

ẢNH HƯỞNG CỦA FACEBOOK ĐẾN SUẤT SINH LỜI TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Ths. Nguyễn Thu Hoài*

Sự phát triển mạnh mẽ của Facebook đã có ảnh hưởng lớn đến thị trường chứng khoán Việt Nam. Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về tác động của Facebook đối với suất sinh lời của cổ phiếu. Nghiên cứu sử dụng mô hình Fama French 3 nhân tố và phân chia thời gian nghiên cứu thành các giai đoạn quan trọng như đại dịch COVID-19, các gói hỗ trợ từ Chính phủ và kết thúc đại dịch. Kết quả cho thấy cảm tính tiêu cực làm tăng suất sinh lời của cổ phiếu, trong khi cảm tính tích cực có tác động ngược lại. Điều này cho thấy, nhà đầu tư có thái độ nghi ngờ đối với tính xác thực của thông tin trên Facebook. Nghiên cứu cũng cho thấy chính sách hỗ trợ từ Chính phủ Việt Nam có tác động tích cực đến thị trường chứng khoán trong giai đoạn khó khăn.

• Từ khóa: cảm tính nhà đầu tư, nhà đầu tư cá nhân, suất sinh lời, tài chính hành vi.

The rapid development of Facebook has had a significant impact on the Vietnamese stock market. This study provides empirical evidence on the effect of Facebook on stock returns. The study uses the Fama French 3-factor model and divides the research period into key phases such as the COVID-19 pandemic, government support packages, and the end of the pandemic. The results show that negative sentiment increases stock returns, while positive sentiment has the opposite effect. This suggests that investors are skeptical of the authenticity of information on Facebook. The study also demonstrates that government support policies have a positive impact on the stock market during challenging periods.

• Key words: investor sentiment, individual investors, returns, behavioral finance.

JEL codes: G02, G12, G14

Ngày gửi bài: 28/01/2025

Ngày gửi phản biện: 10/02/2025

Ngày nhận kết quả và sửa phản biện: 08/4/2025

Ngày chấp nhận đăng: 15/5/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfar.v25.i290.08>

1. Giới thiệu

Sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội tại Việt Nam không chỉ thay đổi cách người dùng tiếp cận thông tin mà còn phản ánh tầm quan trọng của các nền tảng này trong việc kết nối cộng đồng và hình thành các quan điểm xã hội. Báo cáo của Datareportal (2024) cho biết Việt Nam đã ghi nhận 72,7 triệu tài khoản mạng xã hội, chiếm 73,3% dân số, với các mục đích sử dụng phổ biến nhất là cập nhật tin tức (48,5%) và thảo luận, chia sẻ quan

điểm (24,9%). Trong số các nền tảng mạng xã hội, Facebook giữ vị thế thống trị với 70,4 triệu tài khoản, tương đương 91,5% người dùng mạng xã hội tại Việt Nam. Hơn nữa, 89,7% người được hỏi cho biết họ sử dụng Facebook và 31,6% chọn đây là nền tảng mạng xã hội yêu thích nhất, bỏ xa nền tảng xếp thứ hai là TikTok với 24,1%. Các số liệu này nhấn mạnh rằng Facebook không chỉ là nền tảng phổ biến nhất mà còn là phương tiện được ưa chuộng để tiếp cận tin tức và kết nối xã hội.

