

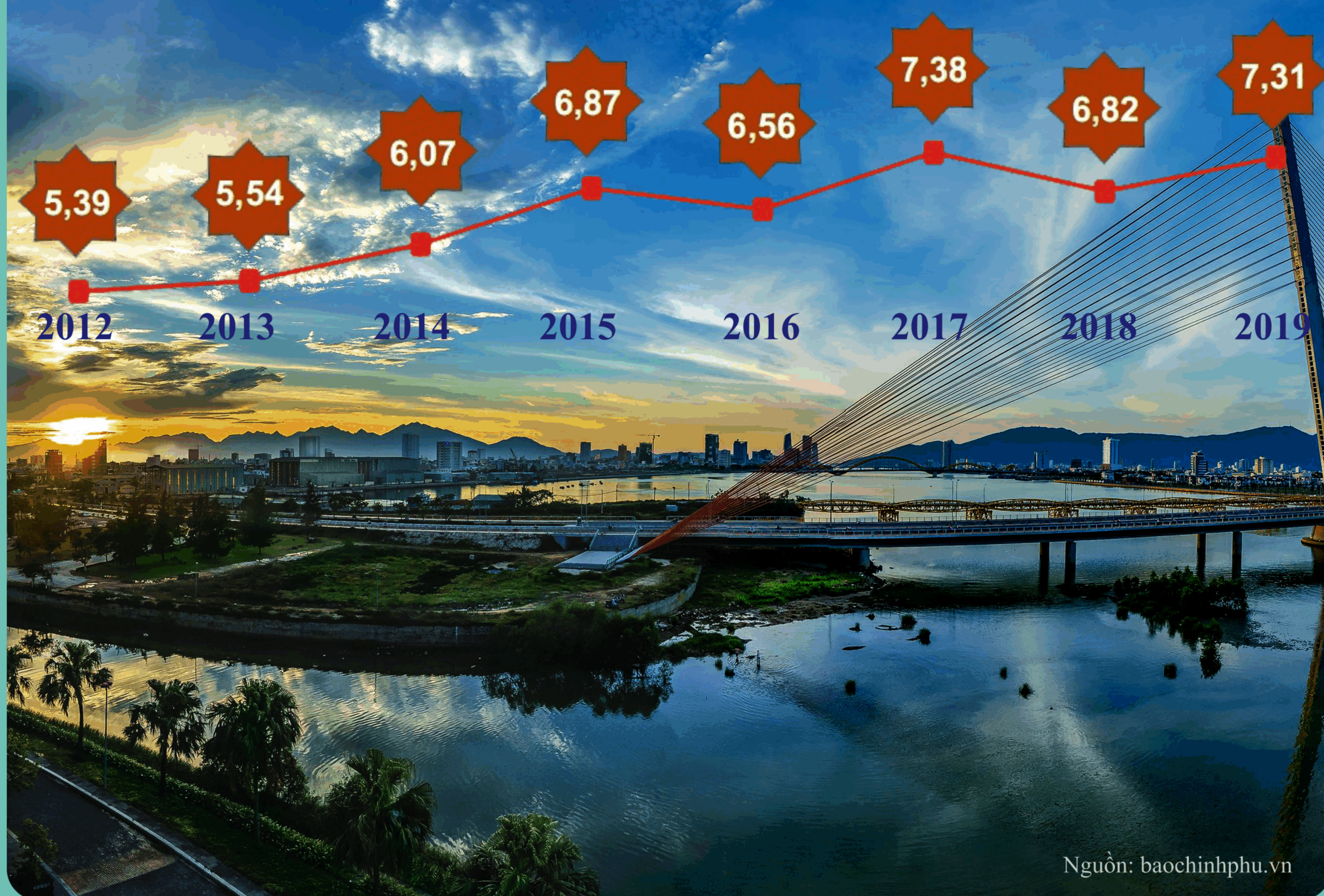


ISSN 1859-3666

Tạp chí KHOA HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Tốc độ tăng trưởng GDP quý III các năm



Năm thứ 18 - số 134
10/2019



khoa học thương mại

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TỔNG BIÊN TẬP:

NGUYỄN BÁCH KHOA

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

ĐINH VĂN SƠN

THƯ KÝ TÒA SOẠN

PHẠM MINH ĐẠT

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ

NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

Tòa soạn

Phòng 202 nhà T

Trường Đại học Thương mại

Số 79 đường Hồ Tùng Mậu

Mai Dịch, Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại: 04.37643219 máy lẻ 2102

Fax: 04.37643228

Email: tckhtm@tmu.edu.vn

Website: tckhtm.tmu.edu.vn

GP hoạt động báo chí:

Số 1480/GP-BTTTT ngày 20/8/2012

Chế bản tại: Tòa soạn

Tạp chí Khoa học Thương mại

In tại: Cty TNHH In & TM Hải Nam

Nộp lưu chiểu: 10/2019

HỘI ĐỒNG KHOA HỌC BIÊN TẬP

Đinh Văn Sơn - Đại học Thương mại (Chủ tịch)

