện các nghiệp vụ như môi giới chứng khoán, tư vấn chứng khoán, bảo lãnh phát hành chứng khoán, lưu ký chứng khoán, tự doanh chứng khoán...

Môi giới chứng khoán là việc công ty chứng khoán làm trung gian thực hiện mua, bán chứng khoán cho khách hàng, chuyển các lệnh mua bán về Sở giao dịch và hưởng hoa hồng môi giới. Điều này xác định rõ vai trò và chức năng của môi giới chứng khoán trong hoạt động giao dịch chứng

khoán, đảm bảo tính minh bạch và đúng quy trình trong quá trình thực hiện các giao dịch, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho đầu tư và giao dịch chứng khoán trên thị trường.

2.2. Các loại hình môi giới chứng khoán

*Gồm hai loại chính: môi giới chứng khoán trên sàn giao dịch và trên thị trường OTC.

- *Trên sàn giao dịch*: môi giới chứng khoán đứng ra mua bán chứng khoán cho khách hàng và khách hàng phải trả một mức phí đã quy định. Hoạt động này được diễn ra trên thị trường tập trung. Với các hoạt động chứng khoán mua bán thông qua các thiết bị điện tử với mục đích thiết lập sự tương tác giữa người mua và người bán. Là người hiểu rõ khách hàng nhất, hoạt động môi giới rất được các công ty chứng khoán quan tâm và coi đây là hoạt động chính trong hoạt động môi giới chứng khoán.

- *Trên thị trường OTC*: thông qua việc tạo lập thị trường, các nhà tạo lập tạo tính thanh khoản cho thị trường, duy trì bằng cách nắm giữ một số chứng khoán nhất định để sẵn sàng giao dịch với khách hàng và thu về lợi nhuận từ việc chênh lệch giá. Hình thức này môi giới lập giá này là việc người môi giới sẽ tìm đến những người mua và người bán chứng khoán để kết nối họ lại với nhau thông qua lệnh chào mua và chào bán. Nhờ điểm này tạo nên sự khác biệt với môi giới chứng khoán trên sàn giao dịch. Trong khi môi giới trên sàn giao dịch chỉ ngồi tư vấn và nhận lệnh tư vấn từ khách hàng. Còn đối với môi giới trên thị trường OTC là cả một quá trình tìm kiếm khách hàng và kết nối họ.

2.3. Rủi ro trong nghiệp vụ môi giới chứng khoán

Rủi ro về luật pháp: đây là loại rủi ro phát sinh khi các tài liệu, văn bản sử dụng không đúng hoặc không đầy đủ, không tuân thủ luật pháp và quy định của Sở Giao dịch Chứng khoán. Để giảm thiểu rủi ro này, công ty chứng khoán cần thành lập một đơn vị chuyên trách về luật pháp hoặc có tư vấn pháp luật để kiểm tra tính chính xác và hợp pháp của các loại giấy tờ, văn bản trước khi thực hiện giao dịch.

Rủi ro đối tác kinh doanh: đây là loại rủi ro phát

sinh giữa công ty chứng khoán và khách hàng. Khách hàng có thể không đủ tiền hoặc không có đủ chứng khoán khi đến hạn thanh toán. Để giảm rủi ro này, công ty chứng khoán cần thiết lập tỷ lệ ký quỹ thích hợp với từng khách hàng trong từng thời kỳ. Ngoài ra, công ty chứng khoán có thể áp dụng tịch thu chứng khoán đã mua và bán để lấy tiền thanh toán hoặc quy định việc sử dụng phương pháp bù trừ trên tài khoản từ tài khoản của khách hàng sang tài khoản của Công ty chứng khoán.

Rủi ro thị trường: loại rủi ro này phát sinh khi có biến động về giá và tính thanh khoản trong giao dịch chứng khoán. Một loại giao dịch có giá cả giao động lớn sẽ có nguy cơ rủi ro cao. Các chứng khoán có tính thanh khoản thấp có khả năng phát sinh rủi ro do khách hàng không thể bán hoặc mua số lượng lớn chứng khoán trong thời gian nhất định. Để giảm thiểu rủi ro này, công ty chứng khoán cần quy định tỷ lệ an toàn ký quỹ cho từng loại chứng khoán hoặc phân loại chứng khoán giao dịch dựa trên khả năng thanh khoản của chúng trên thị trường.