Nghiên cứu về ảnh hưởng của mạng xã hội Facebook đến suất sinh lời của cổ phiếu đã thu hút sự quan tâm của rất nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới. Một số nghiên cứu nổi bật có thể kể đến như nghiên cứu của Karabulut (2013), Siganos và cộng sự (2014), Souza và Aste (2016), Hirshleifer và cộng sự (2021), Dong (2024). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này tập trung phân tích bối cảnh các thị trường tài chính phát triển hoặc mới nổi. Các nghiên cứu dành cho thị trường cận biên như Việt Nam còn khá hạn chế. Trong khi đó, các thị trường mới nổi lại có đặc điểm là thiếu các quy định rõ ràng và cơ quan giám sát mạnh mẽ. Điều này làm cho nhà đầu tư dễ gặp phải rủi ro liên quan đến thông tin sai lệch hoặc gian lận. Mặt khác, phần lớn nhà đầu tư ở các thị trường này là nhà đầu tư cá nhân. Do hạn chế về nguồn lực và kiến thức tài chính, các nhà đầu tư cá nhân có xu hướng dựa vào các kênh thông tin miễn phí và dễ tiếp cận như các mạng xã hội. Những đặc điểm này cung cấp một bối cảnh nghiên cứu lý tưởng về ảnh hưởng của thông tin trên mạng xã hội đến thị trường tài chính.

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về tác động của thông tin từ Facebook

* Đại học Thăng Long; email: hoaint@thanglong.edu.vn

đối với suất sinh lời của cổ phiếu trong bối cảnh thị trường Việt Nam ở cấp độ công ty. Mô hình Fama French 3 nhân tố được sử dụng và bổ sung nhân tố mới là cảm tính của các bài viết trên Facebook. Ngoài ra, tác giả chia thời gian nghiên cứu thành 4 giai đoạn, trải qua các mốc thời gian quan trọng như sự xuất hiện đại dịch COVID-19 tại Việt Nam, gói hỗ trợ từ phía Chính Phủ có hiệu lực và kết thúc đại dịch. Nhờ đó, ảnh hưởng của Facebook đến suất sinh lời của cổ phiếu càng được thể hiện rõ nét hơn trong các điều kiện thị trường khác nhau.

2. Tổng quan nghiên cứu

Facebook, với vai trò là nền tảng truyền thông xã hội, đã trở thành công cụ quan trọng trong việc tác động đến quyết định đầu tư và suất sinh lời trên thị trường chứng khoán. Các nghiên cứu cho thấy, thông tin và cảm xúc lan truyền trên Facebook có thể tác động trực tiếp đến suất sinh lời trên thị trường chứng khoán (Dong, 2024; Karabulut, 2013; Siganos và cộng sự, 2014).

Sự ảnh hưởng của các thảo luận tích cực và tiêu cực trên Facebook là khác nhau. Các cuộc thảo luận tích cực về cổ phiếu hoặc các sự kiện kinh tế có thể thúc đẩy tâm lý nhà đầu tư, từ đó làm tăng giá cổ phiếu và cải thiện suất sinh lời trong ngắn hạn (Karabulut, 2013; Siganos và cộng sự, 2014). Ngược lại, các bài đăng tiêu cực, hoặc các tin đồn xấu, có thể gây ra sự hoảng loạn và làm giảm giá trị cổ phiếu, dẫn đến sự giảm sút của suất sinh lời (Hirshleifer và cộng sự, 2021). Ngoài ra, sự tác động của Facebook đến thị trường chứng khoán còn được thể hiện qua sự gia tăng giao dịch khi thông tin lan tỏa nhanh chóng trên nền tảng này. Việc tăng cường tương tác giữa các nhà đầu tư, đặc biệt là trong các cuộc thảo luận trên Facebook, có thể làm tăng tính thanh khoản của cổ phiếu và thúc đẩy biến động giá, ảnh hưởng đến lợi nhuận ngắn hạn (Dong, 2024).

Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, mặc dù Facebook có thể làm gia tăng lợi nhuận cổ phiếu trong thời gian ngắn nhờ vào tác động của cảm xúc tích cực, nhưng hiệu quả này có thể không bền vững. Những tác động từ các thảo luận trên mạng xã hội có thể dẫn đến biến động thị trường, làm tăng rủi ro và gây ra những điều chỉnh lại sau đó, khi sự hưng phấn của nhà đầu tư bị đảo chiều (Karabulut, 2013; Kusumatuti và cộng sự, 2024). Do đó, mặc dù Facebook có thể cung cấp thông tin hữu ích và thúc đẩy lợi nhuận trong ngắn hạn,

nhưng nó cũng tiềm ẩn nguy cơ tạo ra sự biến động không ổn định và không bền vững đối với thị trường chứng khoán.

