

LÝ LỊCH KHOA HỌC CHUYÊN GIA KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

1. Họ và tên: HỒ HUY TỰU					
2. Năm sinh: 1971			3. Nam/Nữ: Nam		
4. Học hàm:			Năm được phong:		
Học vị: Tiến sỹ			Năm đạt học vị: 2011		
5. Lĩnh vực nghiên cứu trong 5 năm gần đây:					
Khoa học Tự nhiên <input type="checkbox"/>		Khoa học Kỹ thuật và Công nghệ <input type="checkbox"/>		Khoa học Y dược <input type="checkbox"/>	
Khoa học Xã hội <input checked="" type="checkbox"/>		Khoa học Nhân văn <input type="checkbox"/>		Khoa học Nông nghiệp <input type="checkbox"/>	
Mã chuyên ngành KH&CN:			5	0	2
Tên gọi: Kinh tế và Kinh doanh					
6. Chức danh nghiên cứu: Tiến sỹ					
Chức vụ hiện nay: Phó trưởng khoa Kinh tế					
7. Địa chỉ nhà riêng:					
Điện thoại NR: 05833545069; CQ: 058 3 831148; Mobile: 0908250608					
E-mail: tuhh@ntu.edu.vn					
8. Cơ quan công tác:					
Tên cơ quan: Trường Đại học Nha Trang					
Tên người đứng đầu: PGS.TS. Trang Sĩ Trung					
Địa chỉ cơ quan: 02 Nguyễn Đình Chiểu, Nha Trang, Khánh Hoà					
Điện thoại: 058.2224.3868 ; Fax: 058.3.831147; Website: http://www.ntu.edu.vn					
9. Quá trình đào tạo					
Bậc đào tạo	Nơi đào tạo		Chuyên ngành	Năm tốt nghiệp	
Đại học	Trường Đại học Nha Trang		Kinh tế Thủy sản	1994	
Thạc sỹ	Trường Đại học Nha Trang		Kinh tế Thủy sản	2007	
Tiến sỹ	Đại học Tromso, Na Uy		Marketing	2011	
Thực tập sinh khoa học					
10. Trình độ ngoại ngữ (mỗi mục đề nghị ghi rõ mức độ: Tốt/Khá/TB)					
TT	Tên ngoại ngữ	Nghe	Nói	Đọc	Viết

1	Tiếng Anh	Trung bình	Trung bình	Tốt	Tốt
11. Quá trình công tác					
Thời gian (từ năm... đến năm...)		Vị trí công tác	Lĩnh vực chuyên môn	Cơ quan công tác	
1994 – 2006		Giảng viên	Giảng dạy Kinh tế vĩ mô và Kinh tế lượng	Trường Đại học Nha Trang	
2006 – 2008		Phó trưởng bộ môn Kinh doanh Thương mại	Giảng dạy Kinh tế vĩ mô và Nghiên cứu marketing	Trường Đại học Nha Trang	
2008 – 2011		Nghiên cứu sinh	Marketing và Hành vi người tiêu dùng	Đại học Tromso, Na Uy	
2011 đến nay		Phó trưởng khoa Kinh tế	Marketing và Hành vi người tiêu dùng	Trường Đại học Nha Trang	
12. Các công trình KH&CN chủ yếu được công bố, sách chuyên khảo (liệt kê công trình tiêu biểu đã công bố trong 5 năm gần nhất)					
TT	Tên công trình (bài báo, công trình...)	Là tác giả hoặc là đồng tác giả công trình	Nơi công bố (tên tạp chí đã đăng/ nhà xuất bản)	Năm công bố	
1	Tạp chí quốc tế				
	Nonlinear effects between satisfaction and loyalty: An empirical study of different conceptual relationships	Đồng tác giả	Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, Vol. 18, 239 – 251	2010	
	Food risk and knowledge in the satisfaction-repurchase loyalty relationship	Đồng tác giả	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 21 (4), 521 – 536	2009	
	Ambivalence and involvement in the satisfaction-repurchase loyalty relationship	Đồng tác giả	Australasian Marketing Journal, Vol. 18, 151 – 158	2010	
	The role of norms in explaining attitudes, intention and consumption of a common food (fish) in Vietnam	Đồng tác giả	Appetite, Vol. 51, 546 – 551	2008	
	The moderator effects of perceived risk, objective knowledge and certainty in the satisfaction–loyalty relationship	Đồng tác giả	Journal of Consumer Marketing, Vol. 28 (5), 363-375	2011	

