



FICR

RESEARCH PAPER SERIES

QUẢN TRỊ QUAN HỆ NHÀ ĐẦU TƯ

*Thực tiễn trên thế giới và định hướng
phát triển nghề nghiệp tại Việt Nam*

FICR Research Paper Series No.3/2025

Nguyễn Thị Hoa Hồng
Nguyễn Sinh Dũng Thắng
Nguyễn Thế Minh

Tóm tắt

Quản trị quan hệ nhà đầu tư (Investor relations management – IRM) tập trung vào việc xây dựng và duy trì mối quan hệ hiệu quả giữa doanh nghiệp và các nhà đầu tư, qua đó giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu quả hoạt động và nâng cao giá trị trên thị trường tài chính. Báo cáo này tập trung phân tích các khía cạnh chính của IRM, bao gồm tác động của IRM đến tính thanh khoản và giá cổ phiếu, tính chính xác trong dự báo, danh tiếng doanh nghiệp, khả năng huy động vốn và tuân thủ quy định pháp lý. Báo cáo cũng phân tích thực tiễn hoạt động IRM tại các quốc

gia phát triển như Mỹ, Anh, Singapore và Thái Lan, cung cấp các bài học kinh nghiệm có giá trị cho Việt Nam. Cuối cùng, báo cáo đưa ra khuyến nghị về việc tăng cường tính minh bạch trong công bố thông tin, ứng dụng công nghệ vào quản trị IRM và phát triển đội ngũ chuyên trách IRM chuyên nghiệp. Để phát triển nghề nghiệp quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam, cần xây dựng lộ trình chiến lược dài hạn, tập trung vào đào tạo nhân lực chất lượng cao, áp dụng chuẩn mực quốc tế và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp triển khai hiệu quả hoạt động quan hệ nhà đầu tư.

Từ khóa: Nghề quan hệ nhà đầu tư, quan hệ nhà đầu tư, quản trị quan hệ nhà đầu tư, Việt Nam

Abstract

Investor Relations Management (IRM) is dedicated to establishing and maintaining effective relationships between businesses and investors, thereby enabling companies to enhance their performance and maximize their value in financial markets. This report provides an in-depth analysis of key IRM aspects, including its impact on stock liquidity and pricing, forecast accuracy, corporate reputation, capital-raising capabilities, and regulatory compliance. Additionally, the report examines IRM practices in developed countries such as the US, UK, Singapore, and Thailand,

offering valuable insights and lessons for Vietnam. Finally, the report presents recommendations for improving transparency in information disclosure, leveraging technology in IRM management, and fostering the development of a professional IRM workforce. To advance the investor relations career in Vietnam, it is crucial to establish a comprehensive long-term strategic roadmap that prioritizes the training of high-quality human resources, the adoption of international standards, and the creation of favorable conditions for businesses to implement investor relations initiatives effectively.

Keywords: Investor relations career, investor relations, investor relations management, Vietnam

Các tác giả



Nguyễn Thị Hoa Hồng

PGS. TS, giảng viên chính Bộ môn Quản trị tài chính - Phân tích thống kê, Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Ngoại thương. Với nhiều năm giảng dạy và nghiên cứu trong lĩnh vực quản trị doanh nghiệp, cô đã công bố nhiều bài báo khoa học trong và ngoài nước, đồng thời tập trung nghiên cứu về quản trị công ty, hiệu quả hoạt động và quản trị quan hệ nhà đầu tư trong doanh nghiệp Việt Nam



Nguyễn Sinh Dũng Thắng

ThS., chuyên gia quản trị doanh nghiệp, Chủ tịch Hội Thành viên Độc lập Hội đồng Quản trị Doanh nghiệp Việt Nam (VNIDA). Ông có hơn 20 năm kinh nghiệm trong quản trị và điều hành doanh nghiệp, từng đảm nhiệm nhiều vị trí lãnh đạo trong các lĩnh vực sản xuất, xuất nhập khẩu, vận tải biển, bất động sản, nước sạch, chứng khoán và ngân hàng



Nguyễn Thế Minh

Ông hiện đang là Giám đốc Phân tích Công ty Cổ phần Chứng khoán Yuanta Việt Nam. Ông là chuyên gia tư vấn đầu tư với gần 15 năm hoạt động trong lĩnh vực chứng khoán và từng nắm vai trò lãnh đạo tại các công ty lớn như Viet Capital Securities (VCSC), Saigon Securities Inc. (SSI). Ông đã dẫn dắt tổ chức giành nhiều giải thưởng về quan hệ nhà đầu tư (IR)

Trích dẫn – Citation:

Nguyễn Thị Hoa Hồng, Nguyễn Sinh Dũng Thắng & Nguyễn Thế Minh (2025), "Quản trị quan hệ nhà đầu tư: Thực tiễn trên thế giới và định hướng phát triển nghề nghiệp tại Việt Nam", *FICR Research Paper Series*, n^o. 3.

Công trình nghiên cứu này được thực hiện trên cơ sở sự tài trợ của Trường Đại học Ngoại thương trong khuôn khổ hoạt động FICR Research Paper Series của Viện Nghiên cứu sáng tạo nhằm thúc đẩy các nghiên cứu liên ngành, xuyên ngành về sáng tạo và phát triển bền vững. Công trình nghiên cứu thể hiện quan điểm của các tác giả, không thể hiện quan điểm của Trường Đại học Ngoại thương hay bất kỳ bên nào khác. Bản quyền thuộc Trường Đại học Ngoại thương.

© Trường Đại học Ngoại thương.

MỤC LỤC

Tóm tắt.....	1
Abstract.....	1
Các tác giả.....	2
1. Đặt vấn đề	5
2. Cơ sở lý luận về quản trị quan hệ nhà đầu tư	6
2.1 Các khái niệm	6
2.2 Các lý thuyết có liên quan.....	7
2.3 Công cụ trong hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư.....	9
2.4 Tác động của quản trị quan hệ nhà đầu tư tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp	11
3. Thực tiễn về hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư trên thế giới	13
4. Thực tiễn về hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam	19
4.1 Tổng quan về thực trạng hoạt động quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam	19
4.2 Các trường hợp điển hình về hoạt động quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam	25
5. Một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam	27
6. Phát triển nghề “Quan hệ nhà đầu tư” tại Việt Nam	29
6.1 Xây dựng khung năng lực cho nghề “Quan hệ nhà đầu tư” tại Việt Nam	30
6.2 Định hướng phát triển nghề “Quan hệ nhà đầu tư” tại Việt Nam.....	31
Kết luận	32
Danh mục tài liệu tham khảo	34

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hóa và sự phát triển không ngừng của thị trường tài chính, quản trị quan hệ nhà đầu tư (Investor Relationship Management - IRM) ngày càng trở thành một yếu tố then chốt trong việc đảm bảo tính minh bạch, nâng cao hiệu quả hoạt động và thu hút nguồn vốn đầu tư. Các nghiên cứu trước đây như Jeon & Kim (2015), Agarwal và cộng sự (2016) đã chỉ ra rằng việc thực hiện quản trị quan hệ nhà đầu tư một cách hiệu quả có thể góp phần giảm thiểu chi phí vốn và gia tăng tính thanh khoản, giá trị doanh nghiệp thông qua việc cung cấp thông tin minh bạch, kịp thời và chính xác nhằm giảm sự bất cân xứng thông tin giữa những người tham gia trên thị trường vốn. Đồng thời, nghiên cứu của Holland (2005) đã nhấn mạnh tầm quan trọng của IRM trong việc nâng cao khả năng tiếp cận thị trường vốn, đồng thời củng cố niềm tin từ các nhà đầu tư tổ chức. Ngoài ra, Strauß (2018) đã đề xuất một khung lý thuyết về vai trò của niềm tin trong quan hệ nhà đầu tư, khẳng định rằng sự tin tưởng là yếu tố cốt lõi để duy trì mối quan hệ bền vững giữa doanh nghiệp và các bên liên quan. Hơn nữa, nghiên cứu của Karolyi & Liao (2017) đã phân tích các hệ quả kinh tế của IRM từ góc nhìn toàn cầu, nhấn mạnh ảnh hưởng tích cực của IRM đối với sự ổn định và tăng trưởng tài chính của doanh nghiệp. Gần đây, Gupta và cộng sự (2022) đã khám phá tác động của quản trị quan hệ nhà đầu tư đối với sự biến động của lợi nhuận cổ phiếu doanh nghiệp, cho thấy IRM đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sự ổn định cho thị trường chứng khoán. Sự phát triển của IRM không chỉ giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc huy động vốn, tăng cường sự tin tưởng từ các cổ đông và các bên liên quan.

Thực tiễn trên thế giới đã chứng minh rằng quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Các tập đoàn lớn như Apple, Microsoft và Tesla đều có chiến lược IRM hiệu quả nhằm tăng cường niềm tin của cổ đông thông qua việc công khai minh bạch các chiến lược kinh doanh, báo cáo tài chính định kỳ và tổ chức các hội nghị nhà đầu tư thường xuyên. Hơn nữa, tại các quốc gia phát triển như Hoa Kỳ và châu Âu, vai trò của IRM đã được công nhận là một phần không thể thiếu trong hệ thống quản trị công ty nhằm giảm thiểu rủi ro thông tin, thu hút vốn đầu tư dài hạn và tăng cường tính cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Những kinh nghiệm từ các thị trường này cung cấp bài học quý giá cho các doanh nghiệp Việt Nam trong việc xây dựng và triển khai chiến lược IRM phù hợp để thu hút đầu tư và nâng cao uy tín trên thị trường quốc tế.

Tại Việt Nam, nền kinh tế đang trên đà phát triển với tốc độ tăng trưởng nhanh chóng của thị trường chứng khoán. Sự gia tăng số lượng doanh nghiệp niêm yết và dòng vốn đầu tư nước ngoài đã đặt ra nhu cầu cấp thiết trong việc nâng cao chất lượng quản trị quan hệ nhà đầu tư. Tuy nhiên, thực tế cho thấy hoạt động IRM tại Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, đặc biệt là trong vấn đề minh bạch thông tin, hiệu quả giao tiếp giữa doanh nghiệp và nhà đầu tư cũng như khả năng đáp ứng các chuẩn mực quốc tế. Mối quan hệ giữa nhà đầu tư và doanh nghiệp tại Việt Nam hiện nay vẫn mang tính một chiều, với doanh nghiệp chủ yếu cung cấp thông tin một cách thụ động mà chưa có sự tương tác hai chiều hiệu quả. Điều này dẫn đến việc các nhà đầu tư gặp khó khăn trong việc tiếp cận các thông tin cần thiết để đưa ra quyết định đầu tư chính xác. Bên cạnh đó, mức độ tin tưởng của nhà đầu tư đối với doanh nghiệp trong nước

vẫn chưa cao do các vấn đề liên quan đến quản trị công ty và việc thực hiện công bố thông tin chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu của các tổ chức giám sát quốc tế.

Vì vậy, việc phân tích thực tiễn hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư trên thế giới và Việt Nam là cần thiết cả về lý luận và thực tiễn. Mục tiêu của nghiên cứu này là cung cấp khung lý thuyết về quản trị quan hệ cổ đông, các lý thuyết liên quan và công cụ quản trị quan hệ nhà đầu tư trên thế giới, đánh giá thực trạng quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam và đề xuất giải pháp nhằm phát triển nghề nghiệp quản trị quan hệ nhà đầu tư phù hợp với bối cảnh kinh tế trong nước. Trên cơ sở đó, nghiên cứu sẽ cung cấp những luận cứ khoa học và thực tiễn giúp doanh nghiệp Việt Nam xây dựng chiến lược quản trị quan hệ nhà đầu tư hiệu quả, nhằm nâng cao uy tín, thu hút sự quan tâm của nhà đầu tư và hỗ trợ quá trình huy động vốn từ các thị trường trong nước và quốc tế. Sự thành công trong việc quản trị quan hệ nhà đầu tư không chỉ mang lại lợi ích cho bản thân doanh nghiệp mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững và mạnh mẽ của toàn bộ nền kinh tế quốc gia.

2. Cơ sở lý luận về quản trị quan hệ nhà đầu tư

2.1. Các khái niệm

Quan hệ nhà đầu tư (Investor Relations - IR) là một hoạt động chiến lược nhằm thiết lập và duy trì mối quan hệ giữa doanh nghiệp và các nhà đầu tư, đảm bảo sự minh bạch trong việc cung cấp thông tin tài chính, chiến lược kinh doanh và các yếu tố quan trọng khác ảnh hưởng đến quyết định đầu tư (Brunner, 2019). Theo Hiệp hội Quan hệ Công chúng Hoa Kỳ (Public Relations Society of America - PRSA), quan hệ nhà đầu tư là “một quá trình truyền thông chiến lược xây dựng mối quan hệ cùng có lợi giữa doanh nghiệp và nhà đầu tư” (PRSA, 2018). Quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng niềm tin, gia tăng giá trị thị trường của doanh nghiệp và cung cấp thông tin cần thiết để nhà đầu tư đưa ra quyết định hợp lý.

Trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng phát triển và cạnh tranh khốc liệt, việc thực hiện các chiến lược IR hiệu quả giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh minh bạch, đáng tin cậy, đồng thời thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư tiềm năng. Theo nghiên cứu của Laskin (2018), quan hệ nhà đầu tư không chỉ là việc cung cấp thông tin một chiều từ doanh nghiệp đến cổ đông mà còn là một quá trình quản lý kỳ vọng, đảm bảo nhà đầu tư hiểu rõ các thông tin được công bố và có cơ sở để đưa ra quyết định đúng đắn.

Quản trị quan hệ nhà đầu tư (Investor Relations Management - IRM) là một lĩnh vực quản trị quan trọng, tập trung vào việc xây dựng và duy trì mối quan hệ hiệu quả giữa doanh nghiệp và các nhà đầu tư, nhằm cung cấp thông tin minh bạch, đầy đủ và kịp thời về tình hình hoạt động tài chính, chiến lược và triển vọng phát triển của doanh nghiệp. Theo định nghĩa của Viện Quan hệ Nhà đầu tư Quốc gia Hoa Kỳ (National Investor Relations Institute - NIRI), IRM là “trách nhiệm quản trị chiến lược tích hợp các yếu tố tài chính, truyền thông, tiếp thị và tuân thủ luật chứng khoán để tạo điều kiện cho giao tiếp hai chiều hiệu quả nhất giữa doanh nghiệp, cộng đồng tài chính và các bên liên quan khác, cuối cùng góp phần giúp chứng khoán của công ty đạt được định giá hợp lý” (NIRI, 2018).

Từ góc độ quản trị doanh nghiệp, IRM không chỉ đơn thuần là quá trình cung cấp thông tin tài chính mà còn là hoạt động chiến lược nhằm tối ưu hóa giá trị doanh nghiệp trên thị trường thông qua việc thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư hiện tại và tiềm năng. Định nghĩa này nhấn mạnh tầm quan trọng của sự minh bạch và tính chính xác trong việc cung cấp thông tin, đồng thời đảm bảo rằng doanh nghiệp có thể đáp ứng mong đợi của nhà đầu tư và nâng cao niềm tin trên thị trường.

