



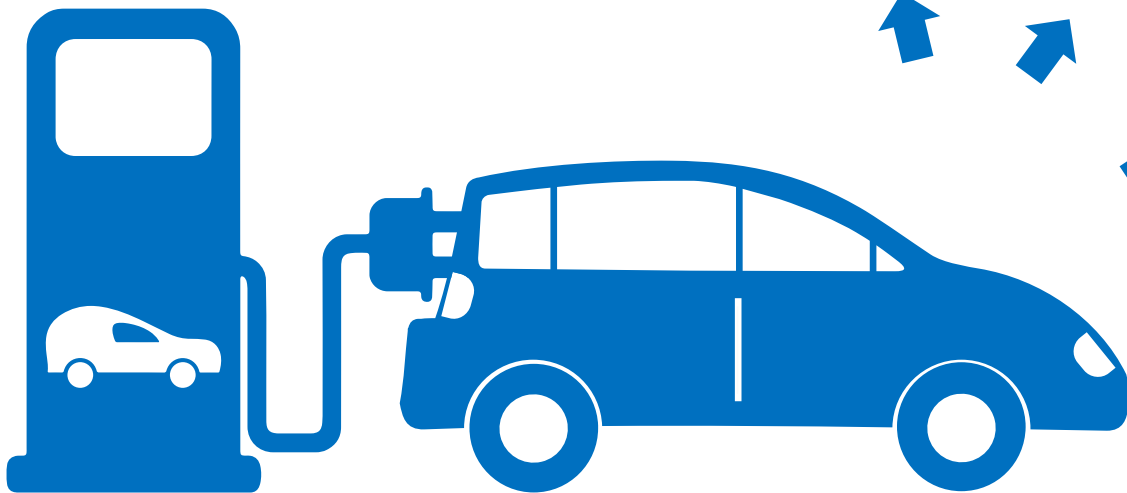
CHIẾN LƯỢC ĐỂ TĂNG KHẢ NĂNG ĐƯỢC CHẤP NHẬN ĐĂNG BÀI QUỐC TẾ-GÓC NHÌN TỪ THÀNH VIÊN BBT TẠP CHÍ QUỐC TẾ

TS. Dương Công Doanh

**Associate editor: 1) Entrepreneurial Business and Economics Review (ISI/Scopus Q1)
2) International Entrepreneurial Review**

CHIẾN LƯỢC ĐỂ TĂNG KHẢ NĂNG ĐƯỢC CHẤP NHẬN ĐĂNG BÀI QUỐC TẾ

NỘI DUNG:



Lựa chọn tạp chí quốc tế uy tín phù hợp

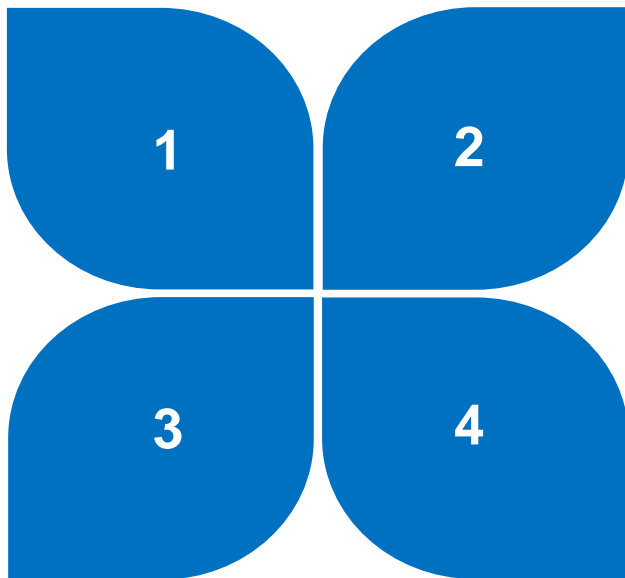
Desk review/Invitation to review/Decision-making: Quyền hạn và trách nhiệm của tổng/phó tổng biên tập

Phân bổ thời gian cho bài báo quốc tế- áp dụng cho các nghiên cứu sử dụng số liệu sơ cấp

Gợi ý một số chiến lược để tăng khả năng được chấp nhận đăng bài quốc tế



Lựa chọn tạp chí quốc tế uy tín



Tạp chí quốc tế uy tín?