Rủi ro tự hoạt động: đây là những rủi ro xảy ra trong quá trình hoạt động của công ty chứng khoán. Để hạn chế rủi ro này, công ty chứng khoán cần quy định quy trình tác nghiệp rõ ràng, chuẩn hóa dựa trên hệ thống máy tính và quản lý, cần theo dõi và kiểm soát các tác nghiệp, thiết lập đường luân chuyển của hồ sơ tài liệu trong công ty, đặc biệt là trong khâu thanh toán.

3. Nghiệp vụ môi giới của các công ty chứng khoán

3.1. Phí giao dịch của các công ty chứng khoán

Một trong những tiêu chí để lựa chọn công ty thực hiện giao dịch chứng khoán ngoài uy tín thương hiệu còn là sự cạnh tranh về chất lượng dịch vụ và biểu phí. Dưới đây là biểu phí tổng quan của các công ty chứng khoán có thị phần lớn nhất hiện nay.

Mức phí giao dịch chứng khoán cơ bản được tính dựa trên giá trị giao dịch của khách hàng trong một ngày. Thường thì mức phí giảm dần khi giá trị giao dịch tăng lên. Các công ty chứng khoán áp dụng một bậc thang ưu đãi cho mức phí giao dịch, dao động từ 0.06% đến 0.35% của giá trị giao dịch.

Bảng 1. Biểu phí giao dịch của các công ty chứng khoán top 10

STT	CTCK	Biểu phí giao dịch (%/giá trị giao dịch)
1	TCBS	0.10%
2	VPS	0.13-0.15%
3	SSI	0.25-0.35%
4	VNDirect	0.15 - 0.35%
5	VCBS	0.09 - 0.18%
6	FPTS	0.06 - 0.15%
7	MBS	0.15 - 0.3%
8	HSC	0.20%
9	BSC	0.18%
10	VCSC	0.15%

Nguồn: VPS (2024)

Thấp nhất là FPTS với mức phí 0.06% và cao nhất là VNDS và SSI với mức 0.35%.

Thị trường chứng khoán đang trải qua một sự bùng nổ chưa từng có và các công ty chứng khoán là những đơn vị được hưởng lợi lớn nhất từ sự phát triển đó. Ngày càng nhiều nguồn thu tăng lên từ hoạt động môi giới, cho vay ký quỹ và tự doanh. Đồng thời, sự cạnh tranh giữa các công ty chứng khoán càng trở nên gay gắt hơn, với việc áp dụng các hình thức giảm phí hoặc thậm chí miễn phí giao dịch nhằm tăng quy mô thị phần môi giới.

Chính sách mức phí thấp hấp dẫn đối với khách hàng bậc trung và làm hài lòng đa số khách hàng. Tuy nhiên, nó chưa thực sự hấp dẫn những khách hàng VIP, những khách hàng có giá trị giao dịch lớn. Khách hàng này vẫn phải chung mức phí với những khách hàng giao dịch ít, không có sự phân biệt dựa trên số lượng giao dịch.