Theo nghiên cứu của Laskin (2018), mục tiêu chính của IRM không chỉ là xây dựng mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà đầu tư, mà còn là quản lý kỳ vọng của các bên liên quan thông qua việc cung cấp thông tin chính xác và kịp thời. Quan điểm này phù hợp với giả thuyết thị trường hiệu quả của Fama (1970), theo đó giá trị chứng khoán trên thị trường phản ánh đầy đủ và công bằng tất cả các thông tin có sẵn. IRM không chỉ là hoạt động truyền thông một chiều từ doanh nghiệp đến nhà đầu tư mà còn bao gồm các nỗ lực tạo điều kiện cho sự tham gia tích cực của các cổ đông vào quá trình ra quyết định của doanh nghiệp. Điều này bao gồm việc tổ chức hội nghị nhà đầu tư, công bố báo cáo tài chính minh bạch, phát triển các kênh truyền thông hiệu quả và duy trì mối quan hệ bền chặt với cộng đồng tài chính. Nghiên cứu của Brown & Petersen (2015) cho thấy rằng việc sử dụng các công cụ như webcast tài chính giúp tăng cường sự hiểu biết của nhà đầu tư và cải thiện khả năng dự đoán hiệu suất doanh nghiệp.

Nhìn chung, khái niệm về quan hệ nhà đầu tư và quản trị quan hệ nhà đầu tư ngày càng được mở rộng, phản ánh sự phát triển của thị trường tài chính và nhu cầu ngày càng cao về tính minh bạch và trách nhiệm giải trình của doanh nghiệp. Việc thực hiện IRM hiệu quả không chỉ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa giá trị cổ đông mà còn tạo ra một nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững trong dài hạn.

2.2. Các lý thuyết có liên quan

❖ Lý thuyết thị trường hiệu quả (Efficient Market Hypothesis - EMH)

Lý thuyết thị trường hiệu quả do Fama (1970) đề xuất cho rằng giá chứng khoán phản ánh đầy đủ mọi thông tin sẵn có trên thị trường. Theo lý thuyết này, nếu thông tin được truyền tải một cách minh bạch và kịp thời, thị trường sẽ hoạt động hiệu quả, hạn chế tình trạng bất cân xứng thông tin giữa các nhà đầu tư và doanh nghiệp. Việc thực hiện quản trị quan hệ nhà đầu tư tốt giúp các công ty niêm yết xây dựng niềm tin với nhà đầu tư, từ đó nâng cao giá trị cổ phiếu và thu hút nguồn vốn dài hạn. Hơn nữa, lý thuyết này nhấn mạnh rằng bất kỳ sự chậm trễ hay thiếu minh bạch trong việc công bố thông tin đều có thể dẫn đến sự định giá sai của thị trường, gây ra rủi ro cho cả doanh nghiệp và nhà đầu tư.

Trong bối cảnh quản trị quan hệ nhà đầu tư, lý thuyết thị trường hiệu quả cho thấy tầm quan trọng của việc truyền tải thông tin chính xác, kịp thời để giúp cổ đông đưa ra quyết định đúng đắn. Doanh nghiệp cần tuân thủ các nguyên tắc công bố thông tin, báo cáo tài chính minh bạch, đồng thời sử dụng các kênh truyền thông phù hợp để đảm bảo tính công khai và toàn diện. Điều này giúp gia tăng lòng tin từ phía nhà đầu tư, giảm thiểu hiện tượng thao túng giá cổ phiếu và đảm bảo sự công bằng trên thị trường chứng khoán.

❖ Lý thuyết thể chế (Institutional Theory)

Lý thuyết thể chế do DiMaggio & Powell (1983) phát triển, cho rằng các tổ chức, doanh nghiệp có xu hướng tuân thủ các chuẩn mực, quy tắc và giá trị được thiết lập bởi các tổ chức thể chế trong môi trường của họ. Đối với quản trị quan hệ nhà đầu tư, lý thuyết này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tuân thủ các quy định pháp lý và áp dụng các thông lệ quản trị tốt để nâng cao uy tín và giảm thiểu rủi ro pháp lý. Các doanh nghiệp áp dụng quản trị quan hệ nhà đầu tư theo chuẩn mực quốc tế không chỉ thu hút các nhà đầu tư nước ngoài mà còn cải thiện vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Việc quản trị quan hệ nhà đầu tư theo lý thuyết thể chế đòi hỏi doanh nghiệp phải không ngừng điều chỉnh chiến lược quản trị quan hệ nhà đầu tư để phù hợp với các yêu cầu pháp lý và thông lệ tốt nhất trong ngành. Sự tuân thủ này không chỉ giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro pháp lý mà còn củng cố niềm tin từ các nhà đầu tư, tạo điều kiện cho sự phát triển bền vững và mở rộng phạm vi hoạt động trên thị trường quốc tế.

❖ *Lý thuyết đại diện (Agency theory)*

Lý thuyết đại diện của Jensen & Meckling (1979) tập trung vào mối quan hệ giữa nhà quản trị và cổ đông, nhấn mạnh sự khác biệt về lợi ích giữa hai bên. Quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc giảm thiểu vấn đề đại diện bằng cách cung cấp thông tin minh bạch và tăng cường trách nhiệm giải trình của ban lãnh đạo. Mâu thuẫn lợi ích có thể phát sinh khi nhà quản trị theo đuổi lợi ích cá nhân thay vì tối đa hóa giá trị cho cổ đông.

Trong thực tế, khi doanh nghiệp thực hiện quản trị quan hệ nhà đầu tư hiệu quả, các cổ đông có thể giám sát hoạt động của ban lãnh đạo một cách dễ dàng hơn, từ đó tạo ra sự hài hòa lợi ích và thúc đẩy phát triển bền vững. Các biện pháp như tăng cường công khai thông tin, tổ chức các cuộc họp thường niên và cung cấp báo cáo minh bạch sẽ góp phần xây dựng lòng tin, tạo ra môi trường minh bạch và hạn chế hành vi trục lợi từ phía nhà quản trị.

❖ *Lý thuyết tín hiệu (Signalling theory)*

Lý thuyết tín hiệu của Spence (1973) đề cập đến cách doanh nghiệp truyền tải thông tin để gửi đi tín hiệu tích cực cho thị trường. Một chiến lược quản trị quan hệ nhà đầu tư hiệu quả giúp doanh nghiệp truyền tải các thông tin minh bạch, làm tăng niềm tin của nhà đầu tư vào doanh nghiệp. Các tín hiệu mạnh mẽ từ doanh nghiệp có thể bao gồm công bố kết quả tài chính khả quan, chiến lược phát triển bền vững và kế hoạch đầu tư dài hạn.

Các doanh nghiệp áp dụng lý thuyết tín hiệu trong quản trị quan hệ nhà đầu tư thường sử dụng các báo cáo tài chính chi tiết, tổ chức hội nghị nhà đầu tư để gửi thông điệp tích cực về hoạt động kinh doanh và tiềm năng phát triển. Khi nhà đầu tư nhận được các tín hiệu đáng tin cậy từ doanh nghiệp, họ sẽ cảm thấy yên tâm và sẵn sàng đầu tư dài hạn, góp phần nâng cao giá trị doanh nghiệp và cải thiện quan hệ giữa doanh nghiệp và cổ đông.

❖ *Lý thuyết phụ thuộc nguồn lực (Resource Dependence Theory)*

Lý thuyết này do Pfeffer & Salancik (1978) phát triển, nhấn mạnh rằng doanh nghiệp phụ thuộc vào các nguồn lực từ bên ngoài, bao gồm nhà đầu tư, khách hàng và nhà cung cấp. Do đó, quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong

việc tạo dựng và duy trì các mối quan hệ chiến lược, giúp doanh nghiệp tiếp cận và duy trì nguồn vốn cần thiết.

Theo lý thuyết này, doanh nghiệp cần xây dựng một hệ thống quan hệ nhà đầu tư chặt chẽ để thu hút và duy trì sự quan tâm của các cổ đông chiến lược. Bằng cách tạo dựng lòng tin thông qua minh bạch thông tin và xây dựng hình ảnh tích cực, doanh nghiệp có thể cải thiện khả năng huy động vốn, mở rộng hoạt động và đảm bảo sự phát triển bền vững. Hơn nữa, việc quản trị quan hệ nhà đầu tư hiệu quả giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro từ các yếu tố bên ngoài, tạo ra sự ổn định trong môi trường kinh doanh đầy biến động.

2.3. Công cụ trong hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư

Công cụ trong hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và duy trì niềm tin của các cổ đông. Các công cụ chính bao gồm truyền thông xã hội, đối thoại trực tiếp, báo cáo tài chính, thông tin một chiều và các kênh truyền thông khác. Việc áp dụng các công cụ này không chỉ giúp doanh nghiệp cung cấp thông tin kịp thời mà còn tăng cường sự tương tác với nhà đầu tư, góp phần nâng cao hiệu quả quản trị và giá trị doanh nghiệp.

❖ Truyền thông mạng xã hội (Social media)

Truyền thông mạng xã hội là một công cụ quan trọng trong quản trị quan hệ nhà đầu tư, giúp doanh nghiệp kết nối trực tiếp với cổ đông và công chúng. Các nền tảng như LinkedIn, Twitter và Facebook cho phép doanh nghiệp chia sẻ thông tin kịp thời, phản hồi các câu hỏi của nhà đầu tư và thể hiện tính minh bạch trong hoạt động kinh doanh. Theo nghiên cứu của Blankespoor và cộng sự (2014) hay Blankespoor (2022), việc sử dụng truyền thông xã hội có thể làm tăng mức độ tiếp cận thông tin và cải thiện lòng tin từ phía nhà đầu tư. Tuy nhiên, việc sử dụng truyền thông xã hội cũng đi kèm với thách thức liên quan đến quản lý thông tin và rủi ro về tính chính xác của nội dung được đăng tải.

Trong một nghiên cứu về việc áp dụng phương tiện truyền thông xã hội dựa trên Web 2.0 cho quan hệ nhà đầu tư trong bối cảnh Trung Đông, von Alberti-Alhtaybat & Al-Htaybat (2016) xác định nhiều tiền đề khác nhau của việc áp dụng dựa trên lý thuyết thể chế, bao gồm các hướng dẫn và hạn chế theo quy định. Nghiên cứu của Alexander & Gentry (2014) cũng thảo luận về xu hướng tương lai và đưa ra các khuyến nghị để triển khai phương tiện truyền thông xã hội trong các sáng kiến quan hệ nhà đầu tư.

❖ Đối thoại trực tiếp

Đối thoại trực tiếp thông qua các hội nghị cổ đông, cuộc gặp mặt và sự kiện nhà đầu tư là một phương tiện quan trọng để xây dựng mối quan hệ bền chặt giữa doanh nghiệp và cổ đông. Các buổi đối thoại này cung cấp cơ hội cho doanh nghiệp trình bày chi tiết về tình hình tài chính, chiến lược phát triển và trả lời thắc mắc của cổ đông. Nghiên cứu của Holland (2005) nhấn mạnh rằng đối thoại trực tiếp giúp cải thiện sự hiểu biết của nhà đầu tư về doanh nghiệp và tạo ra môi trường đối thoại cởi mở, góp phần xây dựng lòng tin lâu dài.

Theo Marston (2008), các công ty hàng đầu của Anh coi các cuộc họp một-một với các nhà phân tích và nhà đầu tư là kênh giao tiếp quan trọng nhất vào năm 1991 và 2002. Green và cộng sự (2014) lập luận rằng các công ty đầu tư nhiều nguồn lực

hơn vào tương tác cá nhân khi chuẩn bị nền tảng cho các giao dịch trên thị trường vốn. Bắt nguồn từ cách tiếp cận ngôn ngữ đối với IR, Palmieri và cộng sự (2015) nghiên cứu các cuộc gọi thu nhập để xác định cách các đại diện và nhà phân tích của công ty tham gia vào cuộc đối thoại. Họ chỉ ra rằng đại diện doanh nghiệp (Giám đốc điều hành – Chief Executive Officer - CEO hoặc Giám đốc tài chính – Chief Financial Officer - CFO) đóng vai trò là người bảo vệ và biện minh cho quan điểm của doanh nghiệp (đặc biệt là về mặt đánh giá và dự đoán), trong khi các nhà phân tích đóng vai trò là người phản diện, thách thức các giả định đưa ra trong các bài thuyết trình của doanh nghiệp. Bổ sung cho quan điểm này, Roberts và cộng sự (2006) đã tiến hành các cuộc phỏng vấn định tính để phân tích các cuộc họp giữa giám đốc tài chính hoặc quản lý quan hệ nhà đầu tư và các nhà đầu tư, cho thấy rằng mối quan hệ quyền lực có xu hướng không đối xứng vì đại diện doanh nghiệp khởi xướng các cuộc họp và đi gặp các nhà quản lý quỹ để trình bày các diễn biến gần đây của doanh nghiệp.

❖ *Báo cáo tài chính và thông tin một chiều*

Báo cáo tài chính là công cụ truyền thống và quan trọng nhất trong quản trị quan hệ nhà đầu tư, cung cấp thông tin chi tiết về tình hình tài chính và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Báo cáo tài chính định kỳ giúp nhà đầu tư đánh giá chính xác giá trị doanh nghiệp và đưa ra quyết định đầu tư phù hợp. Theo chuẩn mực IFRS và GAAP, báo cáo tài chính phải đảm bảo tính minh bạch, trung thực và phù hợp với các nguyên tắc kế toán quốc tế, giúp tạo dựng niềm tin từ phía nhà đầu tư. Theo nghiên cứu của Lehavy và cộng sự (2011), các báo cáo tài chính phức tạp, khó đọc có thể làm giảm hiệu quả thông tin và khiến các nhà phân tích mất nhiều thời gian hơn để đưa ra quyết định.

Thông tin một chiều được cung cấp qua các kênh như trang web doanh nghiệp, thông cáo báo chí và bản tin nội bộ đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính minh bạch và kịp thời. Nghiên cứu của Guillaumon-Saoorin & Martínez-López (2013) cảnh báo rằng một số hoạt động tiết lộ trên internet có thể gây hiểu lầm và làm giảm độ tin cậy của thông tin tài chính. Hassink và cộng sự (2008) phân tích chất lượng thông tin được cung cấp trong email gửi cho các nhà báo so với email gửi cho các nhà đầu tư. Kết quả cho thấy các nhà báo nhận được ít phản hồi hơn đáng kể với thông tin ít liên quan hơn. Nhìn chung, nghiên cứu về việc sử dụng các công cụ truyền thông gián tiếp, chính thức và chủ yếu là một chiều toàn diện hơn nhiều. Các công ty cần xây dựng hệ thống thông tin một chiều hiệu quả để đảm bảo cung cấp nội dung có giá trị, chính xác, tránh những vấn đề tiêu cực liên quan đến minh bạch thông tin.

❖ *Trang web quan hệ nhà đầu tư và hệ thống quan hệ nhà đầu tư trực tuyến*

Các trang web quan hệ nhà đầu tư (IR) là một công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp công bố thông tin minh bạch và dễ dàng tiếp cận với cổ đông. Hầu hết các nghiên cứu về trang web IR tập trung vào các yếu tố quyết định truyền thông tài chính trên web. Dựa trên phân tích trang web của 60 công ty niêm yết tại Thụy Điển, Hedlin (1999) cho thấy có ba giai đoạn phát triển trong việc sử dụng internet làm phương tiện truyền thông thông tin cho nhà đầu tư: thiết lập sự hiện diện trên web; sử dụng internet để truyền đạt thông tin cho nhà đầu tư; và sử dụng đầy đủ các khả năng tương tác của phương tiện này cho mục đích IR. Tuy nhiên, nghiên cứu của Đordević và cộng sự

(2012) cho thấy nhiều doanh nghiệp vẫn chưa tận dụng hết tiềm năng của công nghệ IR trực tuyến để tăng cường sự gắn kết với nhà đầu tư. Vào thời điểm đó, phần lớn các công ty đang ở giai đoạn thứ hai, chỉ có một số ít công ty khám phá hết tiềm năng của IR trực tuyến tương tác. Phân tích so sánh của Geerings và cộng sự (2003) cho thấy các công ty Pháp và Hà Lan sử dụng trang web IR rộng rãi và chuyên sâu hơn các công ty Bỉ, nhưng không đưa ra lời giải thích. Các công ty lớn hơn có xu hướng đầu tư nhiều hơn vào IR trực tuyến do tính sẵn có của nguồn lực. Pozniak và cộng sự (2013) cố gắng xác định ảnh hưởng của hiệu suất công ty đến mức độ công bố tài chính trực tuyến tại Pháp. Kết quả cho thấy hiệu suất tài chính ảnh hưởng tiêu cực đến việc tiết lộ trực tuyến, được hiểu là một chiến thuật phòng thủ (Pozniak, 2010).