Nội dung phù hợp với phạm vi của tạp chí



Yêu cầu hình thức: Format, trích dẫn theo style của tạp chí



Tăng khả năng được chấp nhận

Tạp chí quốc tế uy tín

Tạp chí quốc tế uy tín (tin cậy):
Có sự chọn lựa cẩn thận về chất lượng của bài viết qua quá trình bình duyệt nghiêm túc của các chuyên gia (peer review, double-blind review)

Phản biện là các chuyên gia có chuyên môn phù hợp, độc lập và khách quan

ISI

Scopus

OA

PJ

Truy cập mở “Open access”: uy tín?
-Thu phí/không thu phí
-NXB uy tín:
(Elsevier/Springer/Emerald/Sage/...)

Tạp chí quốc tế săn mồi
(predatory journals)

Bàn về truy cập mở “Open access”

Nếu gửi tạp chí mở thì nên lựa chọn tạp chí mở (có thu phí) của NXB uy tín



No publication fee

Rất nhiều tạp chí mở nhưng không bất cứ loại phí nào

Publication fee

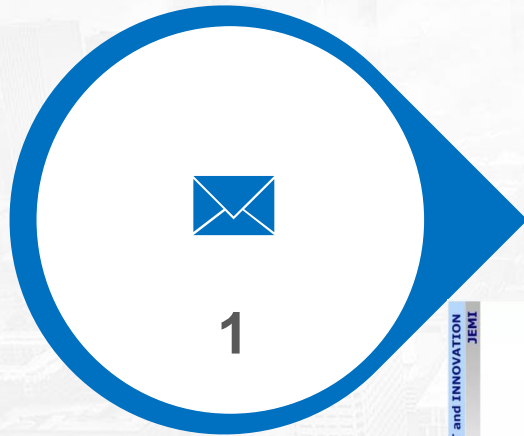


OA options

Thường các tạp chí của các NXB uy tín cho lựa chọn OA hay không

Tạp chí mở (OA)-không thu phí

Thường là tạp chí khoa học của các trường đại học/học viện hoặc các viện nghiên cứu, ví dụ: Entrepreneurial Business and Economics Review, Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation, Central European Management Journal, Central European Business Review...



1

OA-no
publication fee

Journal of ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT and INNOVATION
JEMI
Volume 18, Issue 3, 2022



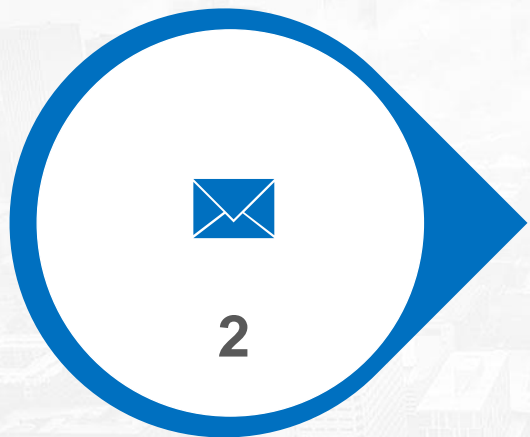
Contemporary Research in the Field
of Entrepreneurship, Management,
and Innovation: Regular Issue

Edited by

Anna Ujwary-Gil
Anna Florek-Paszowska



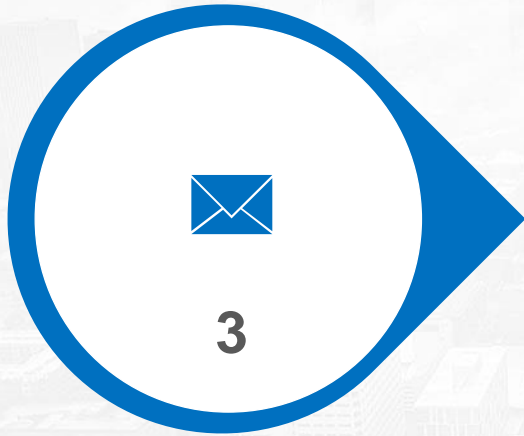
Tạp chí mở (OA)- thu phí đăng bài/nộp bài



OA- publication
fee

- Để giảm rủi ro đăng bài tại các tạp chí “rởm”/tạp chí săn mồi và tạp chí giả mạo nên chọn các tạp chí mở của các nhà xuất bản uy tín như Elsevier/Sage/Emerald/Taylor & Francis, Wiley/Oxford/Cambridge...
- Ví dụ một số tạp chí mở (OA) có quá trình phản biện nghiêm túc: Sage Open (Sage), Frontiers in Energy (Springer), Cleaner Environmental Systems (Elsevier)...

