

TẠO DỰNG THƯƠNG HIỆU TẠP CHÍ KHOA HỌC TỪ SỰ TIN CẬY VÀ TRIẾT LÝ SỨ MỆNH

Đinh Phi Hồ¹, Nguyễn Phước Quý Quang¹, Tạ Hoàng Giang¹, Nguyễn Lê Uyên Minh^{1,*}

¹Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

Tóm tắt: Tạp chí Khoa học có vai trò tích cực trong việc phổ biến thông tin và phát triển trong lĩnh vực khoa học, nghiên cứu. Xây dựng thương hiệu cho tạp chí khoa học không những là một việc cần thiết mà còn là yếu tố then chốt để tạo dựng sự tin cậy và thu hút độc giả. Tuy vậy, vấn đề tạo dựng thương hiệu cho tạp chí khoa học cũng đang đối diện với nhiều cơ hội và thử thách. Bài viết này sẽ giới thiệu một số phương pháp để kiến tạo một thương hiệu vững mạnh và xứng đáng tin tưởng cho tạp chí khoa học. Việc thiết yếu là xác định triết lý sứ mệnh của tạp chí nhằm xác định mục tiêu và giá trị bền vững. Sự tin cậy và triết lý sứ mệnh được xem là những nhân tố quyết định giúp tạo dựng một thương hiệu lớn mạnh và có uy tín trong lĩnh vực khoa học. Việc thực hiện các giải pháp này sẽ giúp tạp chí xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ và đáng tin cậy, từ đó thu hút được sự quan tâm và tín nhiệm của độc giả trong lĩnh vực khoa học.

Từ khóa: Tạp chí Khoa học, thương hiệu, tin cậy, triết lý sứ mệnh

1. KHÁI NIỆM

Theo Kotler (2000), “thương hiệu là một tập hợp gồm giá trị, hình ảnh và ý nghĩa mà khách hàng cảm nhận được và gắn kết với một dịch vụ hoặc sản phẩm nhất định”. Thương hiệu của giá trị do một công ty, nhãn hàng, sản phẩm hoặc dịch vụ đem đến cho khách hàng. Nó góp phần định vị và tách biệt một nhãn hiệu với các đối thủ khác, giúp xây dựng sự trung thành và mức độ tín nhiệm từ phía khách hàng.

Tạp chí Khoa học (TCKH) là một kênh thông tin khoa học, phục vụ việc công bố và trao đổi các bài viết và công trình nghiên cứu về các lĩnh vực khoa học, công nghệ (Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam, 2021). TCKH có vai trò to lớn trong việc đối với việc truyền tải và trao đổi tri thức, nghiên cứu và đào tạo các lĩnh vực khoa học. Đối với đối tượng là TCKH, khái niệm thương hiệu thể hiện vai trò và mục tiêu tồn tại của tạp chí, tức là công bố và trao đổi các bài viết và công trình nghiên cứu. Khái niệm này giúp xác định phương hướng phát triển

và bảo vệ hình ảnh uy tín của tạp chí.

Sự tin cậy, theo Tracy (2006), là một khía cạnh chủ chốt trong xây dựng mối quan hệ và tạo dựng niềm tin cậy đối với khách hàng, dựa trên khả năng thực hiện cam kết và đáp ứng mong đợi của họ. Sự tin cậy được xây dựng thông qua việc thực hiện chuẩn xác các cam kết và thỏa mãn kỳ vọng từ phía khách hàng, giữ vững mối quan hệ và tạo dựng lòng tin nơi khách hàng. Điều này yêu cầu tổ chức phải thực hiện đúng, đầy đủ và trung thực các cam kết và tiêu chuẩn chất lượng.