Các hệ thống quản trị quan hệ nhà đầu tư như Nasdaq IR Insight hay S&P Global IR Solutions cung cấp nền tảng để doanh nghiệp tổ chức thông tin, gửi thông báo và phân tích phản hồi từ cổ đông một cách chuyên nghiệp. Việc áp dụng hệ thống IR giúp doanh nghiệp duy trì mối quan hệ bền chặt với nhà đầu tư, cung cấp dữ liệu có giá trị để hoạch định chiến lược IR hiệu quả hơn.

Nhìn chung, các công cụ trong hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư bao gồm truyền thông xã hội, đối thoại trực tiếp, báo cáo tài chính, thông tin một chiều và các nền tảng IR trực tuyến đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng và duy trì lòng tin của cổ đông. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng sử dụng đồng bộ và hiệu quả các công cụ này có thể giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả truyền thông, cải thiện mức độ tiếp cận thông tin và tạo dựng lòng tin với nhà đầu tư. Sự phát triển của công nghệ và các yêu cầu mới từ thị trường tài chính đòi hỏi doanh nghiệp cần phải liên tục đổi mới trong quản trị quan hệ nhà đầu tư để duy trì lợi thế cạnh tranh và đảm bảo sự phát triển bền vững.

2.4. Tác động của quản trị quan hệ nhà đầu tư tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp

Quản trị quan hệ nhà đầu tư (IRM) đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua nhiều khía cạnh khác nhau. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng việc thực hiện chiến lược IRM hiệu quả có thể cải thiện tính thanh khoản của cổ phiếu, tăng cường tính chính xác trong dự báo, xây dựng danh tiếng doanh nghiệp, và tối ưu hóa mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các bên liên quan.

❖ Tính thanh khoản và giá cổ phiếu

Quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện tính thanh khoản của cổ phiếu và nâng cao giá trị thị trường của doanh nghiệp. Theo nghiên cứu của Bushee & Miller (2012), các công ty thực hiện quản trị IRM chuyên nghiệp thường có mức độ giao dịch cổ phiếu cao hơn, đồng thời giá cổ phiếu của họ ổn định hơn so với các công ty không chú trọng đến quan hệ nhà đầu tư. Thông tin được truyền đạt minh bạch và kịp thời giúp giảm thiểu bất cân xứng thông tin giữa doanh nghiệp và nhà đầu tư, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình định giá cổ phiếu chính xác hơn (Brown & Petersen, 2015). Ngoài ra, nghiên cứu của Lehavy và cộng sự (2011) cũng chỉ ra rằng khả năng tiếp cận thông tin của nhà đầu tư ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định giao dịch, từ đó tác động đến tính thanh khoản của cổ phiếu.

Việc minh bạch trong công bố thông tin không chỉ giúp cải thiện tính thanh khoản mà còn làm giảm mức độ biến động giá cổ phiếu trên thị trường. Các công ty có chiến lược IRM hiệu quả thường duy trì một mức giá cổ phiếu ổn định, tránh tình trạng đầu cơ và giao dịch không lành mạnh (Diamond & Verrecchia, 1991). Sự rõ ràng trong truyền tải thông tin giúp các nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận và đưa ra quyết định kịp thời, từ đó làm tăng khối lượng giao dịch và giảm thiểu rủi ro thị trường.

❖ *Tính chính xác trong dự báo*

Quản trị quan hệ nhà đầu tư có tác động trực tiếp đến tính chính xác trong dự báo tài chính. Nghiên cứu của Healy & Palepu (2001) cho thấy rằng những công ty có hệ thống IRM hiệu quả thường cung cấp thông tin chi tiết và minh bạch hơn, giúp các nhà phân tích tài chính đưa ra dự báo chính xác hơn. Một hệ thống IRM mạnh mẽ đảm bảo rằng thông tin tài chính không chỉ được công bố đầy đủ mà còn dễ tiếp cận, giúp giảm thiểu sự khác biệt trong ước tính thu nhập của các nhà phân tích (Gupta và cộng sự, 2022).

Ngoài ra, các nghiên cứu đã chỉ ra rằng chất lượng thông tin từ hoạt động IRM có ảnh hưởng đến mức độ chính xác của dự báo thu nhập và ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của các nhà đầu tư tổ chức (Hassan & Marston, 2019). Các doanh nghiệp có chiến lược quan hệ nhà đầu tư hiệu quả thường có sự nhất quán trong báo cáo tài chính và định hướng phát triển, giúp các nhà đầu tư dễ dàng đưa ra dự đoán chính xác về xu hướng tài chính trong tương lai.

❖ *Danh tiếng doanh nghiệp*

Quản trị quan hệ nhà đầu tư là một yếu tố quan trọng trong việc xây dựng và bảo vệ danh tiếng doanh nghiệp. Theo nghiên cứu của Fombrun & Shanley (1990), một chiến lược IRM tốt giúp doanh nghiệp truyền tải hình ảnh tích cực ra công chúng, gia tăng sự tin tưởng từ các cổ đông và tạo ra lợi thế cạnh tranh dài hạn. Các hoạt động như công bố thông tin minh bạch, tổ chức hội nghị nhà đầu tư và quản lý tốt khủng hoảng thông tin có thể giúp doanh nghiệp xây dựng danh tiếng vững chắc trên thị trường.

Một danh tiếng tốt sẽ giúp doanh nghiệp thu hút nhiều nhà đầu tư tiềm năng, tạo ra sự trung thành từ các bên liên quan và nâng cao giá trị thương hiệu. Gupta và cộng sự (2022) cho rằng sự nhất quán trong truyền thông của doanh nghiệp với nhà đầu tư góp phần tạo dựng uy tín lâu dài, giảm thiểu rủi ro về mặt hình ảnh trong mắt cổ đông, từ đó giúp doanh nghiệp đạt được nhiều lợi ích bền vững hơn trong thị trường cạnh tranh.

❖ *Sự thu hút và giữ chân nhà đầu tư*

Một chiến lược quản trị quan hệ nhà đầu tư hiệu quả không chỉ giúp thu hút các nhà đầu tư mới mà còn góp phần duy trì lòng trung thành của các nhà đầu tư hiện tại. Theo nghiên cứu của Barker (1998), các doanh nghiệp có chính sách IRM rõ ràng và chủ động trong việc cung cấp thông tin có tỷ lệ giữ chân nhà đầu tư cao hơn. Việc cung cấp thông tin một cách minh bạch và kịp thời giúp giảm thiểu sự không chắc chắn, tạo cảm giác an toàn cho nhà đầu tư, từ đó gia tăng sự gắn bó của họ đối với doanh nghiệp (Holland, 2005).

Hơn nữa, việc duy trì mối quan hệ chặt chẽ với nhà đầu tư giúp doanh nghiệp có thể dễ dàng huy động vốn trong tương lai, đặc biệt là từ các quỹ đầu tư tổ chức. Các doanh nghiệp áp dụng IRM hiệu quả thường có tỷ lệ biến động cổ đông thấp hơn, điều này giúp họ ổn định trong chiến lược kinh doanh và dễ dàng thu hút các nguồn vốn dài hạn hơn.

❖ *Khả năng huy động vốn*

Một hệ thống quản trị quan hệ nhà đầu tư hiệu quả giúp doanh nghiệp dễ dàng huy động vốn từ thị trường tài chính. Nghiên cứu của Diamond & Verrecchia (1991) cho thấy rằng các công ty minh bạch và thường xuyên cập nhật thông tin về tình hình tài chính của họ có khả năng thu hút vốn dễ dàng hơn và với chi phí thấp hơn. Nhà đầu tư thường có xu hướng đầu tư vào những công ty có IRM tốt, do họ cảm thấy tin tưởng vào tính minh bạch và khả năng quản trị rủi ro của doanh nghiệp.

Ngoài ra, việc minh bạch thông tin còn giúp doanh nghiệp giảm chi phí vốn, do nhà đầu tư đánh giá thấp rủi ro và yêu cầu lợi tức thấp hơn (Leuz & Verrecchia, 2000). Điều này mang lại lợi thế cạnh tranh lớn cho doanh nghiệp, giúp họ có thể huy động vốn một cách hiệu quả hơn so với các đối thủ trong ngành.

❖ *Sự minh bạch và tuân thủ quy định*

Quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo doanh nghiệp tuân thủ các quy định pháp lý và nâng cao tính minh bạch trong báo cáo tài chính. Theo nghiên cứu của Karolyi & Liao (2017), các công ty tuân thủ tốt các quy định IRM có xu hướng được đánh giá cao hơn bởi các tổ chức giám sát thị trường và có ít rủi ro liên quan đến vi phạm quy định. Việc cung cấp thông tin đầy đủ và rõ ràng giúp giảm thiểu rủi ro pháp lý và tăng cường sự minh bạch trong hoạt động kinh doanh.

Tính minh bạch không chỉ là một yêu cầu pháp lý mà còn là yếu tố giúp doanh nghiệp tạo dựng niềm tin với cổ đông và đối tác. Các doanh nghiệp có chiến lược IRM hiệu quả thường có khả năng đối phó tốt hơn với các cuộc kiểm toán và giám sát từ các cơ quan quản lý, từ đó đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững.

3. Thực tiễn về hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư trên thế giới

❖ *Thực trạng sau giai đoạn bong bóng*

Đạo luật Sarbanes-Oxley, còn được gọi là Đạo luật Cải cách Kế toán Công ty Đại chúng và Bảo vệ Nhà đầu tư, được thông qua vào năm 2002, tăng yêu cầu báo cáo đối với các công ty đại chúng. Điều này mở rộng nhu cầu các công ty đại chúng phải có các phòng ban nội bộ chuyên về quan hệ nhà đầu tư, tuân thủ báo cáo và phổ biến thông tin tài chính chính xác. Sau cuộc khủng hoảng tài chính, Chính quyền Obama đã thông qua Đạo luật Cải cách Phố Wall và Bảo vệ Người tiêu dùng Dodd-Frank năm 2009 để ngăn chặn các tổ chức tài chính chấp nhận rủi ro quá mức và đưa ra các biện pháp mới để ngăn chặn các bên cho vay lợi dụng nhà đầu tư. Để đạt được điều này, luật đã thành lập một cơ quan độc lập có tên là Cục Bảo vệ Tài chính Người tiêu dùng (CFPB) có nhiệm vụ thiết lập và thực thi các quy tắc rõ ràng, chuẩn hóa cho các công ty cung cấp dịch vụ tài chính. Luật này đã củng cố mối quan hệ với nhà đầu tư bằng cách yêu cầu minh bạch hơn trên toàn bộ hệ thống tài chính. Tương tự như vậy, luật này đã củng cố Đạo luật Trách nhiệm, Trách nhiệm và Công bố Thẻ tín dụng (CARD)

năm 2009, yêu cầu các bên phát hành phải công bố rõ ràng lãi suất và phí để giúp khách hàng đưa ra quyết định tài chính sáng suốt hơn. Ngoài ra, các cải cách này cấm các công ty thẻ tín dụng tiếp thị trực tiếp các chương trình khuyến mãi cho người tiêu dùng trẻ tuổi.

Sau giai đoạn Covid-19, tình hình kinh doanh của các doanh nghiệp cũng gặp rất nhiều khó khăn trong việc tăng trưởng do chịu tác động từ biến động lãi suất và yếu tố căng thẳng địa chính trị. Các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc huy động vốn mới và sự dịch chuyển nhanh chóng của dòng tiền cũng khiến doanh nghiệp khó có thể duy trì được nhóm nhà đầu tư trung thành. Theo khảo sát, 45% các doanh nghiệp lưu ý rằng việc nhắm các nhà đầu tư mục tiêu sẽ là thách thức quan trọng nhất trong giai đoạn tới. Đồng thời, việc tìm kiếm các nhà đầu tư mới cũng giống như việc tạo ra và tiếp thị một câu chuyện đầu tư hấp dẫn như việc xây dựng danh sách và tiến hành tiếp cận. Để giành chiến thắng hiệu quả trong việc tìm kiếm các nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán, các doanh nghiệp phải chứng minh công ty của họ khác biệt như thế nào so với các cơ hội đầu tư ngang hàng và công ty phải có đủ thanh khoản, tăng trưởng doanh thu và chi phí vốn ít biến động. Có đến 50% giám đốc điều hành và 43% nhà đầu tư cá nhân tin rằng thị trường không hiểu câu chuyện của công ty và cách mà các nhà quản trị thúc đẩy giá trị cổ đông.

Đối với các công ty vốn hóa lớn, có đến 67% số doanh nghiệp dành thời gian cho công việc theo đuổi tăng trưởng và hiệu quả kết nối với các cổ đông, đặc biệt là các cổ đông chiến lược. Điều này đã giúp cho các doanh nghiệp luôn đảm bảo tăng trưởng dài hạn về vốn hóa. Đồng thời, nền kinh tế toàn cầu đang phải chịu tác động từ nhiều biến số khó lường, ngay đến cả các công ty tốt nhất cũng gặp phải các rủi ro. Chỉ riêng năm 2023, thế giới đã chứng kiến sự sụp đổ của Ngân hàng Silicon Valley, hoặc thậm chí là cay cổ thụ trong giới tài chính là Credit Suisse. Đối với các công ty nhỏ hơn, các doanh nghiệp quan tâm nhiều đến biến động cổ phiếu, đây sẽ là thách thức hàng đầu. Không có gì ngạc nhiên khi chỉ số Russell 2000 có biến động lớn và tăng trưởng kém hiệu quả hơn các chỉ số vốn hóa lớn như S&P500, Dow Jones và Nasdaq. Đối với các công ty nhỏ, bán khống khi có các sự kiện bất ngờ cũng là vấn nạn lớn trong năm 2022-2023.

Có nhiều cách để giảm sự biến động cũng như các tác động bất thường từ nhiều yếu tố, Quan hệ nhà đầu tư (IR) được xem là giải pháp mang lại hiệu quả để giảm thiểu tác động. IR giám sát các biến động và xây dựng mối quan hệ bền chặt hơn với các cổ đông hiện tại và đa dạng hóa nhóm nhà đầu tư, trong đó việc tìm kiếm và tăng số lượng nhà đầu tư dài hạn thông qua IR được xem là yếu tố then chốt để tăng tính ổn định cho cổ phiếu.

❖ *Hoạt động quan hệ nhà đầu tư trong bối cảnh toàn cầu hóa*

Doanh nghiệp ngày càng hướng đến nguồn vốn quốc tế, trong khi nhà đầu tư thì đang tìm kiếm cơ hội khắp toàn cầu. Trong bối cảnh toàn cầu hóa như hiện nay, những kỹ năng chuyên biệt trong hoạt động quan hệ nhà đầu tư sẽ đem lại cho doanh nghiệp nhiều lợi thế. Các chuyên gia hoạt động quan hệ nhà đầu tư với tầm quan hệ rộng và hiểu biết sâu về thị trường vốn có thể tìm được những nhà đầu tư phù hợp vượt ra ngoài thị trường vốn nội địa, bằng chứng là trong thời gian gần đây, thị trường chứng

khoán Mỹ cũng đã đón nhận làn sóng niềm yếm từ các doanh nghiệp tại Trung Quốc và các quốc gia khác nhằm tìm kiếm cơ hội huy động vốn tại Mỹ và ngược lại.