Một nghiên cứu của Souza và Aste (2016) cho thấy Facebook ảnh hưởng đáng kể đến lợi nhuận cổ phiếu theo cách phi tuyến tính. Các phát hiện ngụ ý rằng tâm lý nhà đầu tư trên các nền tảng như Facebook có thể tác động đến lợi nhuận của cổ phiếu theo những cách không thể quan sát được thông qua phân tích tuyến tính.

Các nghiên cứu cho thị trường chứng khoán cận biên như Việt Nam còn khá hạn chế. Nghiên cứu của Hoài (2023) sử dụng mô hình VAR để khám phá mối tương quan giữa mạng xã hội và biến động của thị trường chứng khoán Việt Nam nói chung. Chưa có nghiên cứu nào dành cho thị trường Việt Nam ở cấp độ công ty cũng như trong các điều kiện thị trường liên tục biến động như trong và sau đại dịch COVID-19.

3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng mô hình Fama French 3 nhân tố. Dữ liệu thị trường chứng khoán và giá cổ phiếu các công ty niêm yết trên sàn HOSE được thu thập từ vietstock.vn. Dữ liệu cảm tính của nhà đầu tư được khai thác từ website SMCC.vn của Công ty cổ phần Công nghệ chọn lọc thông tin (InfoRe). Chỉ số cảm tính được tính toán theo công thức sau:

$$SI_FB_{i,t} = \frac{T_{i,t}}{\max_{i,t} \{T_{i,t}\}}$$

$$T_{i,t} = \sum_k x_{i,t,k} * R_{i,t,k}$$

Trong đó:

$x_{i,t,k}$ là điểm cảm tính của mã cổ phiếu i trong bài viết thứ k tại tuần t . Bài đăng được AI của SMCC đánh giá là tiêu cực, trung tính và tích cực sẽ được gán điểm lần lượt là -1, 0 và 1.

$R_{i,t,k}$ là mức độ ảnh hưởng của nguồn tin của bài viết thứ k của mã cổ phiếu i trong tuần t . Mức độ ảnh hưởng này được phân cấp thành 11 bậc từ 0 đến 10.

Dựa trên chỉ số SI_FB của từng mã cổ phiếu, nghiên cứu chia nhóm các cổ phiếu theo tứ phân vị thành 4 danh mục từ Q1 đến Q4. Danh mục Q1 bao gồm các cổ phiếu có mức độ cảm tính thấp nhất (bi quan nhất) và danh mục Q4 bao gồm các cổ phiếu có mức độ cảm tính lớn nhất (lạc quan nhất). Việc phân nhóm này được điều chỉnh lại hàng tuần. Các chuỗi dữ liệu đều có tính dừng ở

bậc 1. Mô hình POLS phù hợp hơn mô hình FEM và REM trong tất cả các trường hợp. Các mô hình cũng không gặp phải các lỗi như đa cộng tuyến, phương sai thay đổi và tự tương quan.

Mô hình hồi quy theo nhóm về ảnh hưởng của báo điện tử đến suất sinh lời vượt trội của mỗi nhóm cổ phiếu như sau:

$$R_{p,t} - R_{f,t} = \alpha + \beta_m(R_{m,t} - R_{f,t}) + \beta_sSMB_t + \beta_hHML_t + D1 + D2 + D3 + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Ý nghĩa và thang đo của các biến trong mô hình (1) như sau:

Bảng 1: Giải thích ý nghĩa các biến trong mô hình (1)