Phạm Vũ Luận - Đại học Thương mại (Phó Chủ tịch)

Nguyễn Bách Khoa - Đại học Thương mại (Phó chủ tịch)

Phạm Minh Đạt - Đại học Thương mại (Ủy viên thư ký)

Các ủy viên

- **Vũ Thành Tự Anh** - ĐH Fulbright Việt Nam (Hoa Kỳ)

- **Lê Xuân Bá** - Viện QLKT TW

- **Hervé B. Boismery** - Đại học Reunion (Pháp)

- **H. Eric Boutin** - Đại học Toulon Var (Pháp)

- **Nguyễn Thị Doan** - Hội Khuyến học Việt Nam

- **Haasis Hans** - Đại học Bremenr (Đức)

- **Lê Quốc Hội** - Đại học Kinh tế quốc dân

- **Nguyễn Thị Bích Loan** - Đại học Thương mại

- **Nguyễn Hoàng Long** - Đại học Thương mại

- **Nguyễn Mai** - Chuyên gia kinh tế độc lập

- **Dương Thị Bình Minh** - ĐH Kinh tế Tp Hồ Chí Minh

- **Hee Cheon Moon** - Hội Nghiên cứu TM Hàn Quốc

- **Bùi Xuân Nhàn** - Đại học Thương mại

- **Lương Xuân Quỳ** - Hội Khoa học kinh tế Việt Nam

- **Nguyễn Văn Song** - Học viện Nông nghiệp Việt Nam

- **Nguyễn Thanh Tâm** - Đại học California (Hoa Kỳ)

- **Trương Bá Thanh** - ĐH Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

- **Đinh Văn Thành** - Viện Nghiên cứu thương mại

- **Đỗ Minh Thành** - Đại học Thương mại

- **Lê Đình Thắng** - Đại học Québec (Canada)

- **Trần Đình Thiên** - Viện Kinh tế Việt Nam

- **Nguyễn Quang Thuấn** - Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

- **Washio Tomoharu** - ĐH Kwansey Gakuin (Nhật Bản)

- **Lê Như Tuyền** - Grenoble École de Managment (Pháp)

- **Zhang Yujie** - Đại học Tsinghua (Trung Quốc)

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Phan Trần Trung Dũng và Ngô Hồ Quang Hiếu** - Hiệu ứng động lực trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 134.1FiBa.12** 2
Motivation Effect on Vietnam Stock Market
- 2. Phan Thị Thu Cúc** - Thực trạng chính sách thương mại nông thôn vùng Duyên hải Nam Trung Bộ Việt Nam. **Mã số: 134.1SMET.11** 10
Rural Trade Policies in Vietnam's South Central Coastal Areas
- 3. Trần Ngọc Mai** - Các nhân tố tác động đến ý định sử dụng thương mại di động tại Việt Nam. **Mã số: 134.1BMkt.11** 22
Factors Influencing Intentions to Adopt Mobile Commerce in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Bảo Ngọc** - Nghiên cứu các yếu tố tác động đến giá trị khách hàng cảm nhận của một số chuỗi cửa hàng tiện ích trên địa bàn Thành phố Hà Nội. **Mã số: 134.2BMkt.21** 34
A Study on Factors Affecting Perceived Customer Value of Several Convenience Store Chains in Hà Nội City
- 5. Đoàn Thị Hồng Nhung** - Ảnh hưởng của thông tin lợi thế thương mại đến tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 134.2FiBa.21** 43
Impacts of Goodwill Information on Average Growth Rate of Market Value of Listed Companies on Vietnam Stock Exchange
- 6. Trương Đông Lộc và Quan Lý Ngôn** - Ảnh hưởng của thông tin chia tách cổ phiếu đến sự thay đổi giá và thanh khoản của các cổ phiếu: Bằng chứng thực nghiệm từ Sở Giao dịch chứng khoán Hà Nội. **Mã số: 134.FiBa.22** 51
Impacts of Information on Stock Split on Price and Validity of Shares: Experimental Evidence from HNX

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Nguyễn Thùy Dung và Nguyễn Thanh Tùng** - Văn hóa kinh doanh các sản phẩm truyền thống tại Việt Nam - Nghiên cứu điển hình tại làng nghề Bát Tràng, Gia Lâm, Hà Nội. **Mã số: 134.3BAdm.32** 59
Business Culture of Traditional Products in Vietnam – a Case-study of Bat Trang Trade Village, Gia Lam, Ha Noi

ẢNH HƯỞNG CỦA THÔNG TIN LỢI THẾ THƯƠNG MẠI ĐẾN TĂNG TRƯỞNG TRUNG BÌNH GIÁ TRỊ THỊ TRƯỜNG CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Đoàn Thị Hồng Nhung
 Trường đại học Thăng Long
 Email: dnhung2002@yahoo.com

