

ISSN: 1859-3690



TẠP CHÍ
NGHIÊN CỨU
TÀI CHÍNH - MARKETING

Số 64 - Tháng 08 Năm 2021

JOURNAL OF FINANCE - MARKETING



Tổng Biên tập

Lê Trung Đạo

Hội đồng biên tập

TS Hoàng Đức Long	Trường Đại học Tài chính – Marketing
PGS TS Phạm Tiến Đạt	Trường Đại học Tài chính – Marketing
TS Nguyễn Văn Hiến	Trường Đại học Tài chính – Marketing
GS TS Nguyễn Thị Cành	Trường Đại học Kinh tế – Luật
GS TS Lê Văn Cường	Đại học Paris 1 – Pantheon Sorbonne (Pháp)
PGS TS Trần Nguyễn Ngọc Anh Thư	Trường Đại học Tài chính – Marketing
PGS TS Nguyễn Minh Ngọc	Trường Đại học Tài chính – Marketing
PGS TS Phan Thị Hằng Nga	Trường Đại học Tài chính – Marketing
PGS TS Trương Đình Chiến	Trường Đại học Kinh tế quốc dân
PGS TS Đoàn Thị Mỹ Hạnh	Trường Đại học Văn Hiến
PGS TS Nguyễn Tiến Hoàng	Trường Đại học Ngoại Thương, Cơ sở II – TPHCM
PGS TS Nguyễn Quyết Thắng	Trường Đại học Công nghệ TPHCM
PGS TS Garry Tan Wei Han	Đại học UCSI (Malaysia)
PGS TS Võ Văn Nhị	Trường Đại học Kinh tế TPHCM
PGS TS Hạ Thị Thiều Dao	Trường Đại học Ngân hàng TPHCM
PGS TS Hồ Thùy Tiên	Trường Đại học Tài chính – Marketing
TS Nguyễn Xuân Trường	Trường Đại học Tài chính – Marketing
TS Phạm Quốc Việt	Trường Đại học Tài chính – Marketing
TS Huỳnh Thế Nguyễn	Trường Đại học Tài chính – Marketing

Thư ký Tòa soạn

Trần Nguyễn Ngọc Anh Thư

THÔNG TIN XUẤT BẢN

- Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing của trường Đại học Tài chính – Marketing, Bộ Tài chính, được xuất bản từ năm 2010 với mã số quốc tế ISSN 1859 – 3690, phát hành hai tháng một kỳ.
- Tạp chí được phát hành bằng bản in và bản điện tử. Là một ấn phẩm điện tử truy cập mở hoàn toàn, tạp chí sẽ cung cấp khả năng hiển thị tối đa cho các bài báo đã xuất bản được đọc và chia sẻ.
- Mọi bản thảo trong phạm vi của tạp chí và tuân thủ Quy định bài viết gửi đăng tạp chí sẽ được đưa vào quy trình phản biện sàng lọc và phản biện kín hai chiều bởi ít nhất một chuyên gia độc lập trong lĩnh vực nghiên cứu của bản thảo.
- Các thông tin cụ thể về tạp chí có thể tìm thấy qua trang điện tử: <http://jfm.ufm.edu.vn>.

TÔN CHỈ & MỤC ĐÍCH

- Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing là tạp chí khoa học phản biện kín hai chiều, trao đổi và công bố học thuật về các vấn đề thuộc khoa học kinh tế, kinh doanh và quản lý trong nước và quốc tế ở các lĩnh vực: kinh tế học, quản trị kinh doanh, marketing, thương mại, tài chính, ngân hàng, kế toán – kiểm toán, quản lý kinh tế, du lịch.

Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing
Giấy phép xuất bản số 1526/GP-BTTTT
cấp ngày 12/10/2010.

Tòa soạn: Trường Đại học Tài chính – Marketing
Phòng A208, 778 Nguyễn Kiệm, Phường 4, Quận Phú Nhuận
Phone: 028 387 267 89 – 735
Email: jfm@ufm.edu.vn

1. QUY ĐỊNH CHUNG

Bản thảo bài viết gửi đăng Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing phải là bài viết chưa từng được công bố trên bất kỳ tạp chí khoa học nào trước đó. Tác giả có trách nhiệm không gửi đăng bản thảo bài viết trên tạp chí khác khi chưa có quyết định từ chối của Ban biên tập Tạp chí.