Tạp chí cho tác giả lựa chọn OA hay không



Gold Open
Access/Subscription

- Ý kiến cá nhân: Loại này nhà nghiên cứu/các nhà khoa học nên gửi bài nghiên cứu của mình nhất vì gần như chắn chắn không lo về chất lượng tạp chí. Khi nộp bài tác giả được hỏi về lựa chọn này.
- Người đọc muốn đọc các bài nghiên cứu này cần phải trả phí (hoặc thông qua hệ thống thư viện các trường ĐH...)
- Nên lựa chọn tạp chí của các nhà xuất bản uy tín.



ISSN: 0191-8869

Personality and Individual Differences

The Official Journal of the International Society for the Study of Individual Differences (ISSID)

This is a [Transformative Journal](#).

Publishing options: [OA](#) Open Access ↗ [S](#) Subscription ↗

[↗ Guide for authors](#) [Track your paper](#) ↘ [↗ Order journal](#)

Tăng khả năng được chấp nhận



- Rất quan trọng: Phù hợp với phạm vi (aims and scope) của tạp chí. Chủ đề nghiên cứu cần phù hợp với phạm vi quan tâm của tạp chí.
- Cover letter cần nhấn mạnh tới sự phù hợp khi nộp bài.
- Yêu cầu về hình thức: cũng rất quan trọng (theo quan điểm cá nhân), đảm bảo theo format của tạp chí yêu cầu (cấu trúc, hình, bảng, biểu đồ...). Style trích dẫn cần đảm bảo theo yêu cầu của tạp chí.

Tăng khả năng được chấp nhận



- Lựa chọn tạp chí thứ hạng (ranking) từ cao xuống thấp, ví dụ: Q3/Q4 (Scopus) hoặc ESCI (ISI Web of Science)...
- Tỷ lệ chấp nhận (acceptance rate)-một chỉ số có tính tham khảo:
 - ✓ Tỷ lệ chấp nhận cao sẽ tăng xác suất (cơ hội) đăng bài, ví dụ: EBER (acceptance rate: 15%-reject: 85%)
 - ✓ Các tạp chí có thứ hạng cao (tốt) và tỷ lệ chấp nhận thấp → thường là rất khó.
 - ✓ Top field (ví dụ: JBV, ETP, Academy of Management Journal...): Cực khó

Quyền hạn và trách nhiệm của tổng/phó tổng biên tập

1. Desk review
2. Invitation to review
3. Decision-making

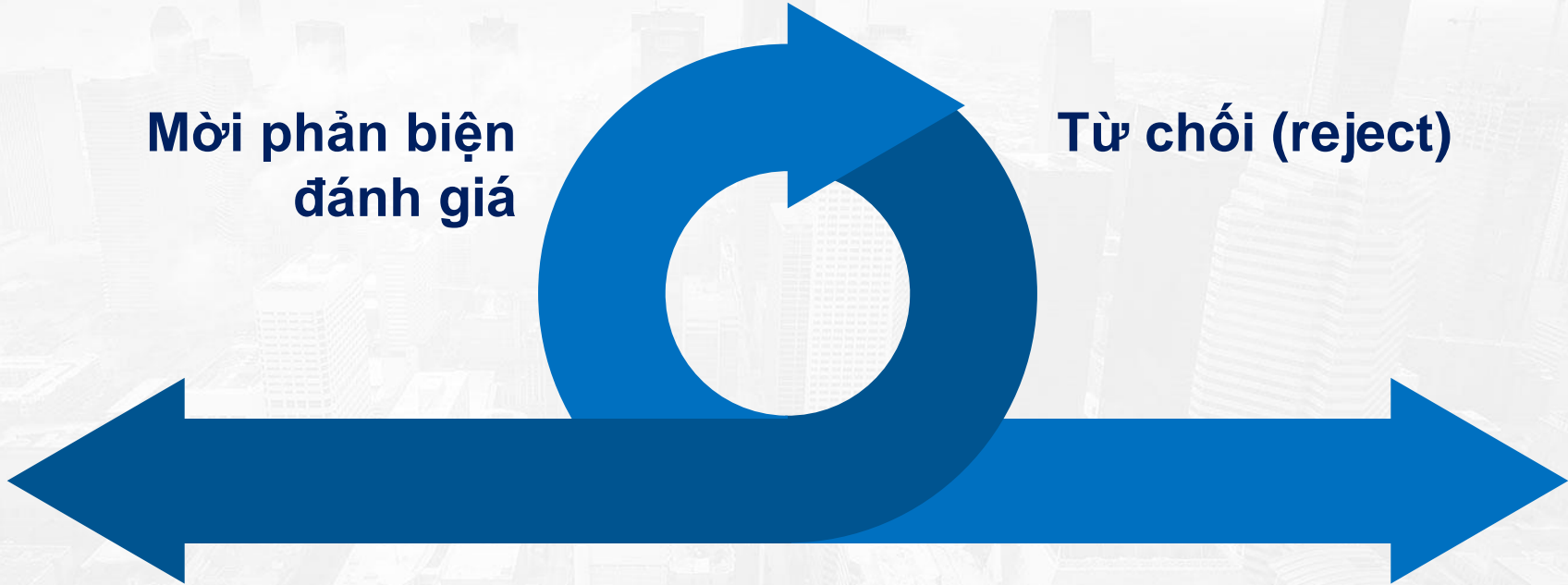


TBT/PTBT Đánh giá bước đầu (Desk review)