Triết lý sứ mệnh, theo Drucker (1994), định hướng và thể hiện giá trị cốt lõi, sứ mệnh và mục tiêu hoạt động của một tổ chức, tạo nên định hướng và sự phát triển lâu dài. Triết lý sứ mệnh rất cần thiết đối với việc hình thành nên định hướng và sự bền vững cho tổ chức. Triết lý sứ mệnh có vai trò là tầm nhìn, vạch ra chiến lược hành động và kế hoạch phát triển của tổ chức, từ đó góp phần lựa chọn hướng đi và xây dựng thương hiệu của tổ chức.

Giá trị độc đáo, theo Godin (2003), là những yếu tố, đặc điểm hoặc tính năng mà hàng hóa hoặc dịch vụ đem tới và không thể được sao chép hoặc thay thế từ đối thủ cạnh tranh. Giá trị độc đáo góp phần tạo thành điểm riêng biệt và hấp dẫn khách hàng, giúp định vị và dễ dàng nhận diện thương hiệu.

Thương hiệu là sự khẳng định vị thế, nơi tạo ra những giá trị riêng biệt. Sự khác nhau giữa các TCKH nằm ở triết lý sứ mệnh mà họ thực hiện, ở tính cách thông qua cách vận hành có hệ thống, tuân thủ quy trình, minh bạch và hiệu quả.

Các TCKH nổi tiếng như Science, Cell, Nature, ... là những thương hiệu nổi tiếng trong lĩnh vực khoa học (Nhật Hồng, 2019). Đây là những tạp chí có uy tín cao và được thừa nhận khắp toàn cầu.

Triết lý sứ mệnh của các TCKH là đề cao chất lượng và tính độc lập trong hoạt động đăng tải các nghiên cứu khoa học, cam kết công bố những kết quả nghiên cứu chất lượng cao, có giá trị và có sức lan tỏa, tác động tích cực của mình. Các tạp chí này đặt mục tiêu trở thành kênh phổ biến thông tin và trao đổi kiến thức hàng đầu trên thế giới.

Điểm đặc biệt của các TCKH lớn chính là đảm bảo độ tin cậy và độc lập. Các tạp chí này có tiêu chuẩn rất cao trong việc chấp nhận và công bố các bài viết. Các bài viết trong các tạp chí này đều phải qua quy trình thẩm định nội dung, kiểm tra trùng lặp, bình duyệt (peer review) chặt chẽ và chính sách bảo mật, nhằm đảm bảo hàm lượng khoa học và tính trung thực. Điều quan trọng là giúp tạo dựng niềm tin từ phía cộng đồng khoa học và đảm bảo rằng các nghiên cứu được công bố là có giá trị và đáng tin cậy.

Ngoài ra, các TCKH hàng đầu cũng có đội ngũ biên tập sắc bén và chuyên nghiệp, thường là những chuyên gia trong nhiều lĩnh vực. Họ có khả năng kết nối cộng đồng khoa học đa ngành. Điều này giúp sự tin tưởng, khuyến khích ra giới khoa học, chuyên gia

đóng góp bài viết và công trình có giá trị và mang lại lợi ích thiết thực cho độc giả cùng những thế hệ nhà khoa học, nghiên cứu kế cận. Tóm lại, đây là những thương hiệu có sự khác biệt và vị thế trong lĩnh vực khoa học. Sự khác biệt này nằm ở triết lý sứ mệnh, tính độc lập và tin cậy của các tạp chí này, góp phần duy trì sự khác biệt và uy tín của các thương hiệu TCKH trong cộng đồng khoa học.

2. THỰC TRẠNG TCKH Ở VIỆT NAM

Việt Nam đang hội nhập quốc tế nhanh chóng, nên các TCKH của Việt Nam khó lòng tách rời quỹ đạo tiếp cận theo quy chuẩn thế giới. Công tác phát hành các TCKH theo chuẩn quốc tế với mục đích công bố và xuất bản các công trình khoa học quốc gia, quốc tế, đạt mức độ trích dẫn cao, được thừa nhận rộng rãi toàn cầu là một trong những yêu cầu tất yếu trong công cuộc đổi mới của nền khoa học và công nghệ Việt Nam hiện nay.