3.2. Thị phần môi giới chứng khoán của các công ty chứng khoán

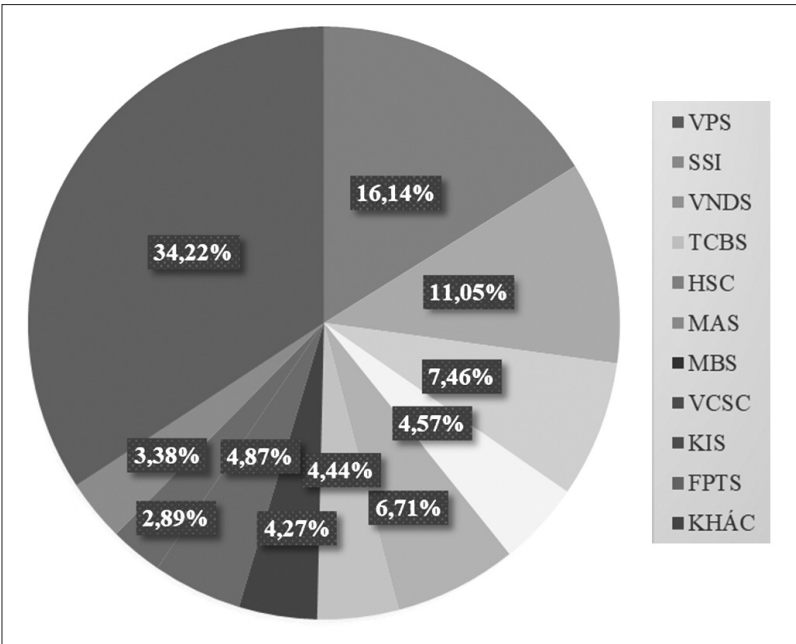
Trong bối cảnh cạnh tranh sòng phẳng, số lượng khách hàng các công ty chứng khoán có thể thu hút là hạn chế, nhưng ngành công nghiệp này đang trở nên ngày càng đa dạng với sự gia tăng số lượng các công ty chứng khoán. Do đó, các công ty có khả năng thu hút nhiều khách hàng và chiếm thị phần lớn hơn trên thị trường sẽ có lợi thế cạnh tranh. Sau đây là thống kê thị phần giao dịch qua các năm của 10 công ty chứng khoán có thị phần lớn nhất. (Biểu đồ 1)

Trong năm 2021, thị phần giá trị giao dịch của 10 công ty chứng khoán lớn nhất trên sàn HOSE thì VPS dẫn đầu với tỷ trọng 16,14%, kế đến là SSI với tỷ trọng 11,05%, hai công ty có thị phần thấp nhất là KIS với tỷ trọng 2,89% và FPTS với tỷ trọng 3,38% (Khánh Linh, 2022). (Biểu đồ 2)

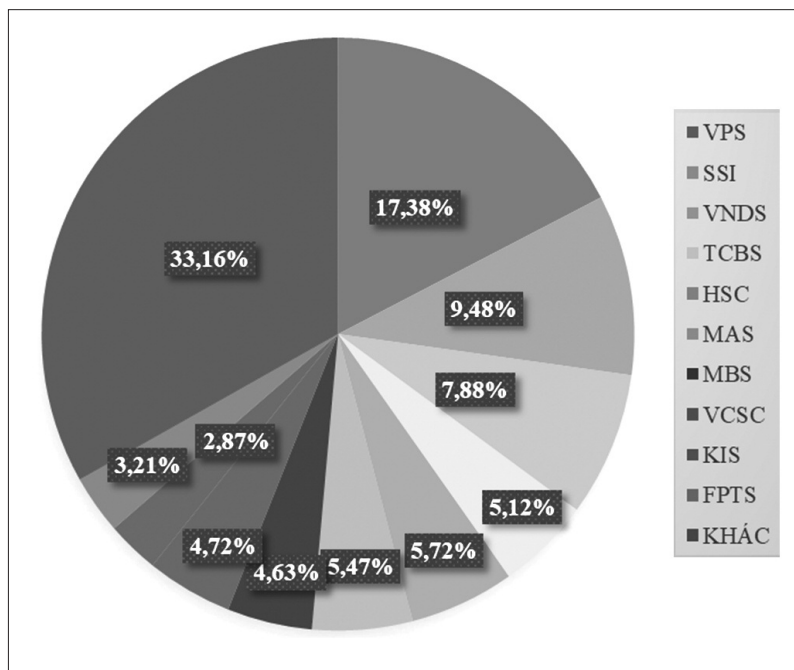
Sang năm 2022, trong 10 công ty có thị phần giao dịch lớn nhất thì top 3 vẫn thuộc về VPS, SSI và VNDS và 2 công ty có thị phần thấp nhất vẫn là KIS và FPTS (Hà Anh, 2023). (Biểu đồ 3)

Có thể thấy, ở thị phần môi giới năm 2023, VPS vẫn giữ vị trí cao nhất trong 10 công ty lớn và tỷ trọng cao hơn so với năm 2022 và năm 2021, kế đến là SSI vẫn giữ vị trí thứ 2 và thứ 3 vẫn thuộc về