❖ *Nếu như năm 2022 là yếu tố thanh khoản và niềm tin nhà đầu tư thì năm 2023-2024 là hai năm của sự biến động.*

Quan hệ nhà đầu tư (IR) đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý sự biến động của cổ phiếu và thúc đẩy sự đổi mới và tăng trưởng của công ty vì họ xây dựng mối quan hệ với các nhà đầu tư hiện tại và tiềm năng, đồng thời đảm bảo rằng cộng đồng đầu tư hiểu được các yếu tố khác biệt và động lực giá trị của công ty.

Một trong những chức năng quan trọng nhất của IR mà các doanh nghiệp ít nhận ra là khả năng bao quát về cơ cấu cổ đông cũng như các chiến lược dài hạn để cải thiện cơ cấu cổ đông tăng tính bền vững cho doanh nghiệp (đây là khả năng nhìn xa trông rộng của IR). Khả năng nhìn xa trông rộng của IR nghĩa là doanh nghiệp hiểu sâu sắc về cơ cấu cổ đông, rủi ro và cơ hội, cũng như các động lực giá trị thực tế và trách nhiệm của công ty đối với các nhà đầu tư khi họ quyết định đầu tư vào đâu để tăng giá trị cho cổ đông. Khảo sát cho thấy có đến 53% các doanh nghiệp có kế hoạch dành nhiều thời gian hơn để xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với các cổ đông hiện tại.

❖ *Thách thức về chi phí vốn*

Mặc dù giá trị dài hạn của cổ phiếu tương quan 100% với hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nhưng giá cổ phiếu theo ngày, theo tháng hay theo năm đều quan trọng vì nó quyết định đến mức chi phí vốn của doanh nghiệp và chi phí vốn lại là tiền thật. Có thể thấy rằng muốn huy động được tiền thì phải tốn tiền – thường dưới hình thức như trả lãi hay phải bán đi một phần của doanh nghiệp. Chi phí của vốn vay là lãi phải trả và lãi càng thấp thì chi phí vốn càng thấp. Chi phí của vốn chủ sở hữu là giá mà nhà đầu tư sẵn lòng trả cho mỗi cổ phần. Trong trường hợp này, giả sử lợi nhuận không đổi thì giá mỗi cổ phần càng cao tương ứng với chi phí vốn của doanh nghiệp càng thấp, bởi vì lúc đó để huy động cùng một số tiền, doanh nghiệp phát hành ít cổ phần hơn.

Những khái niệm tương đối đơn giản này lại có tác động sâu sắc đến khả năng tạo ra lợi nhuận và duy trì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Việc hạ thấp chi phí vốn là mối quan tâm lớn của Giám đốc điều hành (CEO) và Giám đốc tài chính (CFO) trong điều hành doanh nghiệp và tạo ra giá trị cho cổ đông. Và đây là một trách nhiệm quan trọng.

Về dài hạn, kể từ sau 2020, lợi suất trái phiếu toàn cầu đã phá vỡ xu hướng giảm dài hạn sau khi tạo đỉnh từ năm 1981 (Hình 1 – Diễn biến lợi suất trái phiếu Mỹ kỳ hạn 10 năm), điều này có thể thấy áp lực chi phí vốn từ thị trường nợ có thể sẽ gia tăng trong dài hạn và nền kinh tế toàn cầu đang dần đi qua môi trường lãi suất thấp. Đồng thời, áp lực lạm phát cao duy trì trong dài hạn do tác động từ căng thẳng thương mại giữa các quốc gia, cùng với rủi ro địa chính trị sẽ khiến lãi suất có thể sẽ tiếp tục gia tăng trong dài hạn.

Vì vậy, các doanh nghiệp cũng sẽ đối mặt với áp lực chi phí vốn tăng do ảnh hưởng từ lãi suất cao, điều này buộc các doanh nghiệp sẽ phải thay đổi cấu trúc huy động vốn trên thị trường chứng khoán để giảm tỷ lệ đòn bẩy nợ/vốn chủ sở hữu bằng cách tăng số lượng cổ phần và tạo ra thặng dư vốn trong các đợt phát hành để tăng lợi ích cổ

đồng. Do đó, hoạt động quan hệ nhà đầu tư cũng sẽ giải quyết được thách thức chi phí vốn cho các doanh nghiệp.



Hình 1: Diễn biến lợi suất trái phiếu Mỹ kỳ hạn 10 năm

(Nguồn: [US 10 Year Treasury Bond Note Yield - Quote - Chart - Historical Data - News](#), truy cập ngày 6/1/2025)

❖ Thực trạng thực hiện quan hệ nhà đầu tư tại một số quốc gia trên thế giới

Quan hệ nhà đầu tư tại Mỹ

Mỹ là quốc gia tiên phong trong lĩnh vực quản trị quan hệ nhà đầu tư (IR) với hệ thống quy định chặt chẽ và sự phát triển mạnh mẽ của các hoạt động truyền thông tài chính. Viện Quan hệ Nhà đầu tư Quốc gia (NIRI) là tổ chức đầu tiên trên thế giới cung cấp các tiêu chuẩn chuyên nghiệp cho IR, yêu cầu doanh nghiệp niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán phải tuân thủ các quy định khắt khe về công bố thông tin. Theo báo cáo của NIRI (2022), 92% công ty thuộc S&P 500 có bộ phận IR chuyên trách với ngân sách trung bình từ 500.000 đến 2 triệu USD mỗi năm. Các công ty như Apple, Microsoft và Amazon đều có chiến lược IR bài bản, bao gồm các sự kiện định kỳ như hội nghị nhà đầu tư, báo cáo tài chính chi tiết và cập nhật thông tin liên tục thông qua các kênh truyền thông hiện đại.

Sau những vụ bê bối tài chính lớn như Enron và WorldCom, Đạo luật Sarbanes-Oxley (2002) đã được ban hành nhằm tăng cường trách nhiệm giải trình và minh bạch tài chính. Theo đó, các công ty niêm yết phải công bố thông tin qua hệ thống EDGAR của Ủy ban Chứng khoán và Giao dịch Hoa Kỳ (SEC), đảm bảo tính công khai và công bằng. Điều này buộc các doanh nghiệp phải đầu tư mạnh vào IR để đảm bảo tuân thủ pháp luật và duy trì niềm tin với cổ đông. Thêm vào đó, Quy tắc Dodd-Frank (2010) tiếp tục thắt chặt quản trị doanh nghiệp, yêu cầu công khai các báo cáo chi tiết về lương thưởng điều hành và quản lý rủi ro.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, các doanh nghiệp Mỹ đang tích cực ứng dụng công nghệ vào hoạt động IR. Các nền tảng như webcast, trí tuệ nhân tạo và mạng xã hội (Twitter, LinkedIn) đang được sử dụng để tiếp cận nhà đầu tư theo thời gian thực. Ví dụ, Tesla đã sử dụng Twitter để thông báo nhanh chóng về các chiến lược và kết quả kinh doanh, giúp thu hút sự quan tâm lớn từ nhà đầu tư nhỏ lẻ. Việc tận dụng

công nghệ này giúp cải thiện hiệu quả truyền thông, giảm chi phí và mở rộng phạm vi tiếp cận nhà đầu tư trên toàn cầu

[Quan hệ nhà đầu tư tại Anh](#)

Tại Vương Quốc Anh, quản trị quan hệ nhà đầu tư (IR) là một phần thiết yếu trong hệ thống quản trị công ty, đặc biệt là đối với các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán London (London Stock Exchange - LSE). Quy tắc Quản trị Công ty Anh (UK Corporate Governance Code) yêu cầu các doanh nghiệp phải duy trì tính minh bạch, đảm bảo công bố thông tin đầy đủ, kịp thời và công bằng. Theo báo cáo của Investor Relations Society, hơn 80% công ty thuộc FTSE 100 có bộ phận IR riêng biệt, với vai trò tư vấn chiến lược và báo cáo thường xuyên cho hội đồng quản trị.

Một xu hướng đáng chú ý tại Anh là sự tích hợp các tiêu chuẩn ESG (Môi trường, Xã hội và Quản trị) vào các chương trình IR. Các công ty như Unilever và BP đã tiên phong trong việc báo cáo chi tiết về tác động môi trường và xã hội của họ, thu hút sự quan tâm lớn từ các quỹ đầu tư bền vững. Điều này giúp các doanh nghiệp không chỉ duy trì mối quan hệ bền vững với nhà đầu tư mà còn gia tăng giá trị thương hiệu và uy tín trên thị trường quốc tế.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Anh thường xuyên tổ chức các buổi hội nghị với nhà đầu tư trên toàn cầu, kết hợp giữa hình thức gặp mặt trực tiếp và trực tuyến. Các nền tảng công nghệ như AI và phân tích dữ liệu lớn được áp dụng để hiểu rõ hơn về nhu cầu và kỳ vọng của nhà đầu tư. Đặc biệt, theo quy định của LSE, các công ty phải duy trì các báo cáo tài chính trên website của mình trong vòng 5 năm, đảm bảo tính minh bạch lâu dài và dễ tiếp cận cho cộng đồng tài chính

[Quan hệ nhà đầu tư tại Singapore](#)

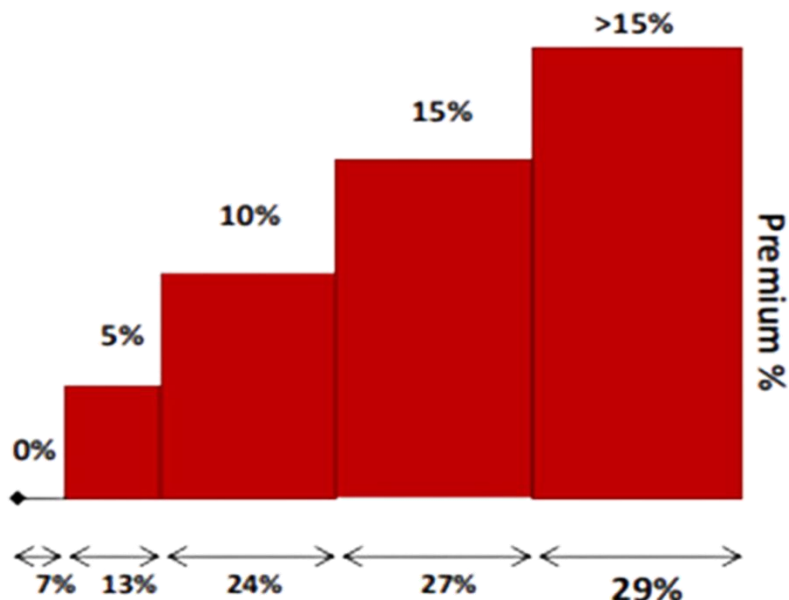
Singapore được coi là trung tâm tài chính của Đông Nam Á với hệ thống quản trị quan hệ nhà đầu tư (IRM) chuyên nghiệp, minh bạch và tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của Sở Giao dịch Chứng khoán Singapore (Singapore Exchange - SGX). Theo Hiệp hội Quan hệ Nhà đầu tư Singapore (Investor Relations Professionals Association Singapore - IRPAS), 91% công ty niêm yết tại SGX đã có bộ phận IR hoặc thuê dịch vụ tư vấn bên ngoài để đảm bảo tính minh bạch trong công bố thông tin. Các công ty lớn như DBS Bank, Singtel và CapitaLand áp dụng các chiến lược IR toàn diện thông qua các phương tiện truyền thông số và gặp gỡ nhà đầu tư thường xuyên.

Chính phủ Singapore đặt ra các yêu cầu chặt chẽ đối với doanh nghiệp niêm yết về việc cung cấp thông tin chính xác và kịp thời. Quy định của SGX-ST (Singapore Exchange Securities Trading Limited) yêu cầu các công ty phải công bố thông tin thông qua hệ thống SGXNet, đồng thời duy trì một website IR cập nhật đầy đủ các báo cáo tài chính, chiến lược kinh doanh và các thông tin về quản trị doanh nghiệp.

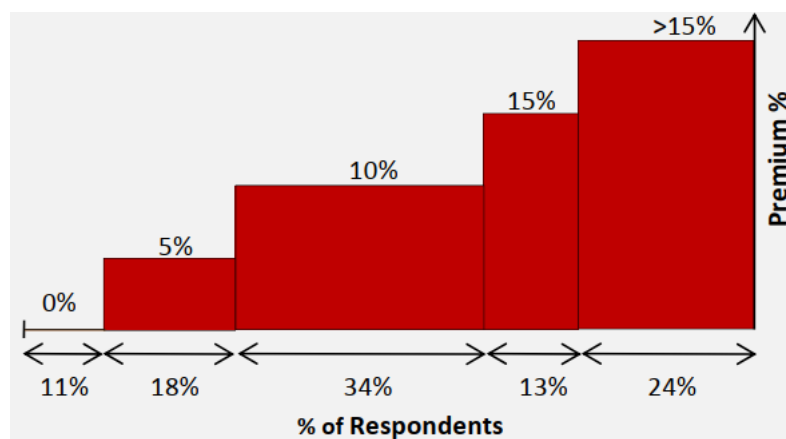
Dù vậy, một thách thức lớn tại Singapore là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (Small and Medium Enterprises - SMEs) vẫn gặp khó khăn trong việc triển khai hiệu quả các chiến lược IR do hạn chế về ngân sách và nguồn lực. Chính phủ đã có nhiều chương trình hỗ trợ để nâng cao năng lực quản trị IR, giúp các doanh nghiệp tiếp cận nhà đầu tư dễ dàng hơn, tạo điều kiện thuận lợi cho tăng trưởng bền vững.

Quan hệ nhà đầu tư tại Thái Lan

Theo kết quả khảo sát của Sở giao dịch chứng khoán Thái Lan đánh giá về hoạt động quan hệ nhà đầu tư cho thấy tỷ lệ cao nhà đầu tư sẵn sàng chi trả mức chênh lệch cao hơn cho các doanh nghiệp thực hiện hoạt động quan hệ nhà đầu tư tốt so với các doanh nghiệp có không có hoặc có hoạt động quan hệ nhà đầu tư kém.

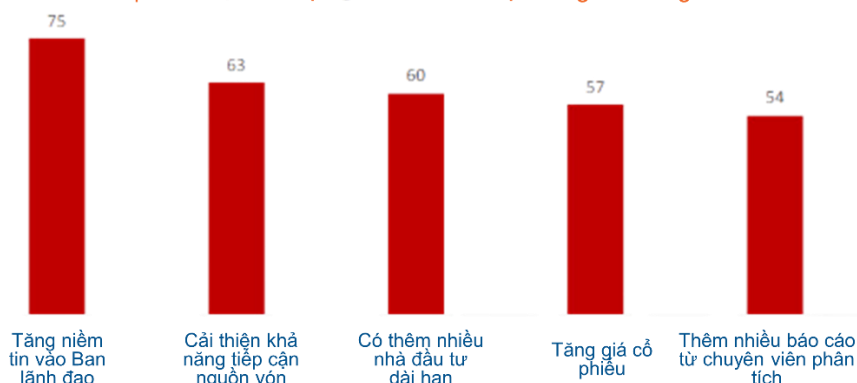


Tương tự thực hiện khảo 38 quỹ tại Singapore của trường Quản trị Singapore (Singapore Management University) cho thấy các quỹ đầu tư cũng sẽ sẵn sàng trả mức giá cổ phiếu cao hơn cho các doanh nghiệp làm tốt vai trò hoạt động quan hệ nhà đầu tư.