Ngày nhận: 05/09/2019

Ngày nhận lại: 19/09/2019

Ngày duyệt đăng: 25/09/2019

Nhiều nghiên cứu tại các nước có nền kinh tế phát triển đã chứng minh rằng thông tin lợi thế thương mại trên báo cáo tài chính có ảnh hưởng đến giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán (Chauvin, 1994; Qureshi và Ashraf, 2013; McCarthy và Schneider, 1995). Nghiên cứu này được thực hiện nhằm kiểm chứng ảnh hưởng của thông tin lợi thế thương mại công bố trên báo cáo tài chính hợp nhất đến tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Dữ liệu nghiên cứu gồm 109 công ty trong 8 năm từ 2010 đến 2017. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng các công ty công bố thông tin lợi thế thương mại tăng trên báo cáo tài chính hợp nhất có tăng trưởng trung bình giá trị thị trường cao hơn các công ty không có lợi thế thương mại tăng. Điều này gợi ý rằng các công ty nên chú trọng vào việc công bố thông tin lợi thế thương mại.

Từ khóa: lợi thế thương mại, tăng trưởng trung bình, giá trị thị trường.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển của Việt Nam, lợi thế thương mại không còn là vấn đề mới nhưng vẫn là một vấn đề rất phức tạp, đặc biệt là đo lường lợi thế thương mại. Nghiên cứu của Đoàn Thị Hồng Nhung (2019a) cho thấy các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam còn chưa tuân thủ đầy đủ các quy định về trình bày và công bố thông tin lợi thế thương mại theo chuẩn mực kế toán số 11. Năm 2017, tỷ lệ rất cao các công ty không công bố thông tin về giá trị tài sản thuần của công ty con được sử dụng khi tính toán lợi thế thương mại (67%); tỷ lệ các công ty công bố sử dụng giá trị ghi sổ tài sản thuần của công ty con để tính toán lợi thế thương mại là 5% và tỷ lệ các công ty công bố sử dụng giá trị hợp lý tài sản thuần của

công ty con để tính toán lợi thế thương mại là 29%. Các nghiên cứu tại những nước có nền kinh tế phát triển đều cho thấy lợi thế thương mại có mối quan hệ cùng chiều với giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán (Chauvin, 1994; McCarthy và Schneider, 1995; Qureshi và Ashraf, 2013). Với mức độ tuân thủ trong công bố thông tin lợi thế thương mại của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam còn thấp, thông tin lợi thế thương mại có ảnh hưởng đến tăng trưởng giá trị thị trường của các công ty niêm yết hay không vẫn còn là một câu hỏi.

Nghiên cứu so sánh tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty công bố thông tin lợi thế thương mại và nhóm công ty không công bố thông tin lợi thế thương mại để chứng minh ảnh

hưởng của thông tin lợi thế thương mại đối với tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

Một số nghiên cứu điển hình thực hiện đánh giá ảnh hưởng của thông tin lợi thế thương mại đến giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Mỹ đều cho kết quả khá thống nhất. Nghiên cứu của Wang (1993) đã chứng minh rằng lợi thế thương mại có mối quan hệ dương với giá trị thị trường của các công ty. Kết quả nghiên cứu của Wang (1995) còn cho thấy ảnh hưởng của lợi thế thương mại đến giá trị thị trường của các công ty còn mạnh hơn ảnh hưởng của các tài sản khác. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu của Chauvin (1994) lại cho thấy lợi thế thương mại chỉ có mối quan hệ dương với giá trị thị trường của các công ty trong lĩnh vực phi sản xuất.

Nghiên cứu của Qureshi và Ashraf (2013) thực hiện đối với các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Anh cũng cho kết quả tương tự như các nghiên cứu tại Mỹ, đó là lợi thế thương mại có ảnh hưởng đáng kể đối với giá trị thị trường của các công ty niêm yết. Như vậy, có thể thấy kết quả nghiên cứu tại những nước có nền kinh tế phát triển, tỷ trọng Lợi thế thương mại trong Tổng tài sản cao (trung bình là 16%) (Giacomino và Akers, 2009), đều thống nhất rằng lợi thế thương mại có tác động tích cực đến giá trị thị trường của các công ty niêm yết. Điều này chứng tỏ các nhà đầu tư có phản ứng tích cực đối với thông tin lợi thế thương mại.

Các nghiên cứu thực hiện tại những nước có nền kinh tế đang phát triển còn rất khiêm tốn và mô hình nghiên cứu đơn giản. Điển hình là nghiên cứu của Zare và cộng sự (2012) cũng đã chỉ ra sự tồn tại mối quan hệ dương giữa lợi thế thương mại với giá trị thị trường của các công ty niêm yết. Tuy nhiên, mô hình của nghiên cứu này chỉ có một biến độc lập duy nhất là biến Lợi thế thương mại. Do đó, kết quả nghiên cứu có độ tin cậy chưa cao. Đoàn Thị Hồng Nhung (2019b) cũng đã chứng minh được ảnh hưởng tích

cực của thông tin lợi thế thương mại đối với giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Tổng quan các công trình nghiên cứu tiên nghiệm cho thấy các nghiên cứu đều sử dụng phương pháp nghiên cứu hồi quy giá trị thị trường của các công ty theo lợi thế thương mại mà chưa xem xét đến ảnh hưởng của thông tin lợi thế thương mại đến tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty trong một khoảng thời gian dài. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện để đánh giá sự khác biệt tăng trưởng trung bình giá trị thị trường giữa nhóm công ty công bố thông tin lợi thế thương mại và nhóm công ty không công bố thông tin lợi thế thương mại.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập dữ liệu và chọn mẫu

Dữ liệu nghiên cứu thu thập từ báo cáo tài chính hợp nhất của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong 8 năm từ 2010 đến 2017. Mẫu thu được 109 công ty theo các tiêu chí cơ bản sau:

- Các công ty có thời gian niêm yết tối thiểu từ năm 2010 và vẫn tiếp tục được niêm yết ít nhất đến hết quý 1 năm 2018.