Hiện nay, các TCKH Việt Nam đang từng bước được nâng cấp và cải thiện theo tiêu chuẩn quốc tế, đơn cử là theo tiêu chuẩn của các tạp chí được xếp hạng bởi Trung tâm Trích dẫn ASEAN (ASEAN Citation Index - ACI), Cơ sở dữ liệu (Scopus, Nhà xuất bản Elsevier ở Hà Lan) và Viện Thông tin Khoa học Mỹ (ISI)... nhằm đạt được sự ghi nhận và tăng cường vị thế trong cộng đồng khoa học. Một minh chứng nổi bật là TCKH: Vật liệu và Linh kiện tiên tiến của Đại học Quốc gia Hà Nội (Journal of Science: Advanced Materials and Devices, JSAMD) lần đầu tiên hệ số tác động (Impact Factor-IF) là 3.783, thuộc nhóm Q1 (25%) của Scimago (Xuân Tùng, 2020).

JSAMD là một TCKH có uy tín và chất lượng ở Việt Nam. Tạp chí này đã nỗ lực để đạt nhiều tiêu chí chuẩn quốc tế và được công nhận trong các nền tảng cơ sở dữ liệu quan trọng như ACI, Scopus và ISI. Điều này cho thấy JSAMD đang theo đuổi triết

lý sứ mệnh của mình là mang đến những kết quả nghiên cứu khoa học chất lượng cao và có ý nghĩa đối với cộng đồng kỹ thuật, khoa học và công nghệ.

JSAMD đã thực hiện những cải thiện nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn này. Các bài viết trong JSAMD phải trải qua quá trình bình duyệt nghiêm ngặt để đảm bảo tính khoa học và đáng tin cậy. Ngoài ra, JSAMD cũng có đội ngũ hội đồng biên tập là những chuyên gia thuộc đa dạng lĩnh vực khoa học tự nhiên và kỹ thuật, đảm bảo tính chính xác và khách quan của từng thông tin trong ấn phẩm. Ví dụ cụ thể về thành công của JSAMD là việc nhiều bài viết trong tạp chí này đã được trích dẫn và tham khảo bởi các TCKH quốc tế lớn. Điều này khẳng định rằng tạp chí JSAMD đã đạt được sự công nhận và chỗ đứng trong cộng đồng học thuật quốc tế.

Tóm lại, tạp chí khoa học Việt Nam như JSAMD đang từng bước thăng hạng và tiệm cận với đẳng cấp chuẩn quốc tế. Sự thành công của JSAMD trong việc được đề cử và trích dẫn bởi các tạp chí quốc tế uy tín là một dẫn chứng rõ ràng cho sự trưởng thành và khẳng định vị trí của các TCKH Việt Nam trên bản đồ TCKH thế giới.

Có thể nói rằng, TCKH ở Việt Nam ngày nay vô cùng phong phú, số lượng khá nhiều và đa dạng trên mọi chuyên ngành. Hầu hết các viện nghiên cứu, trung tâm nghiên cứu và các trường đại học đã có tạp chí khoa học riêng. Tuy thế, phía sau sự gia tăng về số lượng thì hệ thống các TCKH của Việt Nam vẫn bộc lộ nhiều hạn chế về chất lượng và cần sớm có các biện pháp cụ thể và toàn diện nhằm khắc phục.