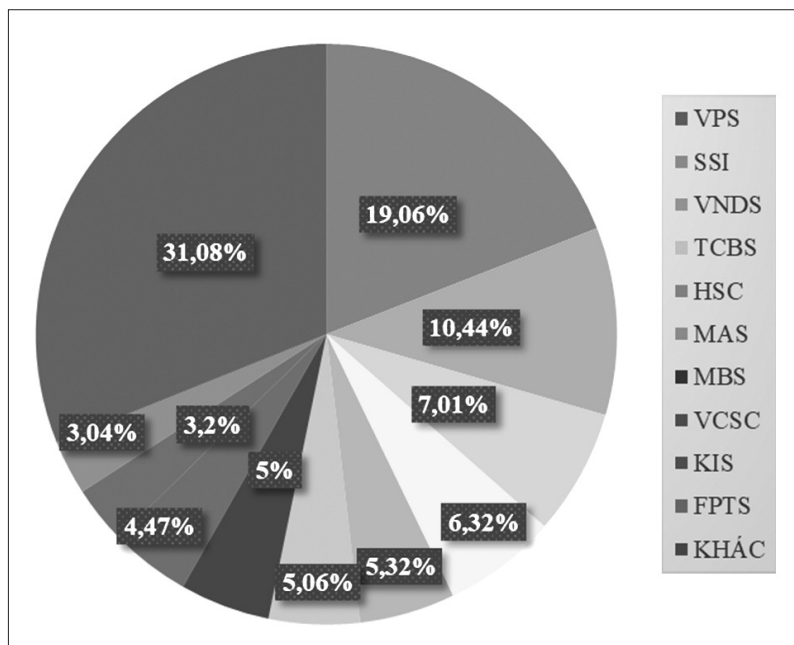
Biểu đồ 1: Thị phần môi giới năm 2021



Biểu đồ 2: Thị phần môi giới 2022



Biểu đồ 3: Thị phần môi giới năm 2023



VNDS, 2 công ty có thị phần thấp nhất vẫn là KIS và FPTS, cho thấy các công ty vẫn giữ vững đà phát triển trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt (Hà Anh, 2024). (Biểu đồ 4)

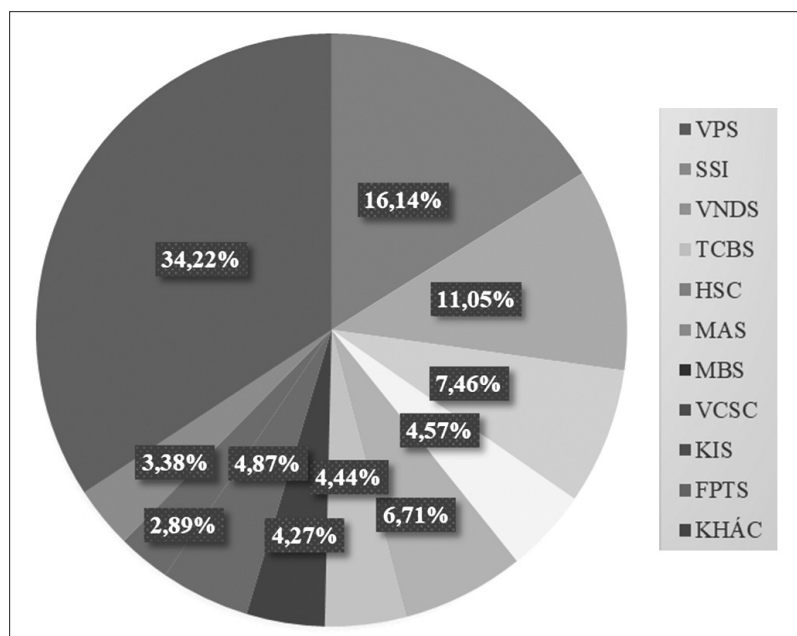
Sang năm 2024, thị phần môi giới đã có sự thay

đổi, dẫn đầu vẫn là VPS và SSI với tỷ trọng lần lượt là 16,45% và 9,19% có xu hướng giảm so với 2023, VNDS đã tụt xuống vị trí thứ 7 so với năm 2023 thì VNDS chiếm vị trí thứ 3 và 2 công ty đứng top cuối trong xếp hạng vẫn là KIS và FPTS. (Hà Anh, 2025)