Ở một khảo sát khác về mức độ tuân thủ công bố thông tin của doanh nghiệp do Sở giao dịch chứng khoán Thái Lan làm khảo sát với các nhà đầu tư.

% phản hồi chỉ ra lợi ích chính của việc công bố thông tin



4. Thực tiễn về hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam

4.1. Tổng quan về thực trạng hoạt động quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam

Thị trường chứng khoán Việt Nam đã đi vào hoạt động kể từ năm 2000, đến nay, sau hơn 24 năm hoạt động thị trường chứng khoán Việt Nam đã có gần 1,700 doanh nghiệp niêm yết trên cả 3 sàn (HSX, HNX và Upcom) và giá trị vốn hóa của các cổ phiếu trên HSX tương đương 51.58% GDP năm 2023, tỷ lệ vốn hóa/GDP của thị trường chứng khoán Việt Nam đang thấp hơn so với các thị trường khác như thị trường chứng khoán Thái Lan chỉ có hơn 600 mã niêm yết nhưng tỷ lệ vốn hóa/GDP của Thái Lan đã lên tới 104.4% trong năm 2023. Do đó, thị trường chứng khoán Việt Nam có thể đạt quy mô số lượng cao nhưng quy mô chất lượng đang thấp.

Kể từ sau giai đoạn 2021, giá trị giao dịch của nhà đầu tư cá nhân chiếm trên 90% giá trị giao dịch trung bình của thị trường hàng ngày, điều này đã khiến cho thị trường chứng khoán Việt Nam biến động mạnh, nếu năm 2021 thị trường chứng khoán Việt Nam là thị trường tăng mạnh nhất thế giới thì thị trường chứng khoán Việt Nam lại là thị trường giảm mạnh nhất trong năm 2022. Ngoài ra, tỷ lệ sở hữu của các nhà đầu tư nước ngoài trong 2023 đã giảm xuống dưới 19%. Do vậy, thị trường chứng khoán Việt Nam đang có rủi ro rất cao khi phụ thuộc phần lớn vào nhà đầu tư cá nhân trong nước, điều này có thể sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến mục tiêu phát triển bền vững trên thị trường khoán và khó mang đến kênh huy động vốn hiệu quả cho các doanh nghiệp. Do đó, vấn đề cấp thiết hiện nay là cần triển khai hiệu quả của hoạt động quan hệ nhà đầu tư.

Có thể thấy rằng phần lớn chỉ có các doanh nghiệp vốn hóa lớn hoặc thậm chí chủ yếu là nhóm cổ phiếu VN30 là có triển khai hoạt động quan hệ nhà đầu tư hoặc có thành lập bộ phận quan hệ nhà đầu tư. Theo đó, tỷ lệ sở hữu nhà đầu tư nước chiếm tỷ trọng cao chủ yếu tập trung ở các cổ phiếu vốn hóa lớn như Ngân hàng (20%), Thực phẩm và đồ uống (32%), Chứng khoán và chứng chỉ quỹ ETF nội (33%), Công nghệ (44%), Bán lẻ (37%), Bảo hiểm (30%). Trong khi đó, nhóm cổ phiếu vốn hóa vừa và nhỏ phần lớn là chưa triển khai hoạt động quan hệ nhà đầu tư hiệu quả hoặc việc triển khai còn mang tính thời vụ cho nên sự biến động ở nhóm này là khá lớn và các doanh nghiệp cũng gặp rất nhiều khó khăn trong việc huy động vốn, đặc biệt là khả năng tiếp cận vốn với các nhà đầu tư nước ngoài.

Trong Luật chứng khoán 2019 và Thông tư 68/2024/TT-BTC, vai trò của hoạt động quan hệ nhà đầu tư đang được nâng cao và đóng vai trò quan trọng cho mục tiêu nâng hạng thị trường lên nhóm thị trường mới nổi. Đồng thời, việc đẩy mạnh niêm yết và cổ phần hóa các doanh nghiệp lớn và khối FDI trong giai đoạn tới, điều này sẽ làm gia tăng nhu cầu về hoạt động quan hệ nhà đầu tư. Ngoài ra, khi được chính thức nâng hạng thị trường, thị trường chứng khoán Việt Nam sẽ dễ dàng tiếp cận được với các quỹ quy mô lớn và đòi hỏi hoạt động quan hệ nhà đầu tư cần được đẩy mạnh hơn nhằm tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp tiếp cận được các quỹ có quy mô lớn.

❖ *Hoạt động quan hệ nhà đầu tư giải quyết các thách thức vốn hóa của thị trường chứng khoán Việt Nam*

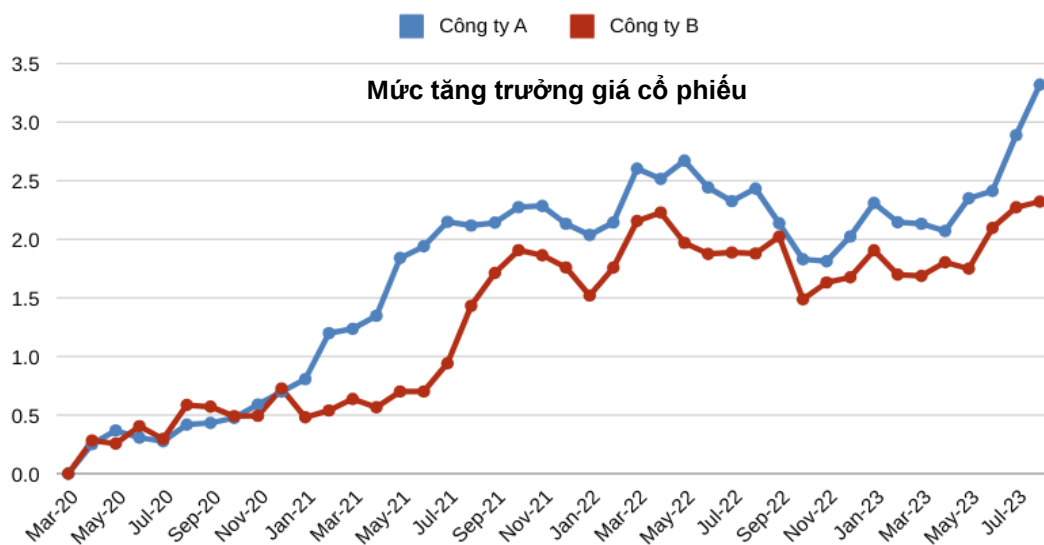
Giá trị vốn hóa của thị trường chứng khoán Việt Nam năm 2023 đạt mức 240 tỷ USD, tương đương 56% GDP Việt Nam 2023. Trong khi đó, tỷ lệ vốn hóa/GDP ở các nước trong khu vực đều đạt 100% hay trên 100% cho thấy chất lượng của thị trường chứng khoán Việt Nam đang ở mức thấp.

Trong chiến lược phát triển thị trường chứng khoán đến năm 2030 vừa được Thủ tướng phê duyệt, quy mô vốn hóa thị trường cổ phiếu sẽ đạt 100% GDP năm 2025 và 120% GDP năm 2030, con số này gần gấp đôi so với quy mô vốn hóa hiện tại. Do đó, để đạt được việc này thì thị trường chứng khoán cần nâng cấp chất lượng hàng hóa hiện tại cũng như việc bổ sung các hàng hóa chất lượng trong tương lai trên thị trường chứng khoán.

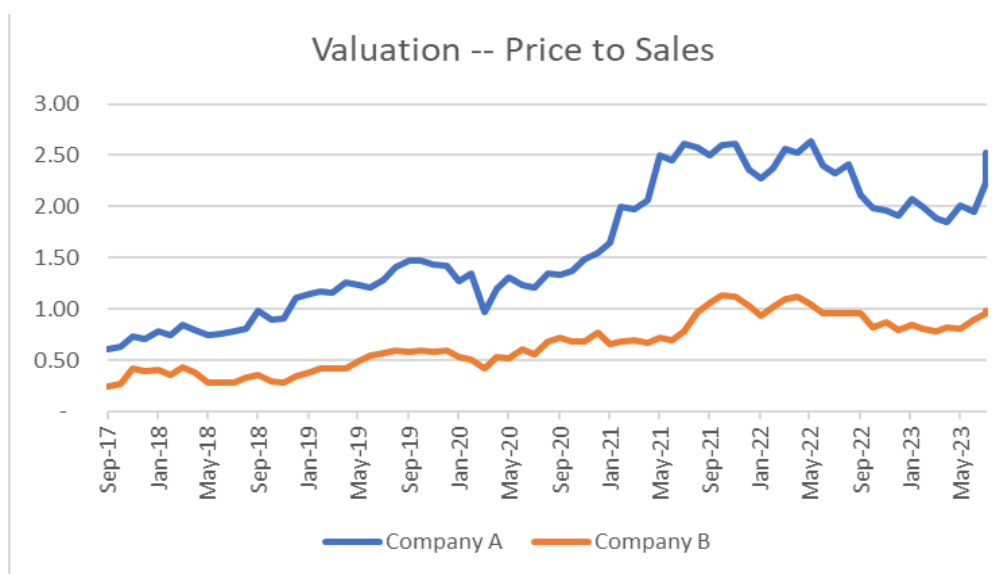
Một thách thức đáng kể nữa trong việc nâng giá trị vốn hóa của thị trường chứng khoán là định giá các doanh nghiệp. Trong các đợt phát hành cổ phiếu mới trên thị trường chứng khoán, để thực hiện việc huy động vốn phục vụ kinh doanh, các doanh nghiệp thường gặp phải việc khó khăn trong các đợt phát hành và nếu thực hiện phát hành thành công thì các doanh nghiệp cũng gặp bất lợi trong giá chào bán. Ngoài ra, việc phát hành cũng khó tiếp cận đến với các nhà đầu tư chiến lược và các nhà đầu tư dài hạn, đặc biệt là các nhà đầu tư tổ chức nước ngoài. Nếu lượng phát hành mới chủ yếu tập trung vào các nhà đầu tư cá nhân thì rủi ro biến động giá cổ phiếu trong tương lai có thể gia tăng khi phần lớn các nhà đầu tư cá nhân vẫn chủ yếu là giao dịch tần suất cao và theo hướng “trading” ngắn hạn.

Hoạt động quan hệ nhà đầu tư sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp tăng khả năng phát hành thành công. Đồng thời, giá trị định giá của doanh nghiệp được cấu thành bởi hai yếu tố chính là kết quả kinh doanh của doanh nghiệp và niềm tin của nhà đầu tư vào doanh nghiệp.

Theo quan sát trên thị trường chứng khoán Việt Nam, hai doanh nghiệp A và B cùng ngành, doanh nghiệp A có duy trì hoạt động quan hệ nhà đầu tư liên tục, trong khi đó doanh nghiệp B được đánh giá là không tổ chức hoạt động quan hệ nhà đầu tư hoặc hoạt động quan hệ nhà đầu tư kém thì mức tăng trưởng về giá trị cổ phiếu của doanh nghiệp A (hoặc giá trị vốn hóa) và định giá luôn vượt trội hơn so với cổ phiếu của doanh nghiệp B.



Hình 2: Mức tăng trưởng giá cổ phiếu 2020-2023



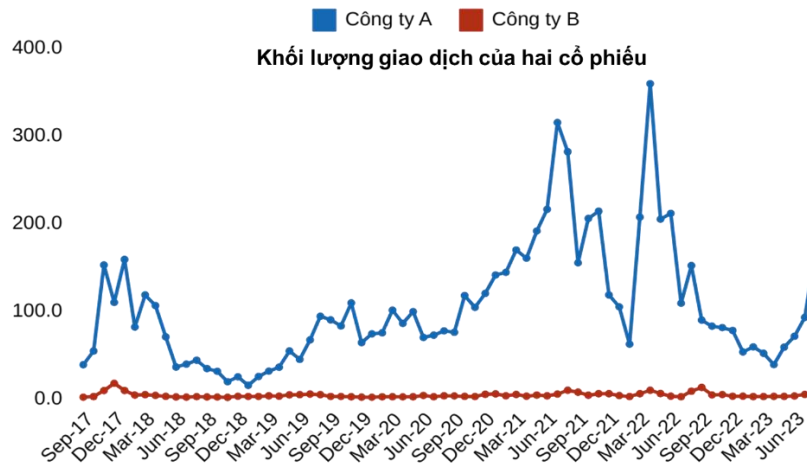
Hình 3: Tỷ lệ định giá P/S

❖ *Hoạt động quan hệ nhà đầu tư giải quyết thách thức thanh khoản doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán*

Thanh khoản của thị trường chứng khoán nói chung và của cổ phiếu nói riêng đều sẽ ảnh hưởng theo từng giai đoạn và chịu tác động từ nhiều yếu tố. Đối với cổ phiếu của doanh nghiệp, giá trị giao dịch chịu tác động bởi yếu tố chính xuất phát từ chính doanh nghiệp đó chính là cơ cấu cổ đông, nếu cổ đông quá cô đặc thì thanh

khoản của cổ phiếu sẽ rất kém cho nên bài toán của doanh nghiệp là gia tăng số lượng cổ đông và đặc biệt nhất là gia tăng số lượng cổ đông dài hạn.

Cũng quay lại ví dụ của doanh nghiệp A và doanh nghiệp B, tỷ lệ số lượng cổ phiếu tự do trôi nổi trên thị trường của cổ phiếu A là 85%, trong khi đó số lượng cổ phiếu tự do trôi nổi trên thị trường của cổ phiếu B là 45%. Từ đó, thanh khoản của cổ phiếu A luôn vượt trội hơn so với cổ phiếu B.



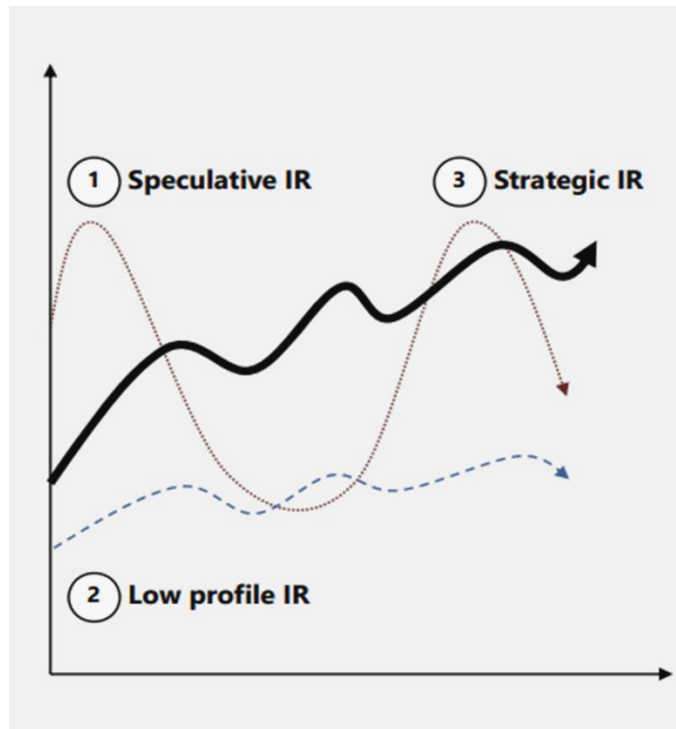
Hình 4: Khối lượng giao dịch của hai cổ phiếu

Như vậy, có thể thấy hoạt động quan hệ nhà đầu tư có thể sẽ giải quyết được tính thanh khoản của cổ phiếu. Tuy nhiên, cách thức thực hiện hoạt động quan hệ nhà đầu tư cũng có thể tác động vào mức độ biến động của giá cổ phiếu cũng như thanh khoản.