STT	Tên biến	Ký hiệu	Đo lường biến
1	Suất sinh lời của danh mục chứng khoán p tại tuần t	$R_{p,t}$	Suất sinh lời hàng tuần của danh mục p được tính bằng % và xác định bằng công thức: $R_{p,t} = \frac{\sum R_{i,t}}{N}$ Trong đó: $R_{i,t}$: Suất sinh lời của chứng khoán i trong danh mục p tại tuần t N: Số cổ phiếu trong danh mục p tại tuần t
2	Lãi suất sinh lời phi rủi ro tại tuần t	$R_{f,t}$	Lãi suất sinh lời phi rủi ro tính bằng % và là lãi suất trái phiếu Chính phủ kì hạn 10 năm của Việt Nam.
3	Suất sinh lời của thị trường chứng khoán tại tuần t	$R_{m,t}$	Suất sinh lời của thị trường được tính bằng % và xác định bằng công thức: $R_{m,t} = \frac{VnIndex_t - VnIndex_{t-1}}{VnIndex_{t-1}} \times 100$ Trong đó: $VnIndex_t$: Chỉ số Vn-Index đóng cửa của tuần t $VnIndex_{t-1}$: Chỉ số Vn-Index đóng cửa của tuần t-1
4	Phần bù quy mô	SMB	Là chênh lệch giữa suất sinh lời của danh mục có quy mô nhỏ và suất sinh lời của danh mục có quy mô lớn.
5	Phần bù giá trị	HML	Là chênh lệch giữa suất sinh lời của danh mục có tỷ số giá trị sổ sách/giá thị trường (BE/ME) cao và suất sinh lời của danh mục có tỷ số BE/ME thấp.
6	Sự xuất hiện của đại dịch COVID-19	D1	Thời điểm xác định sự bắt đầu của đại dịch COVID-19 tại Việt Nam là khi ca COVID-19 được phát hiện tại Việt Nam vào ngày 23/1/2020. D1 nhận giá trị 0 trước ngày 23/1/2020; nhận giá trị 1 cho giai đoạn từ 23/1/2020 về sau.
7	Sự xuất hiện của các gói cứu trợ của Chính Phủ	D2	Dựa theo Nghị quyết số 68/NQ-CP, ban hành ngày 1/7/2021, để hỗ trợ tài chính 26.000 tỷ đồng nhằm giúp đỡ người lao động và người sử dụng lao động gặp khó khăn do đại dịch COVID-19. D2 nhận giá trị 0 trước ngày 1/7/2021; nhận giá trị 1 cho giai đoạn từ 1/7/2021 về sau.
8	Sự kết thúc của đại dịch COVID-19	D3	Dựa theo Nghị quyết số 128/NQ-CP, được Chính phủ ban hành vào ngày 11/10/2021, Việt Nam chính thức mở cửa lại các hoạt động kinh tế - xã hội trong nước. D3 nhận giá trị 0 trước ngày 11/10/2021; nhận giá trị 1 cho giai đoạn từ 11/10/2021 về sau.

Nguồn: tác giả đề xuất

Nghiên cứu này sử dụng 3 đại diện của cảm tính nhà đầu tư, bao gồm SI_FB, ΔSI_FB và ASI_FB.

ΔSI đo lường sự thay đổi của cảm tính theo tuần t và được tính như sau:

$$\Delta SI_{FB} = SI_{FB_t} - SI_{FB_{t-1}}$$

ASI đo lường mức độ thay đổi của cảm tính:

$$ASI_{FB_t} = SI_{FB_t} - \text{median}(SI_{FB_{t-1}}, \dots, SI_{FB_{t-7}})$$

Theo Karabulut (2013) và Siganos và cộng sự (2014), sự lạc quan thể hiện trong các bài đăng trên mạng Facebook có tác động tích cực đến suất sinh lời của cổ phiếu. Do đó, tác giả cũng kì vọng kết quả này thu được ở bối cảnh thị trường Việt Nam. Giả thuyết nghiên cứu được đặt ra là: Tin

tức từ Facebook càng lạc quan thì suất sinh lời vượt trội của cổ phiếu càng lớn

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả thống kê mô tả

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến trong mô hình ảnh hưởng của báo điện tử đến suất sinh lời vượt trội của danh mục cổ phiếu