Mời phản biện
đánh giá

Từ chối (reject)

Desk review



Mời phản biện (invitation to review)

Sau khi đọc bài của các tác giả và nhận báo cáo về tỷ lệ trùng lặp (đạo văn), nếu quyết định mời phản biện:



Overdue Response due: 2022-05-18	Double-blind	Send Reminder
Overdue Response due: 2022-05-29	Double-blind	Send Reminder
Overdue Response due: 2022-07-04	Double-blind	Send Reminder
Overdue Response due: 2022-08-08	Double-blind	Send Reminder

- Trong vòng 1 tuần mời sau khi nhận thông báo sẽ xem xét mời ít nhất 2 phản biện độc lập.
- Thường là sẽ mời nhiều hơn “một chút”, 3 hoặc 4 phản biện.
- Sau một thời gian nếu chưa nhận được đánh giá thì nhắc các reviewers gửi đánh giá.
- Bàn về suggesting reviewers của các tác giả: Vì sao cần? Lợi và hại?

Kinh nghiệm/bài học rút ra từ việc làm PTBT



Cảm thông và hiểu được khó khăn của TBT/PTBT



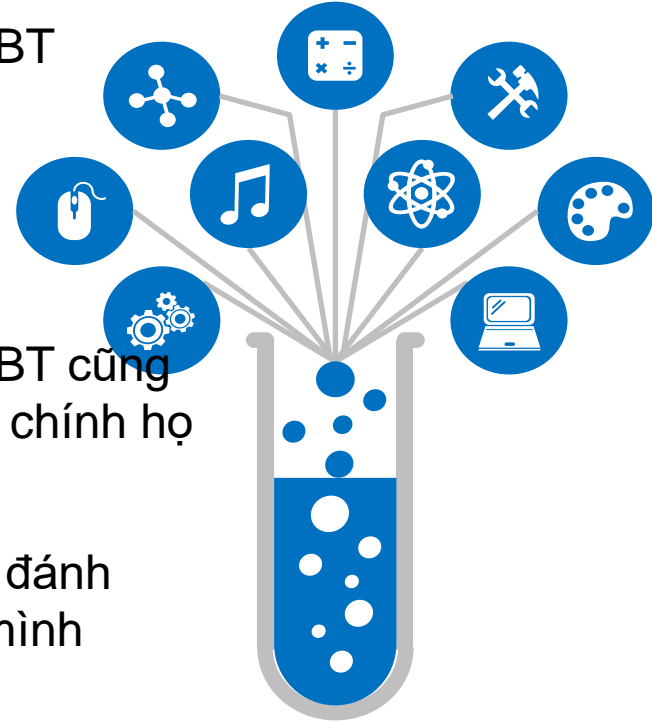
Cố gắng làm hài lòng họ bằng trình bày nghiên cứu của mình tốt nhất có thể: Chú ý style, format, lỗi chính tả, proof-reading...



Kiên nhẫn chờ kết quả review bởi không phải BBT cũng nhận được đánh giá của các review thuận lợi và chính họ cũng nóng ruột cho tác giả



Khi nhận được kết quả reject cũng nên xem xét đánh giá của các reviewers để cải thiện bài báo của mình trước khi gửi tạp chí khác.

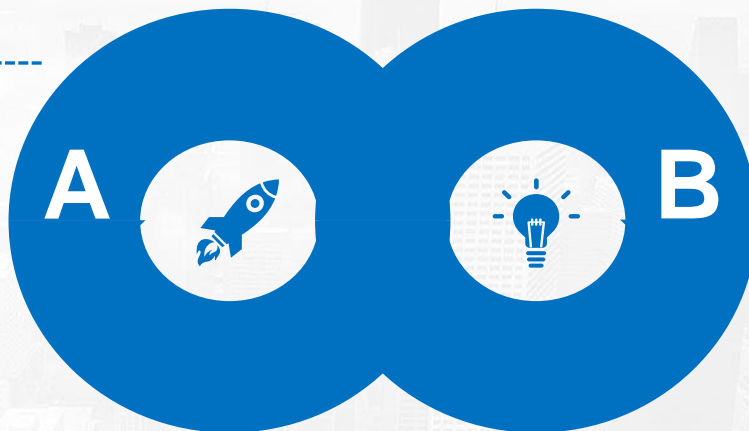


Ra quyết định

Mời sửa/cải thiện và nộp lại (revision)

Sau khi nhận đủ số lượng đánh giá từ các reviewers, xem xét và ra quyết định mời sửa hay không?