Bên cạnh đó, các TCKH xã hội của Việt Nam tuy đã có nhiều cố gắng thay đổi, cải tiến về mặt nội dung và cách thức trình bày, nhưng cho đến nay vẫn còn tương đối cách biệt so với các tiêu chuẩn quốc tế của TCKH trong hệ thống ISI và Scopus. So với các tiêu chuẩn quốc tế, các TCKH xã hội của Việt Nam mới chỉ đạt được rất ít. Đó là chưa kể đến vấn đề chất lượng mà chỉ bàn đến vấn đề chuyển đổi ngôn ngữ xuất bản và quy trình bình duyệt của các tạp san sao cho phù hợp với chuẩn của TCKH quốc tế. Theo Nguyễn Thị Luyện (2021), để phát triển thành một TCKH quốc tế, các TCKH Việt Nam ít nhất phải đáp ứng 5 tiêu chuẩn và 16 tiêu chí của một tạp chí khoa học trong danh mục Scopus được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1. Các tiêu chuẩn và tiêu chí theo chuẩn TCKH quốc tế

Tiêu chuẩn	Tiêu chí
Chính sách tạp chí (Journal Policy)	Chính sách của tạp chí về nội dung và hình thức thể hiện hợp lý và thuyết phục.
	Sự phong phú về địa lý/chuyên môn của ban biên tập (editor board)
	Sự phong phú về địa lý/chuyên môn của tác giả (author)
	Toàn bộ trích dẫn/tham khảo theo font chữ Roman và kiểu Numeric
	Có phần tóm tắt bài viết bằng tiếng Anh (abstract)
	Có sự tham gia bình duyệt của chuyên gia phản biện (peer review)
Điểm (tối đa 35%)	
Nội dung (Content)	Có ý nghĩa khoa học đối với cộng đồng nghiên cứu
	Phản tóm tắt phải rõ ràng, khái quát được nội dung bài báo
	Có hướng đi đúng đắn với tôn chỉ, mục đích của tòa soạn
	Bài viết được diễn đạt rõ ràng, mạch lạc và dễ đọc hiểu
Điểm (tối đa 20%)	

Mức độ trích dẫn (Citedness)	Mức độ trích dẫn của các bài báo trong cơ sở dữ liệu Scopus
	Mức độ trích dẫn của ban biên tập trong cơ sở dữ liệu Scopus
Điểm (tối đa 25%)	
Tính thường xuyên (Regularity)	Tạp chí thực hiện đúng tiến độ xuất bản, không dễ xảy ra chậm trễ.
Điểm (tối đa 10%)	
Nội dung sẵn có trực tuyến (Online availability)	Có đăng tải và cập nhật thường xuyên nội dung tạp chí điện tử
	Trang web có sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh
	Trang web đảm bảo chất lượng và hình thức trình bày
Điểm (tối đa 10%)	
Tổng điểm (100%)	

Nguồn: Bảng tổng hợp từ Hội đồng Chức danh Giáo sư nhà nước năm 2017 (Nguyễn Thị Luyện, 2021)

Ngoài ra, một hạn chế đáng kể hơn của các TCKH Việt Nam là chúng chưa hoàn toàn lôi kéo được sự quan tâm của cộng đồng nghiên cứu khoa học quốc tế. Phần lớn số bài viết công bố trên các TCKH Việt Nam đều do các nhà nghiên cứu trong nước thực hiện, số lượng bài viết của nhóm tác giả nước ngoài lại rất ít. Điều này không thể hiện được tính đa dạng về địa lý, lĩnh vực đến từ nhiều nguồn tác giả, dẫn đến chưa khẳng định được vị trí và sự công nhận liên quốc gia.

Hơn thế nữa, việc quản lý, vận hành và tài trợ cho các TCKH cũng là khó khăn chính yếu. Hiện nay, hầu hết các TCKH tại Việt Nam đều do các cơ quan nghiên cứu, trường đại học hoặc viện nghiên cứu quản lý và tài trợ hoạt động. Tuy nhiên, việc này đôi khi gây ra những rắc rối về phương diện pháp lý và kinh phí, mặt khác cũng khó bảo đảm khách quan đối với việc biên tập và xuất bản các bài viết.