Biến	Số quan sát	Trung bình	Sai số chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Rm-Rf	257	0,0502	2,7803	-14,5969	11,0706
SMB	257	0,4024	1,7669	-4,9829	4,8201
HML	257	0,4402	2,0314	-4,8524	7,9029
D1	257	0,7938	0,4054	0	1
D2	257	0,5058	0,5009	0	1
D3	257	0,4475	0,4982	0	1

Nguồn: tác giả tổng hợp

Theo dữ liệu thống kê mô tả ở Bảng 2, suất sinh lời vượt trội của thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2019 - 2023 có sự biến động rất mạnh do những tác động của đại dịch COVID-19. Giá trị nhỏ nhất của Rm-Rf là -14,5969 tương ứng với thời điểm VN-Index lao dốc mạnh nhất trong lịch sử kể từ khi thị trường thành lập. VN-Index đã mất gần 33% giá trị chỉ trong vòng hơn 2 tháng, từ đầu tháng 1 đến cuối tháng 3 năm 2020.

4.2. Kết quả hồi quy theo danh mục

Kết quả hồi quy của bảng 3 cho thấy các nhân tố chính của mô hình Fama French vẫn hoạt động hiệu quả. Cụ thể là hệ số beta của nhân tố SMB có ý nghĩa thống kê cao ở 2 danh mục Q1 và Q4 và có tác động ngược chiều đến suất sinh lời vượt trội của danh mục. Kết quả này cho thấy ở thị trường Việt Nam, các công ty có quy mô lớn thu hút được niềm tin của nhà đầu tư cá nhân hơn cả.

Nhân tố HML có ý nghĩa thống kê ở tất cả các mô hình và danh mục. Kết quả này cho thấy, các công ty có tỷ số giá trị sổ sách/giá thị trường cao sẽ mang lại suất sinh lời cao hơn cho nhà đầu tư. Nói cách khác, đầu tư vào các công ty giá trị trên thị trường Việt Nam sẽ hiệu quả hơn là đầu tư vào các công ty tăng trưởng do thị trường còn đang đánh giá thấp các công ty này. Do đó, việc này trở thành một cơ hội để các nhà đầu tư nắm bắt và kiếm lời.

Trong khi các biến giả D1, D2, D3 có ý nghĩa thống kê khá tốt ở các danh mục được phân chia dựa trên cảm tính của các bài đăng trên báo điện tử thì chúng lại gần như không cho thấy ảnh hưởng ở các danh mục được chia dựa trên cảm tính của bài đăng và bình luận trên Facebook. Biến D2 chỉ có ý nghĩa ở danh mục Q3 ở mô hình phân loại

danh mục dựa trên SI_FB còn biến D3 có ý nghĩa ở danh mục Q1 và Q2 ở mô hình phân loại danh mục dựa trên ΔSI_FB và ASI_FB . Tuy vậy, biến D2 cũng cho thấy chính sách hỗ trợ thị trường của chính phủ Việt Nam cũng có tác động tích cực đến suất sinh lời cổ phiếu.

Đáng chú ý nhất là các hệ số chặn của hầu hết các mô hình đều có ý nghĩa thống kê cao. Hệ số chặn là dương và lớn nhất với các danh mục có cảm tính là rất tiêu cực và giảm dần, thậm chí trở thành âm với các danh mục có cảm tính là tích cực và rất tích cực. Điều này nghĩa là khi cảm tính của các bài đăng và bình luận trên Facebook càng tiêu cực thì suất sinh lời bất thường của cổ phiếu càng lớn và ngược lại. Có thể thấy rằng các nhà đầu tư thậm chí có thể có thái độ nghi ngờ về ý nghĩa và cảm tính của những bài đăng và bình luận trên các trang cá nhân hoặc fanpage không giới hạn người truy cập. Do đó, họ có phản ứng trái ngược lại với những cảm tính thể hiện trên đó. Kết quả này đồng thuận với nghiên cứu của (Hirshleifer và cộng sự, 2021) trong khi trái ngược với phần lớn các nghiên cứu khác của Siganos và cộng sự (2014), Karabulut (2013), hay Hoài (2023).