- Sửa lớn/nhiều: Major revision
- Sửa nhỏ: Minor revision



Từ chối (reject)

Có thể từ chối, tùy vào kết quả đánh giá của các reviewers, nếu:

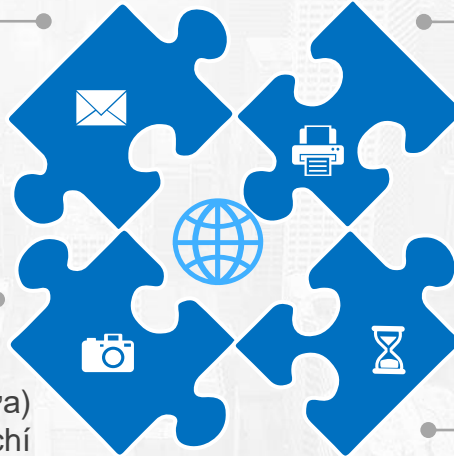
- 2 PB (reviewers) đều từ chối (reject)
- 1 PB reject và 1 PB yêu cầu major revision
- Nếu 1 PB reject và 1 PB minor revision sẽ mời thêm đánh giá từ người thứ 3,4.

Phân bổ thời gian cho (một) bài báo quốc tế

Áp dụng cho các nghiên cứu định lượng sử dụng số liệu sơ cấp

Tổng quan tài liệu, ý tưởng, xây dựng mô hình nghiên cứu, thu thập số liệu, “viết” báo cáo nghiên cứu, hoàn thiện trước khi gửi (1 năm)

Thời gian trung bình: 2-3 năm



Sửa (revise- nếu “may mắn” được mời sửa) hoặc bị reject cũng nên sửa trước khi gửi tạp chí mới (sửa dựa trên nhận xét của reviewers) để cải thiện chất lượng bài báo.

Thời gian từ khi gửi tới khi chấp nhận (accept) dài ngắn tùy thuộc vào:

- ✓ Tạp chí
- ✓ Chất lượng bài của mình
- ✓ Độ “tích cực” của các tác giả sửa theo góp ý phản biện
- ✓ Bàn về làm nhóm hay cá nhân?-nhanh/chậm, tính thống nhất...

Để tiết kiệm thời gian cho mình (tác giả) và nhóm mình (nhóm tác giả) thì nên tập trung vào sửa ngay khi có kết quả mời sửa và cố gắng hoàn thiện nhanh nhất có thể và CỐ GẮNG thỏa mãn TẤT CẢ yêu cầu của phản biện

Big Five personality traits and green consumption: bridging the attitude-intention-behavior gap

Cong Doanh Duong

Faculty of Business Management, National Economics University, Hanoi, Vietnam

Abstract

Purpose – This study examines the roles of Big Five personality traits, including conscientiousness, agreeableness, extraversion, neuroticism and openness to experience, in shaping green consumption behavior, as well as bridging the attitude-intention-behavior gap in environmentally friendly consumption and testing the gender differences between these associations.

Design/methodology/approach – A dataset of 611 consumers was collected by means of mall-intercept surveys in major Vietnamese cities. Structural equation modeling (SEM) via AMOS 24.0 was employed to test the proposed conceptual framework and hypotheses, while the PROCESS approach was utilized to estimate mediation standardized regression coefficients.

Findings – The study revealed that in addition to extraversion, other personality traits (agreeableness, conscientiousness, openness to experience and neuroticism) were strongly associated with green consumption. Moreover, attitude towards green products and intention to buy environmentally friendly products were determined to have key roles in explaining consumers' pro-environmental behavior. There was also a notable difference in the impact of personality traits on men's and women's green consumption.

Practical implications – This study provides useful recommendations for administrative practices seeking to understand consumer behavior, build appropriate marketing and communication campaigns and attract customers to buy environmentally friendly products.

Originality/value – This study makes efforts to resolve the attitude-intention-behavior gap, a recurring theme in the green consumption literature, as well as illustrates the significance of Big Five personality traits in explaining attitude, intention and behavior when purchasing green products. This research also demonstrates that Big Five personality traits have significantly different effects on green consumption attitudes and intention to carry out pro-behavioral consumption.