Cuối cùng, việc ứng dụng công nghệ trong quản lý và xuất bản các TCKH cũng là một yếu tố đáng chú ý. Một số TCKH tại Việt Nam hiện tại đã bước đầu áp dụng các hệ thống phần mềm quản lý xuất bản trực tuyến như OJS (Open Journal Systems), nhưng số lượng này vẫn còn khá khiêm tốn và chưa

được áp dụng sâu rộng. Việc sử dụng công nghệ trong quản lý và xuất bản tạp chí không những góp phần nâng cao hiệu suất làm việc mà còn giúp gia tăng năng lực kết nối và chia sẻ thông tin đề tài nghiên cứu đến cộng đồng nghiên cứu thế giới.

3. NHỮNG THÁCH THỨC ĐỐI VỚI TCKH TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT

TCKH Trường Đại học Phan Thiết đang đứng trước nhiều thách thức to lớn đối với việc tạo dựng thương hiệu. Nhất là trong hiện trạng mới thành lập, chưa có đội ngũ ban biên tập chuyên nghiệp và chỉ tập trung thu hút phần lớn nhóm tác giả nghiên cứu khoa học là giảng viên, cán bộ, nhân viên trong Nhà trường. Trong thời gian tới, việc thu hút các bài nghiên cứu từ đa dạng nhiều nguồn và tạo lập hợp tác học thuật trong giới nghiên cứu khoa học giữa Trường Đại học Phan Thiết với các trường đại học khác trong và ngoài nước chính là chủ điểm cần nhận được sự quan tâm thỏa đáng.

Hơn nữa, việc chưa thiết lập được đội ngũ biên tập, chuyên viên được đào tạo bài bản và chuyên môn hóa, chưa có nền tảng kiểm soát hệ thống quy trình nộp bài, phản biện, tất cả còn ở mức thô sơ là dùng email giao

tiếp giữa Toà soạn với tác giả, phản biện và ban biên tập, gây ra nhiều hạn chế. Các quy trình đòi hỏi chuyên môn cao và kinh nghiệm vững chắc, điều mà TCKH Trường Đại học Phan Thiết hiện tại còn đang trong quá trình bồi dưỡng, đào tạo. Thách thức khác đến từ việc thiếu cơ sở hậu cần và nhân lực, không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng vận hành mà còn làm giảm khả năng cạnh tranh của Tạp chí trong muôn vàn ấn phẩm của các trường đại học và viện nghiên cứu khác.

Tuy nhiên, những thách thức trên cũng mở ra cơ hội cho TCKH Trường Đại học Phan Thiết. Vì mới thành lập, TCKH Trường Đại học Phan Thiết luôn tiếp cận thông tin và sự cố vấn của các chuyên gia trên tinh thần cầu thị, cởi mở. Mọi nền tảng ban đầu được thiết lập mới nên sẽ chọn lựa, học hỏi từ các quy trình đã được bảo chứng làm nên thương hiệu và tên tuổi cho các TCKH uy tín. Bằng việc nhận diện và đối mặt với những khó khăn này, tạp chí luôn ý thức tìm ra giải pháp phù hợp để vượt qua. Điều quan trọng là tạp chí cần kiên trì, cố gắng và biết tận dụng sự hỗ trợ từ cộng đồng để trưởng thành trong thời gian dài.

4. ĐỊNH HƯỚNG TẠO DỰNG THƯƠNG HIỆU CHO TCKH

Định hướng tạo dựng thương hiệu từ hai yếu tố quan trọng là sự tin cậy và triết lý sứ mệnh nhằm phát triển bền vững cho TCKH.

4.1 Tạo lập sự tin cậy:

Để tạo được sự tin cậy, TCKH cần có sự cam kết đảm bảo chất lượng và mức độ tin cậy của từng bài viết được xuất bản. Điều này yêu cầu việc đánh giá chất lượng bài viết cần được tiến hành một cách chặt chẽ, công bằng, và khách quan qua đầy đủ các bước của quy trình xét duyệt, bình duyệt và phát hành. Ngoài ra, tạp chí cần xây dựng một nền tảng (platform) hệ thống hóa giúp kiểm soát và đảm bảo quy trình, tránh việc tương tác chủ quan giữa Tòa soạn và tác giả hay với phản biện, ban biên tập, hội đồng biên

tập... Bài viết được xuất bản phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn và quy định quốc tế hiện hành.