3.3. Số lượng tài khoản tham gia giao dịch

Đây là một trong các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển của hoạt động môi giới chứng khoán. Trong tổng số 140.879 tài khoản chứng khoán mới mở vào tháng 12/2024, chủ yếu đến từ 140.559 tài khoản của nhà đầu tư cá nhân và 138 tài khoản của nhà đầu tư tổ chức. Với nhà đầu tư nước ngoài, tăng thêm 162 tài khoản của cá nhân và 20 tài khoản của tổ chức. Như vậy, tính đến cuối năm 2024, số lượng tài khoản chứng khoán mở mới hơn 2 triệu tài khoản (Hoàng Lam, 2025). Tuy nhiên, để đánh giá chính xác phải xác định được số lượng tài khoản tham gia giao dịch trong tổng số tài khoản được mở. Theo thống kê số lượng tài khoản giao dịch chứng khoán (TKGD) của nhà đầu tư trong nước và nước ngoài cuối năm 2024, cụ thể số lượng TKGD trong nước là 9.250.208 tài khoản, trong đó TKGD của nhà đầu tư cá nhân là 9.232.471 tài khoản và TKGD của nhà đầu tư tổ chức là 17.737 tài khoản; còn đối với TKGD nước ngoài là 47.780 tài khoản, trong đó số lượng TKGD của nhà đầu tư cá nhân là 43.138 tài khoản và nhà đầu tư tổ chức là 4.642 tài khoản. Như vậy, tổng số lượng tài khoản tham gia giao dịch trên thị trường gần 9,3 triệu tài khoản (Hoàng Lam, 2025).

Biểu đồ 4: Thị phần môi giới năm 2024



4. Giải pháp phát triển nghiệp vụ Môi giới Chứng khoán

Thứ nhất, xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp: Chất lượng dịch vụ trong hoạt động môi giới chứng khoán phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố con người, nhân viên môi giới cần sở hữu những kỹ năng tìm kiếm khách hàng, khai thác và truyền đạt thông tin, thuyết phục và bán hàng. Họ cần phải nhanh nhẹn, xử lý các giao dịch chính xác và phục vụ khách hàng với tinh thần nhiệt tình và tận tâm. Cần xây dựng chiến lược phát triển đội ngũ nhân viên Môi giới hơn về mặt chuyên môn, chăm sóc khách hàng để tạo được niềm tin cho Khách hàng giao dịch trong thị trường. Bên cạnh đó phát triển kỹ năng tìm kiếm khách hàng tiềm năng, có thêm nhiều chính sách khen thưởng và hoa hồng hợp lý dành cho nhân viên để thúc đẩy nhân viên làm việc hiệu quả hơn trong việc tìm kiếm khách hàng. Nhân viên môi giới cần bổ sung chứng chỉ hành nghề để nâng cao uy tín cũng đúng thực hiện đúng quy định của pháp luật. Để đảm bảo chất lượng dịch vụ, công ty chứng khoán có thể thực hiện việc đào tạo thường xuyên để nâng cao trình độ của nhân viên, cần tuyển dụng nhân viên một cách chặt chẽ, xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp...

Thứ hai, phát triển danh mục sản phẩm và dịch vụ: Một là, công ty không chỉ tập trung vào nguồn vốn mà còn sử dụng công nghệ tiên tiến từ Hàn Quốc, đảm bảo hệ thống công nghệ phục vụ khách hàng ổn định, bảo mật cao và cung cấp nhiều tính năng hỗ trợ giao dịch như phân tích kỹ thuật realtime và dữ liệu cổ phiếu cập nhật. Hai là, phát triển các ứng dụng hỗ trợ giao dịch trên điện thoại di động (iOS và Android) và trình duyệt web, cùng với phần mềm My Asset - Home Trading System (HTS) cài đặt trên máy tính giúp khách hàng tiếp cận nhiều tính năng ưu việt như theo dõi nhiều nhóm cổ phiếu và đặt lệnh

mua/bán trên cùng một màn hình. Giúp cho việc theo dõi cổ phiếu trở nên dễ dàng hơn, tăng tính linh hoạt cho nhà đầu tư có thể nắm bắt cơ hội. Ba là, đẩy nhanh tiến độ phát triển kênh giao dịch không môi giới để đón đầu làn sóng đầu tư. Các công ty chứng khoán khác trên thị trường cũng đang chạy đua trên thị trường với mức phí môi giới dần bằng 0. Nếu công ty không đẩy nhanh tiến độ thì sẽ tụt lại phía sau so với các công ty chứng khoán khác trên thị trường.