Keywords Big five personality traits, Gender difference, Attitude towards green products, Green purchase intention, Green purchase behavior

Paper type Research paper

1. Introduction

Rapid growth of the economy, overuse of resources and unsustainable consumption globally have had an immensely negative impact on the environment (Liu *et al.*, 2020; Sun *et al.*, 2018), leading to increased polluted air and water and overall global warming. These factors have driven society to alter its traditional patterns with regard to purchasing and consuming products and services, as well as conventional consumption behavior, in the interest of environmental sustainability (Jaiswal and Kant, 2018; Perez-Castillo and Vera-Martinez, 2021; Wu and Cheng, 2019). Subsequently, the concept of *green consumer behavior* or *green consumption* have been proposed as a novel model of marketing discipline in the realm of recent consumer studies (Kumar *et al.*, 2020; Sreen *et al.*, 2018; Sun and Wang, 2020). In terms of green consumption, studies on pro-environmental intentions and behaviors have mostly been conducted in developed countries (Nguyen *et al.*, 2019; Nguyen, 2019; Sreen *et al.*, 2018), while in emerging economies like that of Vietnam, little research on environmentally friendly consumption exists (Pham *et al.*, 2021). Consumer studies and literature on environmental

The author(s) would like to thank the two anonymous reviewers for their insightful suggestions and careful reading of the manuscript. The article came into being within the project no. 339/QD-DHKQTQD, financed by National Economics University, 2020.

Bridging the attitude-intention-behavior gap

Received 23 April 2021
Revised 27 June 2021
3 August 2021
Accepted 29 August 2021

Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields

Cong Doanh Duong

National Economics University, Hanoi, Viet Nam

Moderating role of educational fields

Received 12 May 2021
Revised 30 July 2021
8 September 2021
Accepted 20 September 2021

Abstract

Purpose – The purpose of this research is to integrate the prediction from entrepreneurship education with the theory of planned behaviors (TPB) to build a conceptual framework and estimate the effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention over and above key predictors from an extended TPB model. Also, the moderating impacts of educational fields in the paths from entrepreneurial education, attitude toward entrepreneurship, subjective norms and perceived behavioral control to entrepreneurial intention are tested in this study.

Design/methodology/approach – The study used a sample of 559 university students who received entrepreneurship education at 12 universities from Vietnam. Confirmatory factor analysis was utilized to test the validity and reliability of all variables and regression analyses were used to estimate coefficient paths. Then, bootstrapping method with the PROCESS approach was utilized to test the indirect correlations.

Findings – The study reveals that attitude toward entrepreneurship and perceived behavioral control were positively and strongly associated with entrepreneurial intention, while the linkage between subjective norms and entrepreneurial intention was not significant. Also, the findings show that even though entrepreneurship education did not have a direct effect on entrepreneurial intention, it increased entrepreneurial intention via attitude toward entrepreneurship and perceived behavioral control. In addition, this study finds that educational fields moderate the associations between predictors and entrepreneurial intention.

Practical implications – This study offers both universities and policymakers options to foster youths' entrepreneurial activities.

Originality/value – This study is expected to significantly contribute to entrepreneurship literature by enriching our understanding of the interesting and crucial linkages between entrepreneurship education, attitude toward entrepreneurship, subjective norms, perceived behavioral control and entrepreneurial intention. Additionally, the current research reveals that for economic and business management students, the paths are driven from entrepreneurial education, attitude toward entrepreneurship, subjective norms and perceived behavioral control to intention to engage in entrepreneurial activities has become stronger when compared to students of majors in engineering and others.

Keywords Entrepreneurship education, Attitude toward entrepreneurship, Subjective norms, Perceived behavioral control, Entrepreneurial intention

Paper type Research paper

1. Introduction

In recent years, both scholars and policymakers have been increasingly interested in business ventures as they have been determined to be crucial drivers of national and global economic development (St-Jean *et al.*, 2018; Lingappa, 2020; Nowinski *et al.*, 2020). Also, there is increasing scholarly interest in the outcomes of entrepreneurship education (Amjad *et al.*, 2020; Matlay, 2006, 2008; Otache *et al.*, 2019; Westhead and Solesvik, 2016) as governments of many countries have made considerable investments in them to foster entrepreneurial

The author(s) would like to thank the anonymous reviewers for their insightful suggestions and careful reading of the manuscript. The article came into being within the project no. 339/QD-DHKQTQD, financed by National Economics University, 2020.