Bên cạnh đó, TCKH nên thiết lập một hội đồng biên tập thường trực, bao gồm các chuyên gia và nhà khoa học có uy tín trong lĩnh vực tương ứng, để thực hiện quá trình xét duyệt và biên tập bài viết. Tạp chí cần đảm bảo rằng các tiêu chí và quy trình đánh giá công khai và minh bạch để tạo sự tin cậy và minh bạch đối với cộng đồng nghiên cứu. Nhằm thể hiện chính sách bảo mật, Tòa soạn thực hiện quy trình phản biện kín hai chiều (double-blind review), nghĩa là chuyên gia phản biện không biết tác giả là ai và ngược lại, tác giả cũng không biết danh tính của phản biện.

4.2 Định hướng triết lý sứ mệnh:

Các TCKH phải xác định rõ ràng ngay từ đầu vai trò và sứ mệnh của mình đối với việc đóng góp vào sự trao đổi tri thức giữa cộng đồng nghiên cứu và những người mưu cầu tri thức. Đây có thể được xem là kênh thông tin để các nhà nghiên cứu chia sẻ kiến thức, học hỏi qua lại, công bố kết quả nghiên cứu khoa học cấp cơ sở, thực hành phương pháp nghiên cứu, góp phần nâng cao chất lượng và uy tín của nền khoa học Việt Nam. Triết lý sứ mệnh này cần được thể hiện rõ nét và được đồng thuận bởi toàn bộ đội ngũ biên tập và cộng đồng nghiên cứu.

5. MỘT SỐ GIẢI PHÁP TẠO DỰNG THƯƠNG HIỆU TCKH

Để phát triển TCKH, công tác xây dựng bộ máy tòa soạn chuyên nghiệp là rất cần thiết. Sự cộng tác của các nhà khoa học đầu ngành, cả trong và ngoài nước, cần được chú trọng để đảm bảo giá trị và độ tin cậy của các bài viết. Quy trình kiểm duyệt bài viết cũng cần được xây dựng quy chế, thể lệ với chính sách minh bạch và bảo mật danh tính, thể hiện được tính khách quan, trung thực của thông tin và thượng tôn khoa học.

Hơn nữa, việc xây dựng một mạng lưới

kết nối cộng đồng giới học thuật và nghiên cứu cũng rất quan trọng, bởi nó giúp cho việc trao đổi và phổ biến kiến thức giữa các nhà nghiên cứu và tạp chí được thúc đẩy. Đồng thời, việc đẩy mạnh xây dựng quy trình công bố trực tuyến, hội nhập hệ thống chỉ số trích dẫn Việt Nam (VCI), và hướng tới gia nhập hệ thống tiêu chuẩn ISI/Scopus cũng được coi là một bước tiến quan trọng (Trần Văn Nhung và cộng sự, 2019).

Để tạo dựng một thương hiệu vững mạnh đối với TCKH, việc tuân theo các bước đi rõ ràng sau đây là phù hợp:

Đầu tiên, phải hiểu rõ tầm nhìn, mục tiêu, giá trị cốt lõi, điểm mạnh và mặt hạn chế của tạp chí. Điều này bao gồm việc tìm hiểu các giá trị và sứ mệnh của tạp chí, những giá trị mà tạp chí mang lại cho bạn đọc, cũng như những nét độc đáo mà tạp chí sở hữu so với TCKH khác.

Tiếp theo, xác định mục tiêu thương hiệu là bước quan trọng để định hình thương hiệu mà tạp chí mong muốn tạo dựng ra trong lòng của độc giả. Mục tiêu thương hiệu có thể dựa trên những yếu tố cốt lõi và đặc điểm nổi trội của tạp chí, như chất lượng nội dung, mức độ uy tín, sự sáng tạo hay năng lực tiếp cận công chúng.