✓ Hoạt động quan hệ nhà đầu tư có tính đầu cơ: Đối với hoạt động này thường diễn ra theo nhu cầu ở từng giai đoạn, nhất là giai đoạn các doanh nghiệp có nhu cầu cần phát hành cổ phiếu trên thị trường hoặc giai đoạn doanh nghiệp đang chuẩn bị triển khai các dự án mới. Tuy nhiên, doanh nghiệp lại không duy trì hoạt động quan hệ nhà đầu tư trong thời gian dài. Do đó, giá cổ phiếu cũng như thanh khoản của cổ phiếu cũng biến động mạnh và gây ảnh hưởng đến cổ đông của doanh nghiệp, không tạo ra được các nhà đầu tư dài hạn hay nhóm nhà đầu tư trung thành.

✓ Hoạt động quan hệ nhà đầu tư kém: Hay nói cách khác là doanh nghiệp không thực hiện hoạt động quan hệ nhà đầu tư hoặc với tần suất thấp. Do đó, cổ phiếu thường có mức thanh khoản thấp hoặc giá cổ phiếu luôn bị định giá thấp hơn.

✓ Hoạt động quan hệ nhà đầu tư có chiến lược: Doanh nghiệp thường duy trì hoạt động quan hệ nhà đầu tư và có chiến lược để duy trì hoạt động này. Do đó, cổ phiếu thường có mức thanh khoản cao, biến động ổn định và có xu hướng đi lên dài hạn do nhà đầu tư luôn sẵn sàng chi trả với mức định giá cao hơn.



Hình 5: Các chiến lược hoạt động quan hệ nhà đầu tư

Lợi ích thanh khoản cổ phiếu sẽ còn được giải quyết giúp các doanh nghiệp dùng tài sản cổ phiếu đảm bảo cho các khoản vay tại các ngân hàng hoặc làm tài sản đảm bảo cho các đợt phát hành trái phiếu. Như vậy, hoạt động quan hệ nhà đầu tư đã giúp doanh nghiệp tăng nguồn huy động vốn khi cổ phiếu của doanh nghiệp có thanh khoản cao.

❖ *Hoạt động quan hệ nhà đầu tư giải quyết về thách thức chi phí vốn của các doanh nghiệp Việt Nam*

Thực trạng tỷ lệ vốn hóa của thị trường chứng khoán Việt Nam so với GDP ở mức 56% và tỷ lệ đòn bẩy nợ trên vốn chủ sở hữu (D/E) của các doanh nghiệp niêm yết trên sàn HSX ở mức 115 lần. Trong khi đó tỷ lệ D/E của thị trường chứng khoán các nước trong khu vực như Thái Lan, Singapore, Philippine, Indonesia lần lượt là 90, 80, 84, 52 lần cho thấy doanh nghiệp Việt Nam phần lớn vẫn chủ yếu dựa vào nguồn vốn từ thị trường nợ và vai trò của thị trường vốn vẫn chưa phát huy vai trò trong nền kinh tế. Như vậy, doanh nghiệp Việt Nam dễ nhạy cảm với các biến động của thị trường dẫn đến hiệu quả hoạt động cũng trở nên kém hơn so với các khu vực khác.

Trong bối cảnh áp lực lạm phát gia tăng trên toàn cầu do căng thẳng thương mại và địa chính trị, điều này sẽ khiến lãi suất sẽ ở mặt bằng cao trong dài hạn cho nên chi phí vốn của các doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ có khó huynh hướng gia tăng trong tương lai. Do đó, bài toán đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam là cần đẩy mạnh huy động vốn trên thị trường chứng khoán thông qua cổ phiếu và trái phiếu dài hạn. Hoạt động quan hệ nhà đầu tư sẽ giải quyết được bài toán niềm tin của các nhà đầu tư vào doanh nghiệp, từ đó giúp doanh nghiệp dễ dàng huy động vốn với mức giá trị tối đa.

❖ *Hoạt động quan hệ nhà đầu tư giải quyết các thách thức nâng hạng của thị trường chứng khoán Việt Nam*

Thị trường chứng khoán Việt Nam đã hoạt động trong 24 năm qua và vẫn đang ở nhóm thị trường cận biên (Frontier Market), thông thường trong mắt các nhà đầu tư thế giới đánh giá thị trường cận biên thường có đặc tính đầu cơ và điều này là rào cản lớn cho việc tham gia của các quỹ đầu tư, cũng như là rào cản cho các tổ chức định chế tham gia cung ứng dịch vụ tài chính vào Việt Nam. Chính vì vậy, nâng hạng thị trường chứng khoán Việt Nam là mục tiêu quan trọng, trước mắt định hướng của Chính phủ Việt Nam là sớm nâng hạng thị trường lên nhóm thị trường mới nổi.

Hiện nay, có hai tổ chức chỉ số FTSE và MSCI đánh giá xếp hạng thị trường chứng khoán Việt Nam. Trong đó, thị trường chứng khoán Việt Nam đã được FTSE đưa vào danh sách theo dõi nâng hạng thị trường lên nhóm thị trường mới nổi hạng 2 do thị trường chứng khoán Việt Nam đã đạt được nhiều tiêu chí quan trọng. Và trong thời gian qua, Bộ Tài chính và Ủy ban chứng khoán Nhà nước đã chỉnh sửa Luật chứng khoán trong đó sửa đổi Nghị định số 155/2020/NĐ-CP và Thông tư số 96/2020/TT-BTC để gỡ dần các nút thắt trong việc nâng hạng thị trường.

Như vậy, thị trường chứng khoán Việt Nam được kỳ vọng là sẽ sớm nâng hạng thị trường lên nhóm thị trường mới nổi hạng 2 của FTSE trong năm 2025. Tuy nhiên, thị trường chứng khoán Việt Nam cần đáp ứng nhiều tiêu chí hơn nữa để nâng lên các mức hạng cao hơn của FTSE và MSCI, trong đó có hai vấn đề quan trọng nhất là vốn hóa và thanh khoản của thị trường chứng khoán.

Vốn hóa và thanh khoản của thị trường chứng khoán cũng là yếu tố quyết định phần lớn về việc giữ được hạng của thị trường sau khi đã được nâng hạng. Theo quan sát trong những năm gần đây, nhiều thị trường ở các quốc gia khác như Pakistan, Nga, Argentina, ... đã bị loại ra nhóm thị trường mới nổi sau khi được nâng hạng trong 1-2 năm và nguyên nhân phần lớn trong đó có yếu tố về vốn hóa của thị trường chứng khoán. Việc duy trì vốn hóa và thanh khoản của thị trường chứng khoán có thể được xem là hoạt động quan trọng và giải quyết thách thức nâng hạng thị trường chứng khoán Việt Nam. Với vai trò của hoạt động quan hệ nhà đầu tư được xem là yếu tố giải quyết thách thức của vấn đề vốn hóa và thanh khoản thị trường.

❖ *Hoạt động quan hệ nhà đầu tư giải quyết thách thức cho giai đoạn chuẩn bị niêm yết của các doanh nghiệp*

Cho dù đã trở thành công ty đại chúng, niêm yết trên sàn giao dịch hay vẫn còn là doanh nghiệp tư nhân thì việc được chú ý trên thị trường vốn là rất quan trọng. Nhiều doanh nghiệp tư nhân thường đợi đến lúc chuẩn bị trở thành công ty đại chúng hay niêm yết mới bắt đầu đưa hoạt động quan hệ nhà đầu tư vào chiến lược. Điều này khiến họ bỏ lỡ cơ hội xây dựng quan hệ với thị trường vốn và quan trọng hơn là tạo lợi thế rõ rệt cũng như chiếm lĩnh vị thế cạnh tranh cao trong ngành.

Các doanh nghiệp chưa niêm yết sẽ gặp khá nhiều khó khăn trong việc huy động vốn để thực hiện IPO hay tiền niêm yết hoặc thành công ty đại chúng vì các nhà đầu tư không hề biết đến doanh nghiệp. Đồng thời, việc thiếu đi hoạt động quan hệ nhà đầu tư cho các doanh nghiệp chưa niêm yết cũng khiến cho các doanh nghiệp khó triển khai việc niêm yết được mức định giá tối ưu theo nhu cầu của doanh nghiệp cũng như đơn vị tư vấn Ngân hàng đầu tư của các công ty chứng khoán.

Ý kiến của các chuyên gia trong thị trường vốn, đặc biệt là các chuyên viên phân tích hay quan nhà quản lý quỹ, thường được các phương tiện truyền thông truyền tải, và các phương tiện truyền thông là một phần không thể thiếu trong việc định hình cảm nhận của công chúng cũng như tạo dựng danh tiếng của doanh nghiệp. Vì vậy, một doanh nghiệp tư nhân/chưa niêm yết muốn được công chúng đầu tư hiểu rõ thì ít nhất phải lọt vào mắt của thị trường vốn. Các doanh nghiệp truyền tải chiến lược và tầm nhìn của mình đến thị trường vốn, để thị trường hiểu rõ về doanh nghiệp.

4.2. Các trường hợp điển hình về hoạt động quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam

Các doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam đã nhận thức rõ tầm quan trọng của hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư (IRM) và đã triển khai các chiến lược IR hiệu quả, góp phần nâng cao giá trị doanh nghiệp, thu hút vốn và củng cố niềm tin từ cộng đồng tài chính. Dưới đây là một số trường hợp điển hình:

❖ Công ty CP Sữa Việt Nam (Vinamilk - VNM)

Vinamilk, một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành sữa Việt Nam, luôn được đánh giá cao về hoạt động quan hệ nhà đầu tư. Công ty đã được vinh danh là một trong những doanh nghiệp có hoạt động IR được nhà đầu tư yêu thích nhất tại IR Awards 2024. Chiến lược IR của Vinamilk tập trung vào sự minh bạch và công bố thông tin toàn diện, kịp thời. Trang web quan hệ nhà đầu tư của công ty cung cấp đầy đủ các báo cáo tài chính, báo cáo thường niên, tài liệu quản trị công ty và các thông báo dành cho cổ đông. Các báo cáo này không chỉ tuân thủ quy định mà còn được trình bày rõ ràng, dễ tiếp cận, giúp nhà đầu tư có cái nhìn toàn diện về tình hình hoạt động của công ty.

Vinamilk chủ động tương tác với cộng đồng tài chính thông qua nhiều kênh. Công ty tổ chức các cuộc họp Đại hội đồng cổ đông thường niên (AGM), nơi các cổ đông được cung cấp thông tin chi tiết và có cơ hội đặt câu hỏi trực tiếp cho ban lãnh đạo, tạo điều kiện cho sự đối thoại cởi mở và minh bạch. Ngoài ra, Vinamilk cũng tích cực tham gia các sự kiện quốc tế quan trọng như Growth Asia Summit 2025. Tại đây, công ty đã giới thiệu những đột phá về sản phẩm, điển hình là công thức 6-HMO tiên phong trong dinh dưỡng nhi khoa, qua đó nâng cao hình ảnh và uy tín trên trường quốc tế.

Một điểm nổi bật trong chiến lược IR của Vinamilk là việc tích hợp mạnh mẽ các tiêu chuẩn Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG). Công ty công bố Báo cáo Phát triển Bền vững hàng năm và cam kết thực hiện các sáng kiến về bảo vệ môi trường (giảm lượng khí thải carbon, sử dụng năng lượng xanh), chăm sóc cộng đồng (cải thiện dinh dưỡng, hỗ trợ kinh tế địa phương) và nâng cao sức khỏe. Việc Vinamilk chú trọng ESG không chỉ đáp ứng xu hướng đầu tư bền vững toàn cầu mà còn củng cố danh tiếng và thu hút các quỹ đầu tư có trách nhiệm xã hội. Điều này cho thấy Vinamilk đang sử dụng ESG như một yếu tố chiến lược để tạo sự khác biệt và thu hút một phân khúc nhà đầu tư ngày càng quan trọng.

❖ Công ty CP Vinhomes (VHM)

Vinhomes, một "ông lớn" trong ngành bất động sản Việt Nam, đã được vinh danh trong Top 3 doanh nghiệp niêm yết vốn hóa lớn có hoạt động IR được định chế tài chính đánh giá cao nhất tại IR Awards 2023. Điều này minh chứng cho tính chuyên

nghiệp và minh bạch trong hoạt động IR của công ty, tạo được uy tín mạnh mẽ trong giới đầu tư và các chuyên gia phân tích. Vinhomes xác định IR là hoạt động rất quan trọng đối với sự phát triển doanh nghiệp, cần được đầu tư nguồn lực để mang lại hiệu quả tốt nhất, giúp nhà đầu tư hiểu đúng và đủ về chiến lược và giá trị của công ty. Công ty luôn đảm bảo thực hiện công bố thông tin đầy đủ, minh bạch, chính xác và đúng thời hạn theo quy định pháp luật. Các kênh công bố thông tin bao gồm website IR chuyên nghiệp, nơi cung cấp các báo cáo tài chính, báo cáo thường niên, thông tin quản trị doanh nghiệp và các tài liệu liên quan khác. Vinhomes chủ động cung cấp thông tin có giá trị, từ yếu tố vĩ mô tác động đến ngành, cho đến định hướng chiến lược, kế hoạch và kết quả kinh doanh.

Về tương tác với nhà đầu tư, Vinhomes duy trì thông suốt việc trao đổi hai chiều, lắng nghe ý kiến từ nhà đầu tư và các tổ chức chuyên nghiệp trên thị trường. Công ty cũng thường xuyên học hỏi để cập nhật, chuẩn hóa hoạt động IR thông qua việc tương tác và thảo luận với các định chế tài chính lớn trong và ngoài nước. Điều này cho thấy một cam kết liên tục trong việc cải thiện và thích nghi với kỳ vọng của thị trường.

Vinhomes cũng tích cực trong việc báo cáo về phát triển bền vững. Tập đoàn Vingroup (công ty mẹ của Vinhomes) đã bắt đầu thể chế hóa khung ESG và triển khai đồng bộ các mục tiêu ESG trên các công ty thành viên từ năm 2024. Vinhomes đóng góp vào quá trình chuyển đổi xanh, chuyển đổi số và phát triển bền vững của Việt Nam và thế giới. Báo cáo bền vững của Vingroup, bao gồm hoạt động của Vinhomes, được chuẩn bị theo tiêu chuẩn GRI (Global Reporting Initiative) và tham chiếu TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures). Việc tích hợp ESG vào IR không chỉ là một xu hướng mà còn là một yếu tố chiến lược quan trọng đối với các tập đoàn lớn, giúp họ quản lý rủi ro và thu hút nguồn vốn bền vững.

❖ Công ty CP Chứng khoán SSI (SSI)

CTCP Chứng khoán SSI là một trong những định chế tài chính hàng đầu tại Việt Nam, được vinh danh là Doanh nghiệp tài chính vốn hóa lớn có hoạt động IR được Định chế tài chính đánh giá cao nhất tại IR Awards 2024. Chiến lược IR của SSI tập trung vào việc "kết nối vốn và cơ hội đầu tư", đảm bảo sự công bằng trong tiếp cận thông tin cho tất cả nhà đầu tư, cả trong nước và nước ngoài. Từ năm 2016, SSI đã tiên phong thực hiện công bố thông tin song song bằng tiếng Việt và tiếng Anh, thể hiện sự tôn trọng và đảm bảo quyền lợi tiếp cận thông tin công bằng giữa các nhà đầu tư. Việc này không chỉ nâng cao hình ảnh của SSI mà còn góp phần vào nỗ lực nâng hạng thị trường chứng khoán Việt Nam lên tầm quốc tế.