Thời gian
từ khi gửi
tới khi
chấp nhận
đăng (nếu
tích cực
và tập
trung sửa
ngay)





The impact of fear and anxiety of Covid-19 on life satisfaction: Psychological distress and sleep disturbance as mediators

Cong Doanh Duong*

Faculty of Business Management, National Economics University, Viet Nam

ARTICLE INFO

Keywords:
 Fear and anxiety of Covid-19
 Psychological distress
 Life satisfaction
 Sleep disturbance

ABSTRACT

Little is known about the impacts of covid-19 pandemic on mental health problems among youth population whereas this information is extremely necessary to develop appropriate actions to support these young people overcoming psychological crisis and increasing satisfaction with life during the disease outbreak. This study not only explores the influences of fear and anxiety of covid-19 on life satisfaction, but it also examines the mediating roles of psychological distress and sleep disturbance in this linkage. 1521 students from universities in Vietnam was assessed utilizing the online-based cross-sectional survey. The study revealed that fear and anxiety of covid-19 was strongly related to psychological distress and sleep disturbance and life satisfaction among Vietnamese university students. Also, life satisfaction was found to have a strong and negative association with psychological distress, but without sleep disturbance. Moreover, the findings of the study revealed that fear and anxiety of covid-19 reduced life satisfaction and increased sleep disturbance via psychological distress. This study was expected to contribute to the extant literature by enriching our understanding the serious impacts of covid-19 pandemic on youths' mental health as well as provide some useful references for policy makers to prevent the occurrence of psychological crisis among university students.

1. Introduction

The novel coronavirus disease, popularly known as SARS-CoV-2 or Covid-19, was identified in Wuhan city of China at the end of 2019, which continues to rapidly spread at global scale (Ye et al., 2020). The World Health Organization (WHO) declared it as Public Health Emergency of International Concern in January 2020, and then a 'pandemic' on 11 March 2020. As of 16 December 2020, a total number of 71,581,532 global confirmed cases of Covid-19 with 496,156 new cases and a total of 1,618,374 deaths worldwide were reported (WHO, 2020). This pandemic is not only resulting in deaths globally, but also posing serious threat on mental health such as anxiety and fear, psychological distress, sleep disturbance, etc. (Feng et al., 2020; Lee et al., 2020). To curb the spread of highly infectious disease, millions of people were forced by most governments around the world to impose lock-down, social and physical distancing, school closing to restrict face-to-face learning and teaching. Approximately 1.5 billion school-going and college students across the world are seriously influenced as a result of the closing down of schools and educational institutions (Hasan & Bao, 2020).

The global pandemic has sparked an unparalleled attention among

the scholarly community, the major topics of recent studies about covid-19 have been interested in emergency care, treatment, economic preferences, socio-economic vulnerabilities, global environmental change, e-learning crack-up and so forth (e.g. Hasan & Bao, 2020; Müller & Rau, 2020), however, evaluating the effects of covid-19 pandemic on mental health among uninfected people have been relatively neglected (Lee, 2020). Indeed, during the outbreak of covid-19, everyone in the society have to face with the dual pressure of interpersonal isolation and take account into infection. An examination of psychological status as well as risk antecedents is necessary to carry out target intervention (Wang et al., 2020). Firstly, the association between fear and anxiety of covid-19 and the depression as well as generalized anxiety in adult population has been found in several recent studies (e.g. Daly & Robinson, 2020; Lee et al., 2020; Lee & Crunk, 2020; Ye et al., 2020), yet, studies on psychological impacts of covid-19 is only in the early stages of development. Also, these studies only examined generalized anxiety and depressive symptoms (e.g. Zhang, Wang, et al., 2020; Zhang, Ye, et al., 2020), or only developed a scale to estimate psychological distress related to covid-19 in healthy public (e.g. Feng et al., 2020). Secondly, Jiang et al. (2020) argued that psychological distress was significantly

* R.1008, Faculty of Business Management, A1 building, National Economics University, 207 Giai Phong, Hai Ba Trung, Hanoi (100000), Viet Nam.
 E-mail address: congd@neuv.edu.vn

<https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110869>

Received 15 December 2020; Received in revised form 20 March 2021; Accepted 22 March 2021

Available online 24 March 2021

0191-8869/© 2021 Elsevier Ltd. All rights reserved.

ADHD symptoms and entrepreneurial intention among Vietnamese college students: an empirical study

Cong Doanh Duong and Thi Loan Le
 Faculty of Business Management, National Economics University,
 Hanoi, Vietnam

ADHD symptoms and entrepreneurial intention



Received 3 February 2021
 Revised 7 March 2021
 Accepted 27 March 2021

Abstract

Purpose – This study aims to develop a conceptual framework that integrated insights from Shapero and Sokol (1982)'s model of entrepreneurial event, Bandura (1977)'s social learning theory and clinical psychology to empirically test and discover the underlying mechanism of how attention deficit hyperactive disorder (ADHD) symptoms can influence student entrepreneurial intention.