Bài viết không dài quá 15 trang (bao gồm cả bảng biểu, ghi chú, tài liệu tham khảo và phụ lục); bài viết phải được soạn thảo bằng phần mềm Microsoft Word; font chữ Times New Roman; cỡ chữ 12; khổ giấy A4; khoảng cách dòng single; cỡ chữ cho phần Tài liệu tham khảo 10.

Gửi bài: Bài viết gửi đến Tạp chí bằng bản mềm qua email: jfm@ufm.edu.vn

2. QUY ĐỊNH THÀNH PHẦN BÀI VIẾT

2.1. Tên bài viết (Title)

Tên bài viết cần phải ngắn gọn, rõ ràng và phải phản ánh nội dung chính của bài viết (cả tiếng Việt và Tiếng Anh).

2.2. Tóm tắt bài viết (Abstract)

Phần tóm tắt phải viết ngắn gọn thành một đoạn văn (từ 150 đến 200 chữ), phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài viết và thể hiện rõ mục tiêu, dữ liệu, phương pháp và kết quả nghiên cứu.

Đối với các bài viết tiếng Việt, tác giả được yêu cầu cung cấp thêm tên bài và phần tóm tắt (bao gồm cả từ khóa) dịch sang tiếng Anh và được trình bày ngay dưới phần tóm tắt tiếng Việt.

2.3. Từ khóa (Keywords)

Tác giả cần đưa ra 3 đến 5 từ khóa của bài viết theo thứ tự alphabet và thể hiện đặc trưng cho chủ đề của bài viết.

2.4. Giới thiệu hoặc đặt vấn đề (Introduction)

Phần giới thiệu (hoặc đặt vấn đề) cần thể hiện: (i) Lý do thực hiện nghiên cứu này và tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu (có ý nghĩa như thế nào về mặt lý luận và thực tiễn); (ii) Xác định vấn đề nghiên cứu; (iii) Nội dung chính mà bài viết sẽ tập trung giải quyết.

2.5. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu (Literature review, Theoretical framework and Methods)

Nội dung phần này cần: (i) Trình bày rõ tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết liên quan; (ii) Khung lý thuyết hoặc khung phân tích sử dụng trong bài viết; (iii) Tác giả có thể lựa chọn phương pháp nghiên cứu định tính hoặc định lượng, hoặc cả hai tùy theo cách tiếp cận mà mình lựa chọn, trong đó cần thể hiện mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (nghiên cứu định lượng) và/hoặc thiết kế nghiên cứu định tính, cũng như các phương pháp thu thập dữ liệu.

2.6. Kết quả và thảo luận (Results and discussion)

Phần này cần: (i) Diễn giải, phân tích các kết quả phát hiện mới; (ii) Rút ra mối quan hệ chung, mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu của tác giả với những phát hiện khác trong các nghiên cứu trước đó. Đối với một số dạng bài viết mang tính chất tư vấn, phản biện chính sách, ý kiến chuyên gia,... phần này có thể chỉ tập trung vào đánh giá thực trạng vấn đề nghiên cứu (đánh giá thành tựu, hạn chế và nguyên nhân,...).

2.7. Kết luận hoặc (và) khuyến nghị giải pháp (Conclusions or/and policy implications)

Tùy theo mục tiêu nghiên cứu, các bài viết cần có kết luận và đưa ra giải pháp hay khuyến nghị cho các nhà quản lý doanh nghiệp và/hoặc các nhà hoạch định chính sách xuất phát từ kết quả nghiên cứu.

2.8. Tài liệu tham khảo (Reference)

Tác giả liệt kê các tài liệu đã trích dẫn trong bài viết theo chuẩn APA.

Địa chỉ liên hệ và gửi bài:

Tòa soạn: **TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU TÀI CHÍNH – MARKETING**
Phòng A208, 778 Nguyễn Kiệm, Phường 4, Quận Phú Nhuận
Điện thoại: 028 387 267 89 – 735 * Email: jfm@ufm.edu.vn