- Các công ty được lựa chọn theo tiêu chuẩn phân ngành ICB (Industry Classification Benchmark) gồm: Dầu khí; Công nghiệp; Hàng tiêu dùng; Y tế; Dịch vụ tiêu dùng; Viễn thông; Các dịch vụ hạ tầng; Tài chính; Công nghệ và Vật liệu cơ bản.

Thu thập số lượng cổ phiếu thường công bố trên Thuyết minh báo cáo tài chính quý 1 hàng năm đã được kiểm toán của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Thu thập giá đóng cửa của cổ phiếu vào ngày giao dịch đầu tiên của quý 2 hàng năm trên trang thông tin điện tử của Sở giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh, sở giao dịch chứng khoán Hà Nội và các trang thông tin điện tử như www.ssi.com.vn; www.tvsi.com.vn...

Giá trị thị trường năm t được tính bằng cách nhân số lượng cổ phiếu tại quý 1 năm $t+1$ với giá đóng cửa của ngày giao dịch đầu tiên của quý 2 năm $t+1$.

Thông tin về việc công ty công bố giá mua khi hợp nhất: Công ty công bố giá mua thì nhận giá trị 1, công ty không công bố giá mua thì nhận giá trị 0.

Thông tin công bố của các công ty về việc sử dụng giá trị tài sản thuần của công ty con khi tính toán giá trị lợi thế thương mại: Công ty công bố sử dụng giá trị hợp lý thì nhận giá trị 2, công ty công bố sử dụng giá trị ghi sổ thì nhận giá trị 1, công ty không công bố thông tin này thì nhận giá trị 0.

Tăng trưởng trung bình giá trị thị trường = $[(MV_{2011} - MV_{2010})/MV_{2010} + (MV_{2012} - MV_{2011})/MV_{2011} + (MV_{2013} - MV_{2012})/MV_{2012} + (MV_{2014} - MV_{2013})/MV_{2013} + (MV_{2015} - MV_{2014})/MV_{2014} + (MV_{2016} - MV_{2015})/MV_{2015} + (MV_{2017} - MV_{2016})/MV_{2016}] / 7$

Trong đó: MV- Giá trị thị trường của các công ty tương ứng với từng năm

Với quy mô mẫu nghiên cứu là 109 công ty, tác giả đã sử dụng kiểm định phi tham số Mann-Whitney để kiểm định sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ và tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ. Trong nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng, tác giả tiếp tục sử dụng kiểm định Mann-Whitney để kiểm tra sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty công bố giá mua và tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không công bố giá mua và sử dụng kiểm định Kruskal Wallis đánh giá sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của ba nhóm công ty khi công bố thông tin về giá trị tài sản thuần của công ty con sử dụng khi tính lợi thế thương mại gồm: nhóm thứ nhất là nhóm

công ty công bố sử dụng giá trị hợp lý tài sản thuần của công ty con; nhóm thứ hai là nhóm công ty công bố sử dụng giá trị ghi sổ tài sản thuần của công ty con và nhóm thứ ba là nhóm công ty không công bố thông tin này.

3.2. Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết 1:

H₀: Không có sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ so với tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ.

H₁: Có sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ so với tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ.

Trong nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ, tác giả lại tiếp tục kiểm tra xem liệu việc công bố các thông tin liên quan đến lợi thế thương mại tăng có ảnh hưởng đến tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các nhóm công ty này hay không bằng cách thực hiện kiểm định giả thuyết hai và giả thuyết ba.

Giá mua hay được gọi là giá phí hợp nhất kinh doanh. Giá mua bao gồm giá trị hợp lý tại ngày diễn ra trao đổi của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận và các công cụ vốn do bên mua phát hành để đổi lấy quyền kiểm soát bên bị mua, cộng (+) các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh (Bộ Tài Chính, 2005). Lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá mua và giá trị hợp lý tài sản thuần của công ty bị mua. Do đó, giá mua có ảnh hưởng đến kết quả xác định lợi thế thương mại. Chính vì vậy, nghiên cứu tiến hành kiểm định ảnh hưởng của công bố thông tin giá mua đến tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ.

Giả thuyết 2:

H_0 : Không có sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty công bố giá mua trong kỳ so với tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không công bố giá mua trong kỳ.

H_1 : Có sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty công bố giá mua trong kỳ so với tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không công bố giá mua trong kỳ.