Design/methodology/approach – The study uses structural equation modeling with a sample of 2218 students from 14 universities in Vietnam.

Findings – The research reveals that although ADHD symptoms are not found to have the direct role in shaping student perceived feasibility entrepreneurial intention, these psychiatric symptoms have more influences and significances in the growth of entrepreneurial self-efficacy and perceived desirability. Also, entrepreneurial self-efficacy and perceived desirability are found to be full mediators in ADHD symptoms and entrepreneurial intention linkage. Besides, both perceived desirability and perceived feasibility partially mediate the entrepreneurial self-efficacy effect on entrepreneurial intention.

Practical implications – The findings provide policymakers and universities with important insights into how to nurture intention to become entrepreneurs among college students, especially those individuals.

Originality/value – The present study offers a new insight about the linkage between ADHD symptoms and entrepreneurial intention. Also, the model of entrepreneurial event and the social learning theory are shown to be unifying theoretical construct of the relationship between psychiatric symptoms and entrepreneurial intention among Vietnamese students.

Keywords ADHD symptoms, Entrepreneurial intention, College students

Paper type Research paper

1. Introduction

Entrepreneurial intention is identified as an important concept in the early phase of entrepreneurship process, so there was a body of studies which has focused on investigating its precursors (Schlaegel and Koenig, 2014; Tkachev and Kolvereid, 1999). Intention to become an entrepreneur relates to the cognitive phase that direct an individual to create an own business (Krueger, 2009). Aristotle views "no great mind ever existed without a touch of madness" and this is a reason why there is growing interest in the links between impulsivity, attention deficit hyperactive disorder (ADHD) symptoms and business venturing (Yu et al., 2019; Wiklund et al., 2017). Indeed, in the past century, a stream of knowledge on antecedents of entrepreneurship process that are generally positive and logical such as human capital, self-efficacy, social capital, cognitive biases, personal



Thời gian
 từ khi gửi
 tới khi
 chấp nhận
 đăng (nếu
 tích cực
 và tập
 trung sửa
 ngay)
 – rút ngắn
 được thời
 gian phản
 biện

Gợi ý một số chiến lược tăng khả năng được chấp nhận

CHỌN TẠP CHÍ PHÙ HỢP:

- Theo phạm vi và mục tiêu của tạp chí
 - Theo ranking: Tiếp cận từ thấp Q4, Q3 tới cao Q1, ESCI tới SSCI...
- (Biết mình ở đâu để chọn tạp chí vừa sức)

ĐAM MÊ VÀ KIÊN TRÌ

- Tập trung là yếu tố then chốt (cố gắng loại bỏ các yếu tố “gây nhiễu”)
- Kiên nhẫn chờ kết quả phản biện (thường sẽ rất lâu)
- Nếu bị từ chối, kiên trì xem xét sửa theo ý kiến của các PB trước khi gửi sang tạp chí mới, đôi khi phải chờ và gửi tới tạp chí thứ “n”.

TÔN TRỌNG BBT VÀ PHẢN BIỆN

- Công việc của BBT và PB đơn thuần là công việc tình nguyện và chỉ nhằm mục đích thúc đẩy khoa học.
- Nên tôn trọng góp ý của tất cả các PB bao gồm cả người từ chối đăng nghiên cứu của mình, cố gắng sửa và thỏa mãn ý kiến của họ.
- Đảm bảo chất lượng hình thức và nội dung cũng là cách tôn trọng BBT và PB.
- Nên viết trực tiếp bằng Tiếng Anh, đừng viết TV rồi dịch.

“VIẾT”

- Cân nhắc “viết” theo nhóm hay một cá nhân “viết” dựa trên công việc của người khác trong nhóm (số liệu đã xử lý, những luận cứ (argument) hay thảo luận (discussion) đã được gạch đầu dòng của các TV nhóm nghiên cứu khác) → Tăng tính thống nhất (logic) của bài nghiên cứu, tránh sự chông chéo và không ăn ý.
- Nên viết trực tiếp bằng Tiếng Anh, đừng viết TV rồi dịch sang Tiếng Anh (nếu không tự tin với khả năng Viết Tiếng Anh → Cứ viết, sau đó proofreading sau).

Trân trọng cảm ơn Quý Thầy/Cô
đã lắng nghe

Trao đổi & thảo luận