Công ty cũng chủ động tương tác với cộng đồng tài chính thông qua các cuộc họp với chuyên viên phân tích, các buổi thuyết trình cho nhà đầu tư và các cuộc gọi công bố kết quả kinh doanh định kỳ. Các hoạt động này giúp lan tỏa thông tin khách quan, uy tín về SSI và thị trường chứng khoán Việt Nam đến nhà đầu tư toàn cầu. Sự chủ động trong giao tiếp này là yếu tố then chốt để xây dựng niềm tin và giảm thiểu bất cân xứng thông tin.

SSI cũng chú trọng đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và phát triển bền vững thông qua chương trình ESG của mình. Công ty cam kết đóng góp cho cộng đồng thông qua các hoạt động từ thiện với hơn 132 tỷ VND được dành cho các hoạt động

này. SSI coi ESG là yếu tố thiết yếu trong văn hóa doanh nghiệp và cam kết phát triển mối quan hệ bền chặt với khách hàng, nhân viên, đối tác và nhà đầu tư. Điều này cho thấy SSI không chỉ tập trung vào hiệu quả tài chính mà còn hướng tới giá trị bền vững, một yếu tố ngày càng được các nhà đầu tư tổ chức quan tâm.

5. Một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng và sự phát triển không ngừng của thị trường tài chính, quản trị quan hệ nhà đầu tư (IRM) ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao tính minh bạch, tăng cường niềm tin của nhà đầu tư và tối ưu hóa giá trị doanh nghiệp. Tại Việt Nam, mặc dù thị trường chứng khoán đã có những bước tiến đáng kể, song thực trạng triển khai IRM vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, đặc biệt trong việc công bố thông tin, tương tác với nhà đầu tư và tuân thủ các chuẩn mực quốc tế. Sự thiếu hụt về chiến lược IRM dài hạn, hạn chế trong việc ứng dụng công nghệ và sự chưa chuyên nghiệp của đội ngũ phụ trách đã ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng huy động vốn, thanh khoản cổ phiếu cũng như vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Trước thực trạng đó, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam là yêu cầu cấp thiết, không chỉ giúp doanh nghiệp tăng cường hiệu quả hoạt động mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của thị trường chứng khoán Việt Nam trong dài hạn. Vì vậy, dựa trên thực trạng phân tích ở trên, báo cáo này đề xuất một số giải pháp tập trung vào các khía cạnh quan trọng như minh bạch thông tin, ứng dụng công nghệ, xây dựng chiến lược IRM dài hạn và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, từ đó tạo tiền đề vững chắc cho sự phát triển bền vững của lĩnh vực này.

❖ Tăng cường minh bạch và chất lượng thông tin công bố

Minh bạch thông tin là yếu tố then chốt trong việc xây dựng niềm tin của nhà đầu tư và đảm bảo tính hiệu quả của thị trường tài chính. Các doanh nghiệp tại Việt Nam cần nâng cao chất lượng công bố thông tin thông qua việc tuân thủ nghiêm ngặt các chuẩn mực quốc tế như IFRS (Chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế) và các quy định từ Ủy ban Chứng khoán Nhà nước. Thông tin được công bố không chỉ phải đầy đủ, kịp thời mà còn phải dễ hiểu và tiếp cận với nhiều đối tượng nhà đầu tư khác nhau. Việc thực hiện minh bạch hiệu quả sẽ giúp giảm thiểu bất cân xứng thông tin, đồng thời tạo dựng sự tin tưởng lâu dài từ cộng đồng nhà đầu tư.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống quản trị thông tin hiện đại nhằm theo dõi, phân tích và công bố thông tin một cách chủ động. Điều này bao gồm việc tận dụng các kênh truyền thông đa dạng như trang web IR, báo cáo thường niên trực tuyến và các bản tin dành riêng cho cổ đông. Hơn nữa, các hội nghị nhà đầu tư cần được tổ chức định kỳ để doanh nghiệp có thể truyền tải thông tin quan trọng một cách minh bạch và trực quan hơn. Sự chủ động trong công bố thông tin sẽ giúp doanh nghiệp tạo dựng uy tín trên thị trường, hạn chế rủi ro pháp lý và thu hút thêm nhiều nhà đầu tư tiềm năng.

❖ **Ứng dụng công nghệ trong quản trị quan hệ nhà đầu tư**

Việc áp dụng công nghệ số vào quản trị quan hệ nhà đầu tư là xu hướng tất yếu trong bối cảnh số hóa nền kinh tế. Các doanh nghiệp cần tận dụng các công cụ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và blockchain để cải thiện khả năng phân tích, dự báo xu hướng thị trường và đưa ra chiến lược IRM phù hợp. Ngoài ra, các nền tảng quản trị IR tiên tiến như Nasdaq IR Insight hay S&P Global IR Solutions có thể giúp doanh nghiệp duy trì sự kết nối thường xuyên và hiệu quả với nhà đầu tư. Việc áp dụng công nghệ không chỉ tối ưu hóa quy trình mà còn giúp giảm thiểu rủi ro trong việc xử lý dữ liệu tài chính quan trọng.

Bên cạnh đó, việc sử dụng các nền tảng truyền thông số như mạng xã hội LinkedIn, Twitter, và YouTube để giao tiếp với nhà đầu tư ngày càng trở nên phổ biến. Những nền tảng này cho phép doanh nghiệp truyền tải thông tin một cách trực tiếp, nhanh chóng và có tính tương tác cao, tạo cơ hội để nhà đầu tư tham gia đóng góp ý kiến và đặt câu hỏi. Sự kết hợp giữa công nghệ và chiến lược IR truyền thống sẽ giúp doanh nghiệp mở rộng phạm vi tiếp cận, xây dựng mối quan hệ bền chặt với nhà đầu tư, đồng thời tăng cường khả năng huy động vốn từ cả thị trường trong nước và quốc tế.

❖ **Xây dựng chiến lược IRM chuyên nghiệp và dài hạn**

Quản trị quan hệ nhà đầu tư cần được xem như một chiến lược dài hạn thay vì chỉ là một hoạt động mang tính thời điểm. Doanh nghiệp cần thiết lập một kế hoạch IRM chi tiết, tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ bền vững với nhà đầu tư thông qua việc thường xuyên cập nhật thông tin, tổ chức hội nghị và phát triển các kênh giao tiếp hiệu quả. Một chiến lược IRM chuyên nghiệp sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao hình ảnh thương hiệu, cải thiện tính thanh khoản của cổ phiếu và giảm thiểu rủi ro thông tin trên thị trường.

Để thực hiện chiến lược này, doanh nghiệp cần xây dựng một đội ngũ IRM chuyên trách, được đào tạo bài bản về tài chính, truyền thông và các quy định pháp lý liên quan. Đồng thời, sự phối hợp giữa các bộ phận nội bộ như kế toán, tài chính, pháp chế và truyền thông là rất quan trọng để đảm bảo sự nhất quán trong chiến lược quan hệ nhà đầu tư. Việc duy trì chiến lược dài hạn không chỉ giúp doanh nghiệp thu hút sự quan tâm của nhà đầu tư mà còn góp phần nâng cao giá trị doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán.

❖ **Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực IRM chất lượng cao**

Nguồn nhân lực đóng vai trò quyết định trong sự thành công của hoạt động IRM, do đó cần có các chương trình đào tạo chuyên sâu dành riêng cho lĩnh vực này. Việc đào tạo nên bao gồm các kỹ năng như giao tiếp hiệu quả với nhà đầu tư, phân tích dữ liệu tài chính, hiểu biết sâu sắc về thị trường chứng khoán và các quy định pháp lý. Ngoài ra, việc cập nhật các xu hướng quản trị quan hệ nhà đầu tư trên thế giới là cần thiết để đội ngũ IRM có thể áp dụng những phương pháp tiên tiến, mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp cũng có thể hợp tác với các tổ chức giáo dục và hiệp hội nghề nghiệp để triển khai các khóa đào tạo chuyên sâu về IRM. Việc xây dựng chương trình chứng chỉ chuyên nghiệp và tổ chức các hội thảo, diễn đàn giao lưu sẽ giúp nâng cao

nhận thức và kỹ năng cho đội ngũ quản trị IRM. Một đội ngũ nhân sự được đào tạo bài bản sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và thu hút sự quan tâm từ các nhà đầu tư tổ chức.

Việc triển khai các giải pháp trên sẽ góp phần quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam, giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa khả năng huy động vốn và xây dựng một môi trường đầu tư minh bạch, chuyên nghiệp hơn

6. Phát triển nghề “Quan hệ nhà đầu tư” tại Việt Nam

Việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực quản trị quan hệ nhà đầu tư (IR) là yếu tố then chốt để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường tài chính hiện đại, đồng thời tạo tiền đề cho sự định hướng và phát triển bền vững của nghề IR tại Việt Nam. Trong bối cảnh các doanh nghiệp ngày càng chú trọng đến tính minh bạch và tương tác với nhà đầu tư, một đội ngũ IR được trang bị đầy đủ kiến thức về tài chính, luật pháp, truyền thông và công nghệ sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối doanh nghiệp với thị trường vốn. Các chuyên gia IR không chỉ chịu trách nhiệm cung cấp thông tin kịp thời, chính xác mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, duy trì mối quan hệ bền vững với cổ đông và các tổ chức tài chính. Sự phát triển của nghề IR tại Việt Nam là điều kiện cần thiết để hỗ trợ doanh nghiệp tối ưu hóa giá trị trên thị trường chứng khoán, đồng thời giúp thị trường tài chính trong nước tiệm cận các chuẩn mực quốc tế. Do đó, việc định hướng phát triển nghề nghiệp IR cần tập trung vào xây dựng khung năng lực bài bản, tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu và thúc đẩy sự hợp tác giữa doanh nghiệp với các tổ chức đào tạo, từ đó tạo ra một lực lượng nhân sự chất lượng cao, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của thị trường chứng khoán Việt Nam.

6.1 Xây dựng khung năng lực cho nghề “Quan hệ nhà đầu tư” tại Việt Nam

Xây dựng khung năng lực cho nghề Quan hệ nhà đầu tư không chỉ giúp chuẩn hóa hoạt động trong lĩnh vực này mà còn tạo ra nền tảng vững chắc để doanh nghiệp tối ưu hóa hiệu quả quản trị quan hệ nhà đầu tư, từ đó gia tăng giá trị doanh nghiệp và thu hút sự quan tâm từ cộng đồng đầu tư trong và ngoài nước. Việc thiết lập một khung năng lực toàn diện sẽ giúp định hướng rõ ràng các chức năng và nhiệm vụ mà bộ phận Quan hệ nhà đầu tư cần thực hiện nhằm đảm bảo sự tương tác hiệu quả giữa doanh nghiệp và các bên liên quan, đặc biệt là cổ đông và nhà đầu tư tiềm năng. Bằng cách thực hiện các hoạt động chuyên nghiệp và có hệ thống, doanh nghiệp có thể xây dựng niềm tin, duy trì sự ổn định trên thị trường chứng khoán, đồng thời nâng cao khả năng huy động vốn cho các giai đoạn phát triển tiếp theo. Vì vậy, báo cáo này đề xuất các chức năng và nhiệm vụ cụ thể của bộ phận Quan hệ nhà đầu tư nhằm đạt được những mục tiêu chiến lược đã đề ra.

❖ Chức năng

Việc xây dựng khung năng lực cho nghề quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa cấu trúc cổ đông và nâng cao giá trị doanh nghiệp trên thị trường tài chính. Một hệ thống quản trị quan hệ nhà đầu tư chuyên nghiệp giúp doanh nghiệp thực hiện các chức năng bao gồm:

✓ Tăng quy mô cổ đông và tỷ lệ cơ cấu cổ đông phù hợp với mô hình hoạt động và chiến lược phát triển dài hạn của doanh nghiệp. Sự gia tăng về quy mô và cơ cấu hợp lý không chỉ tạo ra tính đa dạng trong cơ sở nhà đầu tư mà còn giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro biến động giá cổ phiếu, đồng thời nâng cao tính thanh khoản trên thị trường chứng khoán.

✓ Phát triển và duy trì mối quan hệ bền vững với các nhà đầu tư trung thành, đặc biệt là những nhà đầu tư phù hợp với định hướng phát triển bền vững của doanh nghiệp.

✓ Cải thiện giá trị cổ phiếu niêm yết thông qua chiến lược IR hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa khả năng huy động vốn trong các đợt phát hành mới, từ đó gia tăng lượng vốn thặng dư và cải thiện giá trị sổ sách của doanh nghiệp.

✓ Nâng cao tính thanh khoản giao dịch của cổ phiếu là một trong những yếu tố quan trọng, giúp doanh nghiệp duy trì sự ổn định trên thị trường và thu hút các nhà đầu tư tổ chức trong dài hạn.

❖ *Nhiệm vụ*

Để đạt được các chức năng nêu trên, bộ phận quan hệ nhà đầu tư cần thực hiện một loạt các nhiệm vụ chiến lược nhằm đảm bảo tính hiệu quả và chuyên nghiệp trong hoạt động quan hệ nhà đầu tư:

✓ Tổ chức các cuộc gặp gỡ với nhà đầu tư bao gồm nhà đầu tư tổ chức và nhà đầu tư cá nhân. Xây dựng các cuộc gặp gỡ và nội dung truyền tải theo các đối tượng mục tiêu của doanh nghiệp. Đối với nhóm nhà đầu tư tổ chức thì bộ phận Quan hệ nhà đầu tư cần nắm bắt các thông tin về các tổ chức như quy mô quỹ, tình hình tỷ lệ sở hữu của doanh nghiệp, phong cách đầu tư và hoạt động đầu tư hiện tại của quỹ.

✓ Tổ chức các cuộc buổi trao đổi với các chuyên viên phân tích hoặc tư vấn đầu tư của các công ty chứng khoán. Đặc biệt cần chú ý đến các chuyên viên phân tích trong lĩnh vực ngành của doanh nghiệp. Bộ phận Quan hệ nhà đầu tư cần có thông tin đầy đủ của các chuyên viên phân tích của cả bên bán và bên mua.

✓ Tổ chức định kỳ hàng năm cho Đại hội cổ đông. Xây dựng tài liệu báo cáo thường niên và lấy ý kiến các cổ đông, cũng như xây dựng các kịch bản cho Đại hội cổ đông nhằm truyền đạt thông điệp của Hội đồng quản trị đến với các cổ đông.

✓ Chuẩn bị và trình bày các tài liệu tại các buổi họp gặp gỡ nhà đầu tư.

✓ Giám sát và chịu trách nhiệm công bố thông tin cho doanh nghiệp. Đảm bảo đáp ứng việc công bố thông tin định kỳ và các thông tin bất thường theo quy định của Luật Chứng khoán và Luật Doanh nghiệp.

✓ Lập kế hoạch chiến lược quan hệ nhà đầu tư cho mỗi năm và dài hạn tương ứng cho từng câu chuyện và mục tiêu dài hạn của doanh nghiệp, đặc biệt là đi cùng với mục tiêu kế hoạch kinh doanh và quy mô vốn của doanh nghiệp.

✓ Phân tích, nắm bắt và đề xuất các thông điệp cho doanh nghiệp trong cả ngắn, trung và dài hạn đến các cổ đông. Đặc biệt bộ phận Quan hệ nhà đầu tư phải là bộ phận cập nhật liên tục các mối quan tâm của thị trường đến với doanh nghiệp, từ đó đưa ra các hướng xử lý cho phù hợp với cộng đồng đầu tư.