	Reflective and impulsive influences on unhealthy snacking. The moderating effects of food related self-control	Đồng tác giả	Appetite, Vol. 58, 618-622	2012
	Certainty, risk and knowledge in the satisfaction-purchase intention relationship in a new product experiment	Đồng tác giả	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 24 (1), 78-101	2012
	Consideration set size, variety seeking and the satisfaction-repurchase loyalty relationship at a product category level	Đồng tác giả	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 25 (4), 590-613	2013
	The roles of ambivalence, preference conflict and family identity: A study of food choice among Vietnamese consumers	Đồng tác giả	Food Quality and Preference, Vol. 28, 92–100	2013
	Conscientiousness and (un)healthy eating: The role of impulsive eating and age in the consumption of daily main meals	Đồng tác giả	Scandinavian Journal of Psychology, Vol. 56, 397-404.	2015
	Marketing barriers and export performance: A Strategy categorization approach in the Vietnamese seafood Industry	Đồng tác giả	Asian Journal of Business Research, Vol. 3 (1), 66-80	2013
	Patterns of Vietnamese buying behaviors on luxury branded products	Đồng tác giả	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Forthcoming. Hồ Huy Trụ, Svein Ottar Olsen, Lê Chí Công	2017
2	Bài báo trong nước			
	Tác động của giá, chất lượng cảm nhận, sự thỏa mãn và trung thành đối với cá của người tiêu dùng tại thành phố Nha Trang	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2007
	Vận dụng lý thuyết hành vi dự định (TPB) để giải thích động cơ của người tiêu dùng cá tại TP Nha trang.	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2007

	Hành vi tiêu dùng cá: Vai trò của các nhân tố xã hội.	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2008
	Tích hợp lý thuyết TPB để giải thích sự trung thành của người tiêu dùng: Vai trò của sự quan tâm.	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2008
	Vai trò của cảm nhận rủi ro trong quan hệ giữa sự thỏa mãn và mức độ mua lại đối với cá thực phẩm.	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2008
	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng: Cấu trúc đa chiều của chất lượng thủy sản cảm nhận	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2009
	Vai trò của hành vi quá khứ: tình huống ăn cá tại nhà của các người tiêu dùng	Tác giả	Tạp chí KHCNTS	2010
	Lý giải sự cố gắng trong việc gia tăng tiêu dùng đối với sản phẩm cá	Tác giả	Tạp chí KHCNTS, Số 2, 72-77	2012
	Các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận của các đội tàu lưới kéo xa bờ tỉnh Kiên Giang	Đồng tác giả	Tạp chí KHCNTS, Số 3, 56-63	2012
	Thái độ và sự sẵn lòng chi trả thêm của người tiêu dùng tại TP. Nha Trang đối với sản phẩm tôm nuôi sinh thái	Đồng tác giả	Tạp chí KHCNTS, Số 2, 83-88	2012
	Ý định quay lại và truyền miệng tích cực của du khách quốc tế đối với TP. Nha Trang	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế Phát triển, Đại học Kinh tế, TP. HCM, Số, 262, 55-63	2012
	Sự gắn bó của nhân viên đối với Công ty Du lịch Khánh Hòa	Đồng tác giả	Tạp chí Phát triển Kinh tế, Đại học Kinh tế TP. HCM, Số 264, 56-64	2012
	Ảnh hưởng của hình ảnh điểm đến và cảm nhận rủi ro đến ý định quay lại và truyền miệng tích cực của du khách đối với khu du lịch Cửa Lò, tỉnh Nghệ An.	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế và QTKD, Trường Đại học Kinh tế và QTKD Thái Nguyên, Số 4, 52-57	2012
	Ảnh hưởng của hình ảnh thương hiệu Mobiphone đến sự hài lòng và mức chi tiêu của khách hàng tại TP. Nha Trang.	Đồng tác giả	Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng, Số 10 (59), 110-116	2012

	Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang	Đồng tác giả	Tạp chí Phát triển Kinh tế, Đại học Kinh tế TP. HCM, Số 268, 45-52	2013
	Một số nhân tố ảnh hưởng đến sự quan tâm tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện của người buôn bán nhỏ lẻ trên địa bàn tỉnh Nghệ An	Đồng tác giả	Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh, Tập 30, Số 1, 10-19	2014
	Ảnh hưởng của lý do giải thích thái độ đến mức độ tiêu dùng các sản phẩm cá	Tác giả	Tạp chí Khoa học ĐHQGTP.HCM, Chuyên san Kinh tế và Luật	2015
	Yếu tố ảnh hưởng tới mức độ thỏa mãn về chất lượng dịch vụ của Vietnam Airlines	Đồng tác giả	Kinh tế và Dự báo	2015
	Các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng khi dùng rượu vang Chile tại các Nhà hàng tại TP. Nha Trang	Đồng tác giả	Kinh tế và Dự báo	2015
	Các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp khách sạn – nhà hàng	Đồng tác giả	Tài chính, Bộ Tài chính, Số 11 (557), 49-51	2012
	Sự sẵn lòng chi trả thêm đối với sản phẩm cá basa nuôi sinh thái của người tiêu dùng tại thành phố Nha Trang	Đồng tác giả	Tạp chí khoa học, Đại học Cần thơ, Số 27, 94-103	2013
	Phân tích thái độ của người tiêu dùng đối với sản phẩm cá	Tác giả	Tạp chí Khoa học và Công nghệ Thủy sản, Trường Đại học Nha Trang, Số 2, 11-18	2011
	Quan hệ giữa tuổi và sự quan tâm của người tiêu dùng Nha Trang đối với sản phẩm cá	Tác giả	Tạp chí Khoa học và Công nghệ Thủy sản, Trường Đại học Nha Trang, Số 3, 89-94.	2012
	Ảnh hưởng của rủi ro cảm nhận và kiến thức đến mối quan hệ thỏa mãn – trung thành liên quan đến tiêu dùng cá	Tác giả	Tạp chí Khoa học và Công nghệ Thủy sản, Trường Đại học Nha Trang, Số 3, tr. 73-77.	2013
	Sự thích ứng công nghệ của người lớn tuổi: Tình huống	Đồng tác giả	Tạp chí khoa học, Đại học Cần thơ, Số 44, tr.	2016

	nhận lương hưu qua thẻ ATM tại thành phố Nha Trang		118-127.	
	Áp dụng mô hình đổi mới giá trị đổi mới khách hàng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch biển Nam Trung Bộ	Đồng tác giả	Quản lý Kinh tế, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương, Số 74, tr. 30-40.	2016
	Giải thích ý định chia sẻ tri thức của các doanh nghiệp du lịch ở Khánh Hòa	Đồng tác giả	Tạp chí Khoa học Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, ĐH Đà Nẵng, Số 3, tr. 78-86.	2015
	Nghiên cứu sức mạnh mối quan hệ khách hàng-nhân viên tại các ngân hàng Việt Nam	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Số 224, tr. 72-79	2016
	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự tin tưởng của khách hàng trong mua hàng trực tuyến	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Số 229, tr. 52-59.	2016
	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn quảng cáo truyền hình của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Khu vực Đồng bằng Sông Mê Kông	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Số 234, tr. 66-75.	2016
	Ảnh hưởng của môi trường tổ chức đến hành vi hỗ trợ thương hiệu của nhân viên trong ngành dịch vụ lưu trú tại Nha Trang	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Số đến.	2017
	Mở rộng lý thuyết hành vi dự định để giải thích ý định sử dụng M-commerce tại Khánh Hòa	Đồng tác giả	Tạp chí Kinh tế & Phát triển, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Số đến.	2017
	Time perspectives and convenience food consumption among teenagers in Vietnam: The dual role of hedonic and healthy eating values	Đồng tác giả	Food Research International (SCI)	2017

	Attribute importance segmentation of Norwegian seafood consumers: The inclusion of salient packaging attributes	Đồng tác giả	Appetite (SCI)	2017
	Patterns of Vietnamese buying behaviors on luxury branded products	Đồng tác giả	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics (Scopus)	2017
3	Hội nghị quốc tế			
	Satisfaction, involvement and loyalty toward fish in Vietnam	Đồng tác giả	IFFET 2008 Nhatrang Proceedings	2008
	The relationships between perceived quality, satisfaction and loyalty towards fish in Vietnam	Đồng tác giả	IFFET 2006 Portsmouth Proceedings	2006
	Explaining repurchase intention towards fish in Vietnam: The extension of the theory of planned behavior	Đồng tác giả	IFFET 2010 Montpellier Proceedings	2010
	The effects of the perceptions of food/fish quality and risks on Vietnamese consumer satisfaction and consumption	Đồng tác giả	The proceedings of 4 th International Symposium SPISE 2014, University of Technology, HCMC (Keynote Speaker)	2014
4	Sách chuyên khảo			
	Nghiên cứu hành vi tiêu dùng cá tại Việt Nam	Tác giả	NXB Lao Động	2017
13. Số lượng văn bằng độc quyền sáng chế/ giải pháp hữu ích/ văn bằng bảo hộ giống cây trồng/ thiết kế bố trí mạch tích hợp đã được cấp (nếu có)				
TT	Tên và nội dung văn bằng		Năm cấp văn bằng	
1				
14. Số lượng công trình, kết quả nghiên cứu được áp dụng trong thực tiễn (nếu có)				
TT	Tên công trình	Hình thức, quy mô, địa chỉ áp dụng		Thời gian
1				