Thứ ba, quản trị thông tin nội bộ: để tránh những rủi ro trong hoạt động môi giới, cần quản trị thông tin nội bộ một cách có bảo mật hơn như trao đổi trực tiếp, tránh rủi ro rò rỉ thông tin khi Môi giới viên có rất nhiều khách hàng để tư vấn và nắm rất nhiều thông tin về khách hàng. Cần thu thập những dữ liệu hàng năm về khách hàng như thu nhập, giá trị tài sản ròng của họ. Điều này quan trọng vì những dữ liệu đó sẽ là đường dẫn tin cậy đến giá trị rủi ro mà khách hàng có khả năng đem lại cho tài khoản chứng khoán, chính vì nắm được dữ liệu các nhà môi giới sẽ có hướng tư vấn khác nhau, thiết lập các chiến lược đầu tư an toàn hơn. Bảo mật được thông tin nội bộ còn làm tăng tính cạnh tranh cho công ty. Thông tin chỉ nội bộ và khách hàng mới có thể biết. Từ đó, đối thủ cạnh tranh sẽ không

đoán được bước tiếp theo của công ty giúp công ty dễ dàng phát triển hơn, giảm thiểu mức độ cạnh tranh ở mức tối đa.

Thứ tư, giám sát chặt chẽ hoạt động môi giới chứng khoán: cần pháp lý hóa các quy định về đạo đức đối với ngành chứng khoán. Có vẻ như tại thị trường Việt Nam, môi giới chứng khoán còn bị xem nhẹ, ở các nước phát triển, họ có những quy định chặt chẽ. Tránh các hoạt động “ngoài luồng” của các nhân viên môi giới khi không có sự cho phép hoặc nằm trong quy định của công ty. Giám sát chặt chẽ hoạt động môi giới nhằm bảo vệ quyền lợi của khách hàng và cũng là bảo vệ thương hiệu của các CTCK trên sàn chứng khoán.

Thứ năm, chính sách marketing: trong bất kỳ lĩnh vực nào, việc quảng bá, xây dựng thương hiệu rất quan trọng, vì thương hiệu là nhân tố tạo nên sự gắn kết giữa khách hàng và công ty. Và nếu thương hiệu của công ty được nổi tiếng, vững mạnh sẽ thu hút được rất nhiều khách hàng và sẽ có nhiều lợi thế cạnh tranh so với những đối thủ khác.

+ Tiếp thị và quảng bá hình ảnh thông qua các kênh mạng xã hội như zalo, facebook,... Ngoài ra, CTCK Chứng khoán có thể quảng bá hình ảnh và thương hiệu thông qua những tờ báo, tạp chí và website về kinh tế, cần đầu tư để phát triển kênh Youtube của mình bằng những video về chứng khoán, cổ phiếu hiện nay, thị trường chứng khoán Việt Nam và thế giới, dạy chứng khoán từ A->Z cho người mới,... Ngoài ra, CTCK cần chi một khoản nhỏ để quảng bá hình ảnh bằng những bài báo hay liên quan đến chứng khoán. Hiện nay, giới trẻ đang rất chuộng nền tảng Tiktok nếu có thể công ty nên đầu tư thêm vào mảng này vì chi phí thấp mà sức tiếp cận khách hàng mới cao.

+ Xây dựng một website cá nhân cung cấp đầy đủ các thông tin, diễn biến của thị trường để khách hàng có thể truy cập và tham khảo một cách đầy đủ nhất thể hiện tính chuyên nghiệp của công ty đối với người quan tâm.

+ Các sản phẩm phân tích cũng là thế mạnh của CTCK, đa dạng các loại báo cáo từ đánh giá nhanh phiên giao dịch cho đến phân tích chuyên sâu các nhóm ngành, cổ phiếu, báo cáo chiến lược, danh mục đầu tư, chỉ báo thị trường phái sinh...

