

PHÁT HÀNH CỔ PHIẾU BỔ SUNG NGHIÊN CỨU THỰC HIỆN TẠI THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Ngày nhận: 06/10/2015
Ngày nhận lại: 25/01/2016
Ngày duyệt đăng: 10/5/2016
Mã số: 5-16-41

Đinh Thị Thu Hà ()*

Tóm tắt: Tác giả kiểm định tính tương thích của các lý thuyết tài chính thông qua tìm hiểu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định phát hành cổ phiếu bổ sung (Seasoned Equity Offerings, SEO) của các công ty niêm yết tại thị trường chứng khoán (TTCK) Việt Nam. Kết quả thực nghiệm cho thấy các công ty có khả năng sinh lợi cao, có điều kiện thị trường trước phát hành tốt, chỉ số TobinQ cao và mức độ đòn bẩy tài chính cao hơn so với mức trung bình ngành có xu hướng thực hiện SEO hơn so với các công ty còn lại. Trái lại, các công ty có tỷ lệ nợ/tổng tài sản cao lại ít có xu hướng thực hiện SEO. Bên cạnh đó, các công ty thuộc nhóm ngành bất động sản và xây dựng, dịch vụ, tài chính - ngân hàng - bảo hiểm cũng có xác suất thực hiện SEO cao hơn so với các công ty thuộc khối ngành nông nghiệp - lâm nghiệp và thủy sản. Thị trường phản ứng tích cực đối với thông báo SEO của công ty, tuy nhiên xu hướng giá tăng này lại không kéo dài.

Từ khóa: Phát hành cổ phiếu bổ sung, thị trường chứng khoán, bất cân xứng thông tin, chi phí đại diện, cơ hội đầu tư tăng trưởng.

Giới thiệu

SEO đóng vai trò quan trọng đến cấu trúc vốn, cấu trúc sở hữu của công ty, đây cũng là một trong những cách hiệu quả và phổ biến để công ty có thể mở rộng nguồn ngân quỹ của mình nhằm duy trì hoạt động và phát triển. Đã có rất nhiều nghiên cứu được thực hiện để tìm hiểu về SEO và những tác động mà nó mang lại cho công ty phát hành cũng như các nhà đầu tư trên thị trường, tuy nhiên nghiên cứu về chủ đề này tại TTCK Việt Nam còn khá hạn chế. Nhận thấy vai trò quan trọng của SEO đối với TTCK cũng như các công ty phát hành, nghiên cứu này thực hiện kiểm định tính tương thích của các lý thuyết tài chính thông qua tìm hiểu những nhân tố tác động đến quyết định thực hiện SEO của các công ty niêm yết trên TTCK Việt Nam, đồng thời tìm hiểu phản ứng của thị trường khi thông báo SEO được đưa ra.

Phần còn lại của bài nghiên cứu được chia thành các phần: cơ sở lý thuyết và khung phân tích, dữ liệu và phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và kết luận.

Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Các nghiên cứu về SEO tại các quốc gia phát triển và đang phát triển khác nhau đã đưa ra những lý thuyết tài chính nền tảng giải thích cho động lực thực hiện SEO của công ty và phản ứng của thị trường khi thông báo SEO được đưa ra. Các lý thuyết này có thể được kể đến như: lý thuyết thông tin bất cân xứng, lý thuyết chi phí đại diện, lý thuyết cơ hội đầu tư tăng trưởng, lý thuyết đánh đổi, lý thuyết áp lực giá.

Lý thuyết đánh đổi là một trong những lý thuyết có sự ảnh hưởng mạnh mẽ đến cấu trúc vốn của một công ty, theo đó công ty