Kết quả đo lường giá trị lợi thế thương mại phụ thuộc vào việc đo lường giá trị hợp lý tài sản thuần của công ty bị mua (công ty con). Tuy nhiên, thực tế cho thấy tỷ lệ phần trăm rất cao các công ty không công bố thông tin về giá trị tài sản thuần của công ty bị mua khi tính lợi thế thương mại (Đoàn Thị Hồng Nhung, 2019a). Do đó, tác giả thực hiện kiểm định ảnh hưởng của công bố thông tin giá trị tài sản thuần của công ty con đến tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ.

Giả thuyết 3:

H_0 : Không có sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các nhóm công ty: nhóm công bố sử dụng giá trị hợp lý của công ty con; nhóm công bố sử dụng giá trị ghi sổ của công ty con; nhóm không công bố thông tin.

H_1 : Có sự khác biệt giữa giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các nhóm công ty: nhóm công bố sử dụng giá trị hợp lý của công ty con; nhóm công bố sử dụng giá trị ghi sổ của công ty con; nhóm không công bố thông tin.

4. Kết quả và thảo luận

Để thực hiện kiểm chứng giả thuyết 1, tác giả sử dụng kiểm định Mann-Whitney để kiểm định sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ và tăng trưởng trung bình giá

trị thị trường của nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ. Kết quả nghiên cứu trong bảng 4.1 cho thấy tồn tại sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ và tăng trưởng trung bình giá trị thị trường nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ. Tổng hạng trung bình của nhóm 1 (nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ) là 58,49. Tổng hạng trung bình của nhóm 0 (nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ) là 36,12. Với mức ý nghĩa 5% (p -value = 0,007) ta có thể kết luận rằng nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng trong kỳ có tăng trưởng trung bình giá trị thị trường cao hơn tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ. Như vậy, kết quả nghiên cứu này càng góp phần củng cố và khẳng định lợi thế thương mại là một tài sản và nó đóng góp vào tăng trưởng giá trị thị trường của các công ty.

Để kiểm định giả thuyết 2, tác giả tiếp tục sử dụng kiểm định Mann-Whitney để kiểm tra sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty công bố giá mua và tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không công bố giá mua khi các công ty này có lợi thế thương mại tăng thêm trong kỳ. Kết quả kiểm định thể hiện trong bảng 4.2.

Kết quả ở bảng 4.2 cho thấy tổng hạng trung bình của nhóm 0 (nhóm công ty không công bố giá mua) là 41,59, trong khi đó tổng hạng trung bình của nhóm 1 (nhóm công ty công bố giá mua) là 54,88. Với mức ý nghĩa 5% (p -value = 0,021) ta có thể kết luận nhóm công ty công bố giá mua có tăng trưởng trung bình giá trị thị trường cao hơn tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không công bố giá mua. Điều này chứng tỏ rằng các nhà đầu tư có quan tâm tới thông tin giá mua khi các

Bảng 4.1: Kết quả kiểm định Mann - Whitney đối với nhóm công ty có lợi thế thương mại tăng và nhóm công ty không có lợi thế thương mại tăng trong kỳ

Descriptive Statistics								
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Tăng trưởng trung bình	109	0,37412	1,17926	- 0,1571	12,0084	0,05587	0,16288	0,37725
LTTM tăng	109	0,84	0,364	0	1	1,00	1,00	1,00

Ranks				
	Giao dịch mới làm tăng lợi thế thương mại	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tăng trưởng trung bình	0	17	36,12	614,00
	1	92	58,49	5381,00
	Total	115		

Test Statistics ^a	
	Tăng trưởng trung bình
Mann-Whitney U	461,000
Wilcoxon W	614,000
Z	-2,681
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,007

a. Grouping Variable: Giao dịch mới làm tăng lợi thế thương mại

công ty có lợi thế thương mại tăng thêm trong kỳ và họ đã có phản ứng tích cực đối với thông tin này.

Tác giả sử dụng kiểm định Kruskal Wallis kiểm tra giả thuyết 3 để đánh giá sự khác biệt giữa tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của ba nhóm công ty khi công bố thông tin về giá trị tài sản thuần của công ty con sử dụng khi tính lợi thế thương mại gồm: nhóm thứ nhất là nhóm công ty công bố sử dụng giá trị hợp lý tài sản thuần của công ty con; nhóm thứ hai là nhóm công ty công bố sử dụng giá trị ghi sổ tài sản thuần của công ty con và nhóm thứ ba là nhóm công ty không công bố thông tin này. Kết quả kiểm định thể hiện trong bảng 4.3.