✓ Phân tích cơ cấu cổ đông để tư vấn và đưa ra chiến lược thay đổi phù hợp cho Hội đồng quản trị, cân đối lợi ích của các cổ đông. Đồng thời, bộ phận Quan hệ nhà

đầu tư làm việc kết hợp với Giám đốc tài chính (CFO) và đơn vị tư vấn Ngân hàng đầu tư của các công ty chứng khoán để thực hiện tối ưu trong việc huy động vốn.

✓ Làm việc với các đơn vị truyền thông trong việc quản lý các sự kiện và kiểm soát các rủi ro thông tin, đặc biệt nhất là giai đoạn khủng hoảng truyền thông. Đồng thời, bộ phận Quan hệ nhà đầu tư cần đánh giá và thu hút các đối tượng truyền thông mục tiêu và phù hợp với ngành, để tránh việc lãng phí trong công tác truyền thông.

6.2 Định hướng phát triển nghề “Quan hệ nhà đầu tư” tại Việt Nam

Việc phát triển nghề quan hệ nhà đầu tư (nghề IR) tại Việt Nam là một yêu cầu cấp thiết nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng gia tăng của thị trường vốn và đảm bảo tính minh bạch trong hoạt động doanh nghiệp. Để định hướng phát triển nghề nghiệp này một cách hiệu quả, cần xác định rõ các lĩnh vực và tổ chức có nhu cầu cao về nguồn nhân lực IR, từ đó có các giải pháp đào tạo và phân bổ phù hợp. Nguồn nhân lực Quan hệ nhà đầu tư có thể phân bổ trực tiếp cho:

1 – Các doanh nghiệp niêm yết và chưa niêm yết, đây sẽ là nơi có nhu cầu lớn nhất cho bộ phận Quan hệ nhà đầu tư. Đây là nhóm doanh nghiệp có nhu cầu thường xuyên trong việc duy trì mối quan hệ với nhà đầu tư, công bố thông tin minh bạch và huy động vốn thông qua các kênh tài chính chính thức. Việc thiết lập bộ phận quan hệ nhà đầu tư trong các doanh nghiệp này sẽ đóng vai trò trọng yếu trong việc đảm bảo tính hiệu quả của chiến lược IR, từ đó nâng cao giá trị doanh nghiệp và thu hút sự quan tâm từ các nhà đầu tư tiềm năng

2 – Các công ty chứng khoán sẽ cung cấp dịch vụ Quan hệ nhà đầu tư cho các doanh nghiệp niêm yết để phục vụ cho các thời điểm huy động vốn hoặc nhu cầu dài hạn hơn tùy vào nhu cầu của doanh nghiệp mà công ty chứng khoán sẽ cung ứng. Đồng thời, bản thân công ty chứng khoán cũng sẽ phải có bộ phận Quan hệ nhà đầu tư của riêng mình.

3 – Các quỹ đầu tư sẽ cần có bộ phận Quan hệ nhà đầu tư nhằm tối ưu hóa việc tương tác với khách hàng và các cổ đông hiện hữu. Sự hiện diện của bộ phận IR trong quỹ đầu tư sẽ giúp đảm bảo các chiến lược đầu tư được truyền đạt rõ ràng, nâng cao tính minh bạch và xây dựng niềm tin từ các bên liên quan.

4 – Các công ty cung cấp dịch vụ Quan hệ nhà đầu tư bên ngoài. Đây là các đơn vị chuyên hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xây dựng chiến lược quan hệ nhà đầu tư, tổ chức các sự kiện IR và đảm bảo tuân thủ các quy định pháp lý liên quan đến công bố thông tin. Các công ty này đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp chưa có kinh nghiệm triển khai IR hoặc có nhu cầu nâng cao năng lực quan hệ nhà đầu tư nhưng chưa có đội ngũ chuyên trách.

5 – Làm việc tại các tổ chức báo chí chuyên mục về Quan hệ nhà đầu tư. Với vai trò là cầu nối thông tin giữa doanh nghiệp và nhà đầu tư, các chuyên viên IR tại các cơ quan báo chí sẽ giúp truyền tải các thông tin chính thống, kịp thời và minh bạch về tình hình tài chính của doanh nghiệp, đồng thời góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng nhà đầu tư về các cơ hội đầu tư tiềm năng.

Như vậy, nghề quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam có tiềm năng phát triển rộng lớn và cần được định hướng cụ thể thông qua việc xây dựng các chương trình đào tạo chuyên sâu và lộ trình nghề nghiệp rõ ràng. Việc phân bổ nguồn nhân lực IR vào các

lĩnh vực trọng yếu như doanh nghiệp niêm yết, công ty chứng khoán, quỹ đầu tư, tổ chức tư vấn IR và báo chí sẽ góp phần thúc đẩy sự chuyên nghiệp hóa ngành nghề này, đồng thời nâng cao chất lượng hoạt động quản trị quan hệ nhà đầu tư tại Việt Nam trong thời gian tới.

Kết luận

Quản trị quan hệ nhà đầu tư (IRM) không chỉ là một công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp tối ưu hóa khả năng huy động vốn mà còn là yếu tố quyết định trong việc xây dựng hình ảnh, gia tăng giá trị doanh nghiệp và cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh. Các lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm đã chỉ ra rằng các doanh nghiệp thực hiện IRM hiệu quả có thể cải thiện tính thanh khoản, giá của cổ phiếu, tăng độ chính xác trong dự báo tài chính và xây dựng danh tiếng doanh nghiệp một cách bền vững, đảm bảo mức độ tuân thủ, qua đó thu hút và giữ chân các nhà đầu tư.

Trên thực tế, hoạt động IRM được triển khai thông qua nhiều kênh và công cụ khác nhau như truyền thông mạng xã hội, báo cáo tài chính và các sự kiện nhà đầu tư. Doanh nghiệp cần tận dụng các nền tảng kỹ thuật số như LinkedIn, Twitter và các trang web chính thức để tăng cường mức độ tiếp cận thông tin. Bên cạnh đó, việc công bố thông tin kịp thời và minh bạch thông qua báo cáo tài chính và các tài liệu công khai giúp đảm bảo sự tin cậy từ các cổ đông. Hội nghị nhà đầu tư và các buổi đối thoại trực tiếp cũng là công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp truyền đạt chiến lược phát triển và duy trì sự minh bạch.

Việc áp dụng IRM hiệu quả không chỉ mang lại lợi ích về mặt tài chính mà còn góp phần củng cố sự gắn bó của nhà đầu tư đối với doanh nghiệp. Tuy nhiên, báo cáo cũng chỉ ra một số thách thức lớn mà doanh nghiệp phải đối mặt, bao gồm áp lực tuân thủ các quy định pháp lý nghiêm ngặt, yêu cầu ngày càng cao về minh bạch thông tin và khả năng quản trị khủng hoảng truyền thông.

Trên cơ sở phân tích thực trạng và thách thức, báo cáo đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động IRM trong doanh nghiệp. Thứ nhất, cần tăng cường ứng dụng công nghệ vào IRM thông qua các công cụ phân tích dữ liệu và hệ thống quản lý quan hệ nhà đầu tư tiên tiến để tối ưu hóa quy trình và nâng cao trải nghiệm cho nhà đầu tư. Thứ hai, doanh nghiệp cần thiết lập một chiến lược truyền thông IRM chặt chẽ, rõ ràng, kết hợp giữa công bố thông tin định kỳ và giao tiếp hai chiều với nhà đầu tư. Thứ ba, việc đào tạo và phát triển đội ngũ chuyên trách IRM có kiến thức chuyên sâu và kỹ năng giao tiếp hiệu quả là điều cần thiết để đảm bảo sự thành công của hoạt động này. Có thể nói rằng quản trị quan hệ nhà đầu tư đóng vai trò chiến lược trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần tiếp tục đổi mới, cập nhật xu hướng quản trị quan hệ nhà đầu tư hiện đại và áp dụng các biện pháp phù hợp nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao từ các nhà đầu tư và thị trường tài chính.

Bên cạnh đó, việc định hướng lộ trình bài bản và chuyên nghiệp cho nghề quan hệ nhà đầu tư cũng là một bước đi chiến lược trên thị trường tài chính tại Việt Nam. Doanh nghiệp không chỉ cần đầu tư vào việc xây dựng hệ thống quản trị thông tin hiệu quả, phát triển các chiến lược truyền thông hiện đại và không ngừng cải thiện chất lượng thông tin cung cấp mà còn cần đào tạo và nâng cao năng lực của đội ngũ IR,

qua đó việc phát triển nghề nghiệp IR cũng là một yếu tố then chốt giúp đảm bảo sự thành công của chiến lược IRM trong dài hạn. Với sự phát triển không ngừng của thị trường tài chính, IRM ngày càng trở thành một yếu tố quyết định giúp doanh nghiệp duy trì vị thế cạnh tranh và phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh đầy thách thức.

Danh mục tài liệu tham khảo

- Agarwal, V., Taffler, R. J., Bellotti, X., & Nash, E. A. (2016). Investor relations, information asymmetry and market value. *Accounting and Business Research*, 46(1), 31-50. <https://doi.org/10.1080/00014788.2015.1025254>.
- Alexander, R. M., & Gentry, J. K. (2014). Using social media to report financial results. *Business Horizons*, 57(2), 161-167. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.10.009>.
- Barker, R. G. (1998). The market for information—evidence from finance directors, analysts and fund managers. *Accounting and business Research*, 29(1), 3-20. <https://doi.org/10.1080/00014788.1998.9729563>.
- Blankespoor, E. (2022). Understanding investor interaction with firm information: A discussion of Lee and Zhong (2022). *Journal of Accounting and Economics*, 74(2-3), 101523. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2022.101523>.
- Blankespoor, E., Miller, G. S., & White, H. D. (2014). The role of dissemination in market liquidity: Evidence from firms' use of Twitter™. *The accounting review*, 89(1), 79-112. <https://doi.org/10.2308/accr-50576>.
- Brown, J. R., & Petersen, B. C. (2015). Which investments do firms protect? Liquidity management and real adjustments when access to finance falls sharply. *Journal of Financial Intermediation*, 24(4), 441-465. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2014.03.002>.
- Brunner, B. R. (Ed.). (2019). *Public relations theory: Application and understanding*. John Wiley & Sons.
- Bushee, B. J., & Miller, G. S. (2012). Investor relations, firm visibility, and investor following. *The Accounting Review*, 87(3), 867-897. <https://doi.org/10.2308/accr-10211>.
- Diamond, D. W., & Verrecchia, R. E. (1991). Disclosure, liquidity, and the cost of capital. *The journal of Finance*, 46(4), 1325-1359. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1991.tb04620.x>.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 48(2), 147-160. <https://doi.org/10.1515/9780691229270-005>.
- Đorđević, B., Đorđević, M., & Stanujkić, D. (2012). Investor relations on the internet: analysis of companies on the Serbian stock market. *Economic Annals*, 57(193), 113-136. <https://doi.org/10.2298/EKA1293113D>.
- Fama, E. F. (1970). Efficient market hypothesis: A review of theory and empirical work. *Journal of Finance*, 25(2), 28-30.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of management Journal*, 33(2), 233-258. <https://doi.org/10.5465/256324>.
- Geerings, J., Bollen, L. H., & Hassink, H. F. (2003). Investor relations on the Internet: a survey of the Euronext zone. *European Accounting Review*, 12(3), 567-579. <https://doi.org/10.1080/0963818032000083531>.

- Green, T. C., Jame, R., Markov, S., & Subasi, M. (2014). Broker-hosted investor conferences. *Journal of Accounting and Economics*, 58(1), 142-166. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.06.005>.
- Guillamón-Saorín, E., & Martínez-López, F. J. (2013). Corporate financial communication and the internet: manipulating investor audiences?. *Online information review*, 37(4), 518-537. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2011-0142>.
- Gupta, P., He, D., Ma, Y., & Yur-Austin, J. (2022). Do investors listen? Exploring the effect of investor relationship management on firm-specific stock return variation. *Research in International Business and Finance*, 60, 101598. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101598>.
- Hassan, O. A., & Marston, C. (2019). Corporate financial disclosure measurement in the empirical accounting literature: A review article. *The International Journal of Accounting*, 54(02), 1950006. <https://doi.org/10.1142/S1094406019500069>.
- Hassink, H., Bollen, L., & de Vries, M. (2008). Symmetrical dialogue in investor relations. *International Journal of Accounting & Information Management*, 16(2), 166-182. <https://doi.org/10.1108/18347640810913825>.
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of accounting and economics*, 31(1-3), 405-440. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0).
- Hedlin, P. (1999). The Internet as a vehicle for investor relations: the Swedish case. *European Accounting Review*, 8(2), 373-381. <https://doi.org/10.1080/096381899336104>.
- Holland, J. (2005). A grounded theory of corporate disclosure. *Accounting and business research*, 35(3), 249-267. <https://doi.org/10.1080/00014788.2005.9729990>.
- Jensen, M.C., Meckling, W.H. (1979). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure*. In: Brunner, K. (eds) Economics Social Institutions. Rochester Studies in Economics and Policy Issues, vol 1. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-009-9257-3_8.
- Jeon, S. I., & Kim, J. E. (2015). Effect of investor relations on cost of debt capital. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 19(2), 143-157.
- Karolyi, G. A., & Liao, R. C. (2017). The economic consequences of investor relations: A global perspective. *Manuscript, Cornell University*.
- Laskin, A. V. (2017). Investor relations and financial communication: The evolution of the profession. *The handbook of financial communication and investor relations*, 1-22. <https://doi.org/10.1002/9781119240822.ch1>.
- Lehavy, R., Li, F., & Merkley, K. (2011). The effect of annual report readability on analyst following and the properties of their earnings forecasts. *The accounting review*, 86(3), 1087-1115. <https://doi.org/10.2308/accr.00000043>.
- Leuz, C., & Verrecchia, R. E. (2000). The economic consequences of increased disclosure. *Journal of accounting research*, 91-124. <https://doi.org/10.2307/2672910>.

- Marston, C. (2008). Investor relations meetings: evidence from the top 500 UK companies. *Accounting and Business Research*, 38(1), 21-48. <https://doi.org/10.1080/00014788.2008.9663318>.
- NIRI (National Investor Relations Institute). (2018). Definition of investor relations. Retrieved from NIRI website: <https://www.niri.org/about-niri>.
- Palmieri, R., Rocci, A., & Kudrautsava, N. (2015). Argumentation in earnings conference calls. Corporate standpoints and analysts' challenges. *Studies in communication sciences*, 15(1), 120-132. <https://doi.org/10.1016/j.scoms.2015.03.014>.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York: Harper & Row.
- Pozniak, L. (2010). Financial communication on the web: evidence from Belgium. *Accounting & Taxation*, 2(1), 47-58.
- Pozniak, L., Croquet, M., & Colot, O. (2013). The Relationship between Financial Communication and Firm Performance: Evidence from France. *Accounting & Taxation*, 5(1), 9-17.
- PRSA (2018). *About public relations*. Retrieved from Public Relations Society of America website: <https://www.prsa.org/aboutprsa/publicrelationsdefined/>.
- Roberts, J., Sanderson, P., Barker, R., & Hendry, J. (2006). In the mirror of the market: The disciplinary effects of company/fund manager meetings. *Accounting, Organizations and Society*, 31(3), 277-294. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2005.02.001>.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87, 354-374.
- Strauß, N. (2018). The role of trust in investor relations: a conceptual framework. *Corporate Communications: An International Journal*, 23(1), 2-16. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2017-0026>.
- von Alberti-Alhtaybat, L., & Al-Htaybat, K. (2015). Investor relations via Web 2.0 social media channels: A qualitative study of Middle Eastern corporations and investors. *Aslib Journal of Information Management*, 68(1), 33-56. <https://doi.org/10.1108/AJIM-04-2015-0067>.