Bước kế tiếp là tiến hành nghiên cứu, thống kê và phân tích phân khúc độc giả. Điều này cho phép tòa soạn hiểu sâu sắc hơn về nhu cầu, kỳ vọng và thói quen của độc giả, từ đó đưa ra các chiến lược và hành động thích hợp để thu hút và giữ chân các nhà khoa học đóng góp bài viết, tư vấn chuyên môn, phản biện và đón nhận tri thức từ TCKH.

Sau khi đã xác định được đích đến và hiểu rõ về độc giả, việc cần làm tiếp theo là truyền thông thương hiệu đến nhiều nhóm công chúng. Điều này có thể tiến hành thông qua nhiều phương tiện, bao gồm trang web, mạng xã hội, sự kiện hoặc các hình thức quảng bá truyền thông khác.

Cuối cùng, công tác đánh giá và điều chỉnh là không thể thiếu trong quá trình tạo dựng thương hiệu. Điều này giúp đối tượng tiếp nhận TCKH nhận ra được những điểm mạnh, điểm giới hạn cần khắc phục trong hoạt động của TCKH và họ chính là người cổ vũ, đồng hành cùng tạp chí, đồng thời tìm ra cơ hội phát triển thông qua những thách thức để điều chỉnh kế hoạch và chiến lược xác đáng.

Những bước đi trên đòi hỏi sự kiên trì, sự cố gắng không ngừng nghỉ cùng nguồn lực trợ giúp từ mạng lưới cộng đồng khoa học quan tâm. Tuy nhiên, với sự cam kết và quyết tâm, mỗi TCKH hoàn toàn có khả năng vượt qua những thách thức và phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

KẾT LUẬN

Phát triển TCKH theo chuẩn quốc tế không chỉ là một trong những yêu cầu cấp thiết trong tiến trình hội nhập quốc tế của nền khoa học và công nghệ Việt Nam, mà còn là một bước tiến quan trọng đối với việc nâng cao chất lượng nghiên cứu và tạo ra một kênh công bố hiệu quả, minh bạch, trung thực và công bằng cho cộng đồng khoa học trong và ngoài nhà trường, trong nước và thế giới.

Tuy nhiên, thực trạng hiện nay cho thấy rằng TCKH Trường Đại học Phan Thiết, cũng như nhiều TCKH khác tại Việt Nam, vẫn đang phải đối mặt với nhiều hạn chế và khó khăn. Những thách thức bao gồm việc xây dựng đội ngũ ban biên tập chuyên nghiệp, thu hút các bài viết chất lượng, xây dựng uy tín và thương hiệu theo tiêu chuẩn quốc tế, cũng như đối mặt với những thiếu hụt về cơ sở hạ tầng và nhân lực.

Thế nhưng, với tinh thần trách nhiệm, sự cam kết, quyết tâm cùng nguồn lực giúp đỡ từ nhà trường, chuyên gia và cộng đồng khoa học, TCKH Trường Đại học Phan Thiết hoàn toàn có khả năng vượt qua những thách thức bằng cách áp dụng các giải pháp như

xây dựng một bộ máy tòa soạn, biên tập chuyên nghiệp, được đào tạo chuyên môn, có tinh thần trách nhiệm cao, mạng lưới liên kết được mở rộng, tăng cường quảng bá và tạo dựng thương hiệu uy tín, tạp chí có thể

phát triển mạnh mẽ. Những điều này sẽ góp phần đưa các kết quả nghiên cứu, khám phá mới của các nhà khoa học trong nước đến với cộng đồng khoa học quốc tế.