Kết quả ở bảng 4.3 cho thấy tổng hạng trung bình của nhóm 0 (nhóm không công bố giá trị của công ty con sử dụng khi tính lợi thế thương mại) là

41,88, tổng hạng trung bình của nhóm 1 (nhóm công bố sử dụng giá trị ghi sổ tài sản thuần của công ty con để tính lợi thế thương mại) là 60,14 và tổng hạng trung bình của nhóm 2 (nhóm công bố sử dụng giá trị hợp lý tài sản thuần của công ty con để tính lợi thế thương mại) là 53,31. Với mức ý nghĩa 5% (p-value = 0,071) ta có thể kết luận rằng không có sự khác biệt về tăng trưởng trung bình giá trị thị trường giữa ba nhóm công ty. Tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm công ty không công bố thông tin giá trị của công ty con sử dụng khi tính lợi thế thương mại là thấp hơn không đáng kể so với hai nhóm còn lại. Tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của nhóm 1 và 2 không có sự khác biệt nhiều. Điều này chứng tỏ nhà đầu tư chưa quan tâm và chưa có sự phân biệt

Bảng 4.2: Kết quả kiểm định Mann-Whitney đối với nhóm công ty công bố giá mua và nhóm công ty không công bố giá mua

Descriptive Statistics								
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Tăng trưởng trung bình	109	0,37412	1,17926	-0,1571	12,0084	0,05587	0,16288	0,37725
Giá mua	92	0,37	0,485	0	1	0,00	0,00	1,00

Ranks				
	Giá mua	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tăng trưởng trung bình	0	58	41,59	2.412,00
	1	34	54,88	1.866,00
	Total	92		

Test Statistics ^a	
	Tăng trưởng trung bình
Mann-Whitney U	701,00
Wilcoxon W	2.412,00
Z	-2,305
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,021

a. Grouping Variable: Giá mua

đôi với thông tin về giá trị tài sản thuần của công ty con sử dụng để tính lợi thế thương mại là giá trị ghi sổ hay giá trị hợp lý. Rõ ràng nhà đầu tư chưa ý thức được mức độ khác biệt của việc sử dụng giá trị hợp lý hay giá trị ghi sổ tài sản thuần của công ty con khi tính lợi thế thương mại sẽ ảnh hưởng như thế nào đến kết quả xác định giá trị lợi thế thương mại. Điều này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định kinh tế của các nhà đầu tư và phản ánh vào giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn từ 2010 đến 2017.

5. Kết luận

Kết quả của nghiên cứu cho thấy thông tin lợi thế thương mại có ảnh hưởng đến tăng trưởng trung

bình giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Mức độ phức tạp của thông tin công bố có ảnh hưởng đến phản ứng của nhà đầu tư. Nhà đầu tư dễ nhận diện thông tin đơn giản như thông tin lợi thế thương mại tăng thêm và thông tin giá mua. Do đó, những thông tin này ảnh hưởng đến giá trị thị trường của các công ty niêm yết. Trong khi đó, với các thông tin phức tạp hơn như thông tin giá trị tài sản thuần của công ty con sử dụng để tính lợi thế thương mại thì nhà đầu tư chưa phân biệt được sự khác biệt giữa giá trị hợp lý và giá trị ghi sổ của công ty con nên phản ứng của họ đối với thông tin này là chưa rõ ràng. Kết quả tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các nhóm này không có sự khác biệt.

Bảng 4.3: Kết quả kiểm định Kruskal Wallis đối với ba nhóm công ty

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Tăng trưởng trung bình	109	0,37412	1,17926	-0,1571	12,0084	0,05587	0,16288	0,37725
Công bố giá trị công ty con	92	0,64	0,897	0	2	0,00	0,00	2,00

Ranks

	Công bố giá trị tài sản thuần của công ty con	N	Mean Rank
Tăng trưởng trung bình	0	59	41,88
	1	7	60,14
	2	26	53,31
	Total	92	

Test Statistics^{a,b}

	Tăng trưởng trung bình
Chi-Square	5,283
df	2
Asymp. Sig.	0,071

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Công bố giá trị tài sản thuần của công ty con

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy thông tin lợi thế thương mại có ảnh hưởng nhất định đối với tăng trưởng trung bình giá trị thị trường của các công ty. Các nhà đầu tư thể hiện sự quan tâm tới thông tin lợi thế thương mại. Chính vì vậy, mặc dù lợi thế thương mại là một vấn đề khó và phức tạp nhưng các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam nên tăng cường nhận thức về tầm quan trọng của việc công bố đầy đủ, trung thực và hợp lý thông tin lợi thế thương mại và nên có những cải thiện trong việc công bố thông tin lợi thế thương mại trên báo cáo tài chính hợp nhất. Các thông tin công bố có mức độ phức tạp thường được các công ty công bố

với tỷ lệ thấp. Điều này cho thấy kế toán viên của các công ty có thể gặp khó khăn khi đo lường giá trị hợp lý của chỉ tiêu giá mua và giá trị tài sản thuần của công ty bị mua. Do đó, các công ty cần nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên kế toán bằng cách cử kế toán viên tham gia các khóa tập huấn về chuẩn mực kế toán quốc tế để nắm chắc được cách đo lường giá trị hợp lý của các tài sản và nợ phải trả.