+ Sử dụng các chiến dịch truyền thông, đặc biệt như sự kiện, hội thảo và hợp tác với các đối tác khác để tăng cường thương hiệu và tạo sự tin tưởng từ khách hàng như cuộc thi MAScham dành cho nhà đầu tư, Quỹ Khát vọng tương lai dành cho sinh viên...

Thứ sáu, giải pháp về mức phí giao dịch: Từ khi Thông tư số 128/2018 (có hiệu lực từ năm 2019) bỏ quy định về giá sàn phí giao dịch chứng khoán (mức sàn trước đó là 0,15%), nhiều công ty đã đưa ra chính sách giảm phí mạnh mẽ, thậm chí miễn phí giao dịch để thu hút lượng nhà đầu tư cá nhân. Để tìm kiếm khách hàng mới cũng như giữ chân khách hàng cũ, các CTCK cần đưa ra mức phí giao dịch có tính cạnh tranh.

Thêm các chính sách ưu đãi về lãi suất Margin và phí giao dịch để khuyến khích khách hàng giao dịch, từ đó đẩy mạnh thêm hoạt động môi giới. Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ để chăm sóc khách hàng một cách kỹ càng hơn. Tất cả khách hàng khi mở mới tài khoản bằng hình thức online hay offline nhưng không chọn môi giới quản lý tài khoản sẽ được hưởng chính sách ưu đãi Zero Fee - Không phí giao dịch ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bùi Thị Thanh Hương, (2010). Giáo trình môi giới và tư vấn đầu tư chứng khoán - UBCK Nhà nước. Hà Nội: Nhà Xuất bản Tài chính.

Lê Mai Linh (2003). Giáo trình phân tích và đầu tư chứng khoán. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

Hà Anh (2023). Thị phần môi giới trên HOSE: VPS tiếp tục đứng vị trí thứ 1, VDSC bất ngờ lọt top 10. Truy cập tại <https://vneconomy.vn/thi-phan-moi-gioi-tren-hose-vps-tiep-tuc-dung-vi-tri-thu-1-vdsc-bat-ngo-lot-top-10.htm>

Hà Anh (2024). Năm 2023, VPS tiếp tục dẫn đầu Top 10 thị phần môi giới trên HoSE. Truy cập tại <https://vneconomy.vn/nam-2023-vps-tiep-tuc-dan-dau-top-10-thi-phan-moi-gioi-tren-hose.htm>

Hà Anh (2025). Năm 2024, VPS tiếp tục dẫn đầu Top 10 thị phần môi giới trên HoSE. Truy cập tại <https://vneconomy.vn/nam-2024-vps-tiep-tuc-dan-dau-top-10-thi-phan-moi-gioi-tren-hose.htm>

Hoàng Lam (2025). Số lượng tài khoản chứng khoán mở mới năm 2024 gấp 5 lần năm 2023. Truy cập tại <https://cafef.vn/so-luong-tai-khoan-chung-khoan-mo-moi-nam-2024-gap-5-lan-nam-2023-188250107154727643.chn#>

Khánh Linh (2022). Thị phần môi giới năm 2021: VCSC, HSC rớt hạng, quán quân thuộc về VPS. Truy cập tại <https://vneconomy.vn/thi-phan-moi-gioi-nam-2021-vcsc-hsc-rot-hang-quan-quan-thuoc-ve-vps.htm>

VPS (2024). TOP 11+ Công ty có phí giao dịch chứng khoán rẻ nhất. Truy cập tại <https://www.vfs.com.vn/phi-giao-dich-chung-khoan-re-nhat>

Ngày nhận bài: 24/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/2/2025

SOLUTIONS FOR SECURITIES COMPANIES TO DEVELOP BROKERAGE SERVICES

● NGUYEN THI MINH HA

Duy Tan University

ABSTRACT:

This study provides an overview of the brokerage activities of securities companies, with a focus on transaction fees and market share within the securities brokerage sector. Through an analysis of current practices and competitive dynamics, the study identifies key trends and challenges facing brokerage operations. Based on these insights, the study proposes a set of strategic solutions aimed at enhancing the efficiency, competitiveness, and sustainable development of brokerage services offered by securities companies.

Keywords: securities, securities brokerage, securities company.