Bảng 3. Phân tích ảnh hưởng của Facebook đến suất sinh lời vượt trội của danh mục cổ phiếu

Biến độc lập	Danh mục cổ phiếu chia theo SI_FB				Danh mục cổ phiếu chia theo ΔSI_FB				Danh mục cổ phiếu chia theo ASI_FB			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Rm- <i>rf</i>	0,623*** [0,067]	0,531*** [0,086]	0,561*** [0,066]	0,754*** [0,057]	0,696*** [0,060]	0,554*** [0,063]	0,534*** [0,077]	0,683*** [0,062]	0,770*** [0,073]	0,518*** [0,066]	0,539*** [0,079]	0,652*** [0,061]
SMB	-0,257*** [0,114]	0,027 [0,114]	-0,119 [0,091]	-0,337*** [0,095]	-0,385*** [0,097]	-0,106 [0,097]	0,118 [0,097]	-0,314*** [0,101]	-0,392*** [0,103]	-0,088 [0,100]	0,079 [0,095]	-0,269*** [0,099]
HML	0,627*** [0,087]	0,290*** [0,089]	0,543*** [0,066]	0,545*** [0,075]	0,682*** [0,078]	0,365*** [0,077]	0,359*** [0,073]	0,599*** [0,078]	0,638*** [0,082]	0,393*** [0,083]	0,360*** [0,073]	0,603*** [0,079]
D1	0,507 [0,426]	-0,627 [0,399]	0,382 [0,357]	0,053 [0,351]	0,266 [0,380]	0,137 [0,401]	-0,349 [0,388]	0,280 [0,343]	0,394 [0,380]	-0,180 [0,405]	0,285 [0,379]	-0,190 [0,377]
D2	0,076 [0,643]	0,718 [0,524]	0,937* [0,555]	0,628 [0,564]	0,654 [0,478]	0,279 [0,649]	0,837 [0,565]	0,577 [0,610]	0,506 [0,545]	0,546 [0,625]	0,378 [0,503]	0,917 [0,621]
D3	-0,952 [0,629]	-0,830* [0,502]	-0,862 [0,536]	-0,889 [0,564]	-1,061** [0,456]	-0,968 [0,629]	-0,606 [0,542]	-0,897 [0,609]	-0,834 [0,529]	-1,449** [0,626]	-0,265 [0,458]	-0,939 [0,615]
Hệ số chặn	0,893*** [0,331]	0,814** [0,320]	-0,749*** [0,264]	0,146 [0,274]	1,663*** [0,285]	1,282*** [0,306]	-0,267 [0,295]	-0,466* [0,260]	0,135 [0,274]	1,466*** [0,349]	-0,672** [0,270]	-0,801*** [0,297]
Số quan sát	257	257	257	257	257	257	257	257	257	257	257	257
r2	0,579	0,441	0,587	0,690	0,681	0,493	0,459	0,653	0,667	0,488	0,495	0,633
r2 điều chỉnh	0,569	0,428	0,577	0,683	0,673	0,480	0,446	0,645	0,659	0,476	0,483	0,624