Mặc dù nghiên cứu đã đạt được những kết quả nhất định nhưng vẫn còn tồn tại một số hạn chế đó là quy mô mẫu nhỏ nên chỉ có thể thực hiện kiểm định bằng phương pháp kiểm định phi tham số. Tuy

nhiên, kết quả nghiên cứu đã có những đóng góp nhất định vào bức tranh nghiên cứu tổng thể về lợi thế thương mại trên thế giới. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Tài Chính (2005), *Quyết định số 100/2005/QĐ-BTC về việc ban hành và công bố bốn chuẩn mực kế toán Việt Nam (đợt 5), ban hành ngày 28 tháng 12 năm 2005.*

2. Chauvin K. W and M. Hirschey (1994), *Goodwill, Profitability and the Market Value of the Firm*, Journal of Accounting & Public Policy, Summer, Số 13(2), Trang: 159-180.

3. Đoàn Thị Hồng Nhung (2019a), *Công bố thông tin đo lường lợi thế thương mại trên báo cáo tài chính hợp nhất: Nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam*, Tạp chí Kế toán và Kiểm toán, Số 3/2019, Trang: 61-64.

4. Đoàn Thị Hồng Nhung (2019b), *Mối quan hệ giữa lợi thế thương mại và giá trị thị trường của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Số 261, Trang: 12-19.

5. Giacomino D. E. và D. C. Akers (2009), *Goodwill And Goodwill Write-Downs: Their Effects On Earnings Quality For 2008 And 2009*, Journal of Business & Economics Research, Số 7(11), Trang: 9-18.

6. McCarthy M. G. và K. Schneider (1995), *Market perception of goodwill: Some empirical evidence*, Accounting and Business Research, Số 26(1), Trang: 69 - 81.

7. Qureshi M. I. và D. Ashraf (2013), *Is goodwill capitalisation value relevant? Some UK evidence*, Accounting, Accountability & Performance, Số 18(1), Trang: 19-34.

8. Wang J. (1995), *An Empirical Assessment of IASC' s Proposed goodwill Amortization*

Requirment, International Journal of Accounting, Số 30(1), Trang: 37-47.

9. Wang Z. (1993), *An empirical evaluation of goodwill accounting*, Journal of Applied Business Research, Số 9(4), Trang: 127- 133.

10. Zare, I., Mohsen, O. A và Ghasem, O. A (2012), *Qualitative Characteristic of Accounting Information in Reported Values of Goodwill and Intangible Assets (Case Study of the Stock Exchange of Iran)*, Middle East Journal of Scientific Research, Số 11(1), Trang: 32-38.

Summary

Research in developed countries has proved that goodwill information in financial statements has effects on the market value of listed companies on the stock market (Chauvin, 1994; Qureshi and Ashraf, 2013; McCarthy and Schneider, 1995). This study is carried out to test the impacts of goodwill information released in the integrated financial statements on the average growth rate of the market value of listed companies on Vietnam stock market. The research data consist of 109 companies in an 8-year period from 2010 to 2017. The research results have revealed that the companies that published increasing goodwill information in their integrated financial statements enjoyed higher average growth of the market value than those that did not. This implies that companies need pay attention to publishing goodwill information.