Thông tin tác giả:

PGS. TS. Đinh Phi Hồ, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: dpho@upt.edu.vn

TS. Nguyễn Phước Quý Quang, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: npquang@upt.edu.vn

TS. Tạ Hoàng Giang, Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: thgiang@upt.edu.vn

ThS. Nguyễn Lê Uyên Minh (*Tác giả liên hệ), Trường Đại học Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.

Email: nluminh@upt.edu.vn

Thông tin bài báo

Ngày nhận bài: 14/02/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 24/02/2024

Ngày duyệt đăng: 26/02/2024

Ghi chú

Các tác giả đã xác nhận không có tranh chấp về lợi ích về tài chính đối với bài báo này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Drucker, P. F. (1994). *The Theory of the Business*. Harvard Business Review.

Nhật Hồng (2019). 10 trường đại học, viện nghiên cứu Việt Nam có nhiều công bố quốc tế nhất. Dân trí. Truy cập từ <https://dantri.com.vn/giao-duc/10-truong-dai-hoc-vien-nghien-cuu-viet-nam-co-nhieu-cong-bo-quoc-te-nhat>

Xuân Tùng (2020). Việt Nam lần đầu tiên có tạp chí khoa học lọt top uy tín thế giới. *Báo Điện tử Đại biểu Nhân dân*. Truy cập từ <https://daibieunhandan.vn/Khoa-hoc/Viet-Nam-lan-dau-tien-co-tap-chi-khoa-hoc-lot-top-uy-tin-the-gioi-i247332/>

Godin, S. (2003). *Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable*. Portfolio.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall.

Nguyễn Thị Luyện (2021). Tạp chí Khoa học Việt Nam thuộc hệ thống trích dẫn trong

nước và quốc tế. Tạp chí Khoa học Xã hội 6 (274). Truy cập từ ngày 25/02/2024 từ <https://vjol.info.vn/index.php/khxx/article/download/58726/68694/>

Tracy, B. (2006). The Power of Self-Confidence: Become Unstoppable, Irresistible, and Unafraid in Every Area of Your Life. *AMACOM*.

Trần Văn Nhung, Bùi Mạnh Nhị & Nguyễn Đức Huy (2019). Nâng cao chất lượng Tạp chí Khoa học của Việt Nam. Tạp chí Khoa học Xã hội , 6 (250). Truy cập từ file:///C:/Users/PC/Downloads/45243-Article%20Text-143321-1-1020200118%20(1).pdf

Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam (2021). *Quy định về công bố bài viết trên các tạp chí khoa học*.

DEVELOPING THE SCIENCE JOURNAL BRAND FROM TRUST AND THE PHILOSOPHY OF MISSION

Dinh Phi Ho¹, Nguyen Phuoc Quy Quang¹, Ta Hoang Giang¹, Nguyen Le Uyen Minh^{1,*}

¹Trường Đại học Phan Thiết, Bình Thuận, Việt Nam

Abstract: *Journals of Science play an important role in sharing knowledge, and the development in the field of science and research. Branding a scientific journal is not only a critical undertaking, but it also plays an important role in establishing trust and drawing readers. However, branding scientific journals is facing many difficulties and challenges. This article proposes some solutions to build a strong and trustworthy brand for scientific journals. It is necessary to determine the journal's mission philosophy to guide its goals and core values. Mission philosophy and trust are considered important factors to build a strong and reputable brand in this field. Implementing these solutions will help the journal build a strong and trustworthy brand, thereby attracting the attention and trust of readers in the field of science.*

Key words: *Journal of science, brand-name, trust, mission philosophy*

Author Information:

Assoc. Prof. Dr. Dinh Phi Ho, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: dpho@upt.edu.vn

Dr. Nguyen Phuoc Quy Quang, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: npqquang@upt.edu.vn

Dr. Ta Hoang Giang, University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: thgiang@upt.edu.vn

MA. Nguyen Le Uyen Minh (*Corresponding author), University of Phan Thiet, Binh Thuan Province, Vietnam

Email: nluminh@upt.edu.vn

Notes

The authors declare no competing financial interests.