Nguồn: Tác giả đề xuất

5. Kết luận và hàm ý

Nghiên cứu này đã chỉ ra rằng Facebook có ảnh hưởng rõ rệt đến suất sinh lời trên thị trường chứng khoán Việt Nam ở cấp độ công ty. Khi cảm tính trong các bài đăng và bình luận trên Facebook trở nên tiêu cực, suất sinh lời bất thường của cổ

phiếu có xu hướng tăng lên và ngược lại. Điều này cho thấy, nhà đầu tư có thái độ nghi ngờ đối với tính xác thực của các bài đăng hoặc bình luận trên Facebook. Vì vậy, họ có thể phản ứng ngược lại với những cảm xúc hoặc ý kiến được thể hiện trên những nền tảng này, từ đó tác động đến quyết định đầu tư và sự biến động giá cổ phiếu.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế. Thứ nhất, việc đo lường tâm lý từ Facebook, dù sử dụng nhiều chỉ số, có thể chưa nắm bắt hết sự phức tạp của nội dung và sắc thái thảo luận. Thứ hai, nghiên cứu chỉ tập trung vào Facebook mà chưa xem xét các nền tảng mạng xã hội phổ biến khác tại Việt Nam. Thứ ba, kết quả có thể bị ảnh hưởng bởi giai đoạn nghiên cứu cụ thể và các yếu tố kinh tế vĩ mô chưa được kiểm soát hoàn toàn trong mô hình.

Từ các kết quả, một số hàm ý chính sách có thể được rút ra. Sự tồn tại của phân bù giá trị và mối quan hệ nghịch đảo giữa tâm lý Facebook và α cho thấy thị trường có thể chưa hoàn toàn hiệu quả, tạo cơ hội cho kinh doanh chênh lệch giá nhưng cũng tiềm ẩn rủi ro từ các phản ứng thái quá, đòi hỏi sự giám sát của nhà quản lý. Việc thông tin chính sách hỗ trợ thị trường có tác động tích cực ngay cả khi được thảo luận trên Facebook nhấn mạnh tầm quan trọng của việc truyền thông chính sách một cách rõ ràng và nhất quán đến công chúng đầu tư.

Nghiên cứu này mở ra một số hướng đi mới. Cần có các nghiên cứu sâu hơn để làm rõ cơ chế đằng sau phản ứng trái chiều của nhà đầu tư đối với tâm lý Facebook, ví dụ như khảo sát niềm tin hoặc phân tích hành vi giao dịch. Việc so sánh tác động của Facebook với các mạng xã hội khác như Zalo hay YouTube tại Việt Nam cũng rất cần thiết. Ngoài ra, áp dụng các kỹ thuật xử lý ngôn ngữ tự nhiên tiên tiến hơn để phân tích tâm lý và kiểm định mô hình trên các giai đoạn thị trường khác nhau sẽ cung cấp những hiểu biết sâu sắc hơn.

Tài liệu tham khảo:

- Datereportal. (2024). Báo cáo về kỹ thuật số Việt Nam 2024. Retrieved from <https://dcca.org.vn/bao-cao-ve-ky-thuat-so-viet-nam-2024>
- Dong, Y. (2024). An Analysis of the Impacts of Interaction using Social Media Platforms on Stock Liquidity. *Highlights in Business, Economics and Management*, 30, 270-275.
- Hirshleifer, D. A., Peng, L., & Wang, Q. (2021). Social networks and market reactions to earnings news. Available at SSRN, 3824022.
- Hoài, N. T. (2023). Mối quan hệ giữa cảm xúc nhà đầu tư và biến động của thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*.
- Karabulut, Y. (2013). Can facebook predict stock market activity? Retrieved from <https://papers.ssrn.com/abstract=2017099>
- Kusumatuti, F. M., Ghofar, A., & Prihatiningtias, Y. W. (2024). Social Media Usage and Stock Return: The Mediating Role of Profitability. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 14(3), 834-851.
- Siganos, A., Vagenas-Nanos, E., & Vervijmeren, P. (2014). Facebook's daily sentiment and international stock markets. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 107, 730-743.
- Souza, T. T., & Aste, T. (2016). A nonlinear impact: evidences of causal effects of social media on market prices. *arXiv preprint arXiv:1601.04535*.