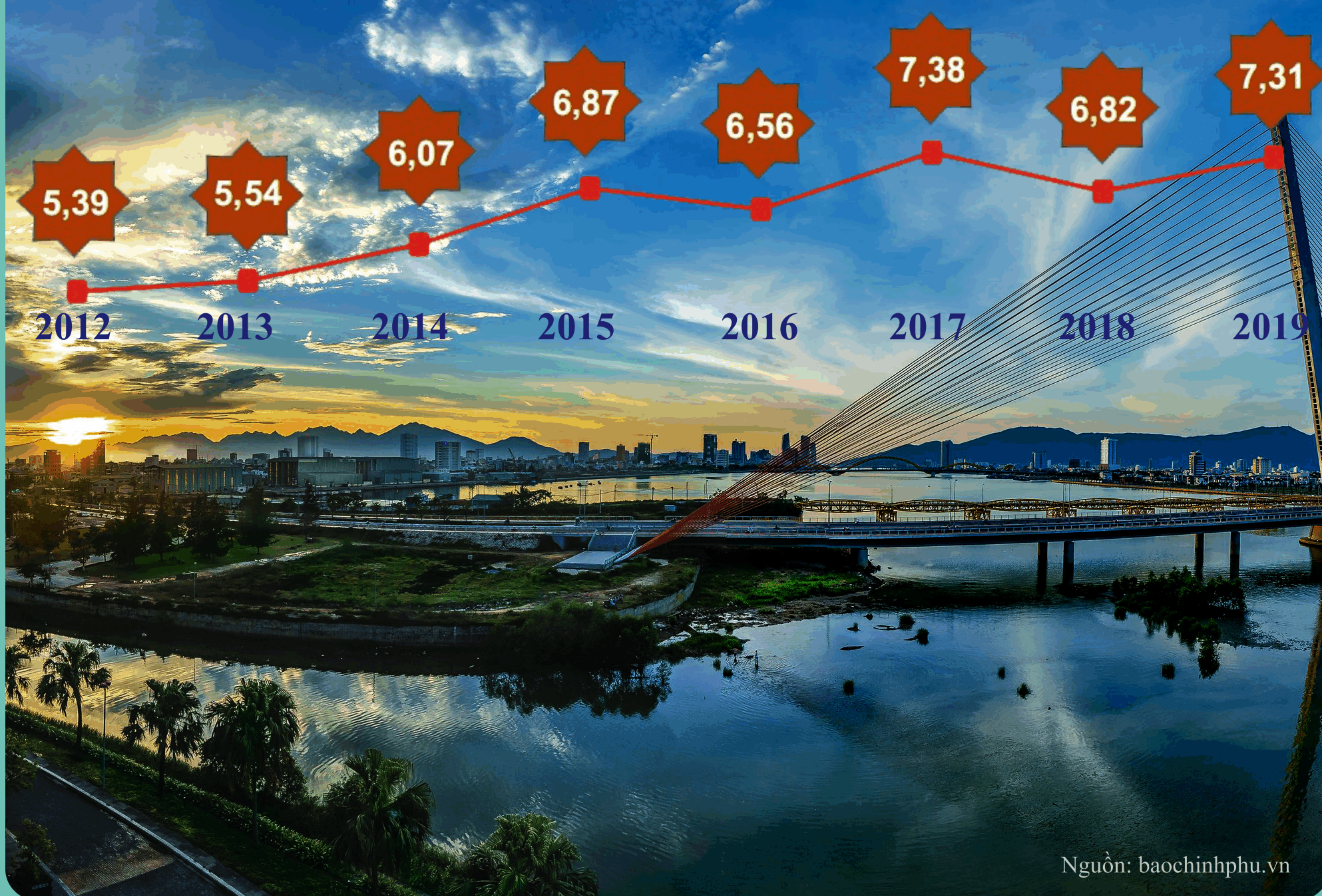


ISSN 1859-3666

Tạp chí KHOA HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Tốc độ tăng trưởng GDP quý III các năm



Năm thứ 18 - số 134
10/2019



khoa học thương mại

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TỔNG BIÊN TẬP:

NGUYỄN BÁCH KHOA

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

ĐINH VĂN SƠN

THƯ KÝ TÒA SOẠN

PHẠM MINH ĐẠT

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ

NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

Tòa soạn

Phòng 202 nhà T

Trường Đại học Thương mại

Số 79 đường Hồ Tùng Mậu

Mai Dịch, Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại: 04.37643219 máy lẻ 2102

Fax: 04.37643228

Email: tckhtm@tmu.edu.vn

Website: tckhtm.tmu.edu.vn

GP hoạt động báo chí:

Số 1480/GP-BTTTT ngày 20/8/2012

Chế bản tại: Tòa soạn

Tạp chí Khoa học Thương mại

In tại: Cty TNHH In & TM Hải Nam

Nộp lưu chiểu: 10/2019

HỘI ĐỒNG KHOA HỌC BIÊN TẬP

Đinh Văn Sơn - Đại học Thương mại (Chủ tịch)

Phạm Vũ Luận - Đại học Thương mại (Phó Chủ tịch)

Nguyễn Bách Khoa - Đại học Thương mại (Phó chủ tịch)

Phạm Minh Đạt - Đại học Thương mại (Ủy viên thư ký)

Các ủy viên

- **Vũ Thành Tự Anh** - ĐH Fulbright Việt Nam (Hoa Kỳ)

- **Lê Xuân Bá** - Viện QLKT TW

- **Hervé B. Boismery** - Đại học Reunion (Pháp)

- **H. Eric Boutin** - Đại học Toulon Var (Pháp)

- **Nguyễn Thị Doan** - Hội Khuyến học Việt Nam

- **Haasis Hans** - Đại học Bremenr (Đức)

- **Lê Quốc Hội** - Đại học Kinh tế quốc dân

- **Nguyễn Thị Bích Loan** - Đại học Thương mại

- **Nguyễn Hoàng Long** - Đại học Thương mại

- **Nguyễn Mai** - Chuyên gia kinh tế độc lập

- **Dương Thị Bình Minh** - ĐH Kinh tế Tp Hồ Chí Minh

- **Hee Cheon Moon** - Hội Nghiên cứu TM Hàn Quốc

- **Bùi Xuân Nhàn** - Đại học Thương mại

- **Lương Xuân Quỳ** - Hội Khoa học kinh tế Việt Nam

- **Nguyễn Văn Song** - Học viện Nông nghiệp Việt Nam

- **Nguyễn Thanh Tâm** - Đại học California (Hoa Kỳ)

- **Trương Bá Thanh** - ĐH Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

- **Đinh Văn Thành** - Viện Nghiên cứu thương mại

- **Đỗ Minh Thành** - Đại học Thương mại

- **Lê Đình Thắng** - Đại học Québec (Canada)

- **Trần Đình Thiên** - Viện Kinh tế Việt Nam

- **Nguyễn Quang Thuấn** - Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

- **Washio Tomoharu** - ĐH Kwansey Gakuin (Nhật Bản)

- **Lê Như Tuyền** - Grenoble École de Managment (Pháp)

- **Zhang Yujie** - Đại học Tsinghua (Trung Quốc)