15. Các đề tài, dự án, nhiệm vụ KH&CN đã chủ trì hoặc tham gia trong 5 năm gần đây			
Tên đề tài, dự án, nhiệm vụ KH&CN đã chủ trì	Thời gian (bắt đầu - kết thúc)	Thuộc Chương trình (nếu có)	Tình trạng (đã nghiệm thu-xếp loại, chưa nghiệm thu)
Mở rộng hiểu biết thái độ và hành vi của người tiêu dùng thủy sản Việt nam	2008 - 2011	Đề tài trong khuôn khổ Dự án quốc tế SRV 2701 – NORAD	Đã nghiệm thu
Phân tích thái độ và hành vi tiêu dùng cá tại thành phố Nha Trang	2012 - 2013	Đề tài cấp Trường – Đại học Nha Trang	Đã nghiệm thu
Ảnh hưởng của các nhân tố của quá trình lựa chọn đến quan hệ thỏa mãn-trung thành đối với các sản phẩm cá của người tiêu dùng tại Nha Trang	2013 - 2014	Đề tài cấp Trường – Đại học Nha Trang	Đã nghiệm thu
Nghiên cứu hành vi tiêu dùng bền vững của người Việt Nam	2017/2018	Đề tài cấp Bộ	Chưa nghiệm thu
Tên đề tài, dự án, nhiệm vụ KH&CN đã tham gia	Thời gian (bắt đầu - kết thúc)	Thuộc Chương trình (nếu có)	Tình trạng (đã nghiệm thu, chưa nghiệm thu)
Khám phá thái độ và hành vi tiêu dùng thủy sản Việt nam	2005 - 2008	Cấp bộ, trong khuôn khổ Dự án quốc tế SRV 2701 – NORAD	Đã nghiệm thu
Phát triển nguồn nhân lực tỉnh Khánh Hòa đến 2020	2011 - 2012	Đề tài cấp Tỉnh, Khánh Hòa	Đã nghiệm thu
Củng cố, xây dựng và phát triển hợp tác xã, tổ hợp tác nông nghiệp tỉnh Khánh Hòa	2014 - 2016	Đề tài cấp Tỉnh, Khánh Hòa	Đã nghiệm thu
16. Giải thưởng (về KH&CN, về chất lượng sản phẩm, ...)			
TT	Hình thức và nội dung giải thưởng		Năm tặng thưởng
1	<p>Bài báo: “The moderator effects of perceived risk, objective knowledge and certainty in the satisfaction-loyalty relationship" xuất bản trên Journal of Consumer Marketing. Đạt giải cho Công trình Xuất sắc được vinh danh năm 2011 của Mạng xuất bản công trình khoa học Emerald Literati Network.</p>		2011

2	Bài báo: “Consideration set size, variety seeking and the satisfaction-repurchase loyalty relationship at a product category level” xuất bản trên Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Đạt giải cho Công trình Xuất sắc nhất năm 2013 của Tạp chí thuộc Mạng xuất bản công trình khoa học Emerald Literati Network.	2013
---	--	------

17 Kinh nghiệm về quản lý, đánh giá KH&CN (số lượng các Hội đồng tư vấn, xét duyệt, nghiệm thu, đánh giá các chương trình, đề tài, dự án KH&CN cấp quốc gia hoặc tương đương trong và ngoài nước đã tham gia trong 5 năm gần đây)

TT	Hình thức Hội đồng	Số lần
1		

18. Nghiên cứu sinh đã hướng dẫn bảo vệ thành công (nếu có)

TT	Họ và tên	Hướng dẫn hoặc đồng hướng dẫn	Đơn vị công tác	Năm bảo vệ thành công
1				

Tôi xin cam đoan những thông tin được ghi ở trên là hoàn toàn chính xác.

Khánh Hoà, ngày 15 tháng 11 năm 2017

Xác nhận của Thủ trưởng đơn vị
(Ký và ghi rõ họ tên)

Người khai
(Ký và ghi rõ họ tên)

Hồ Huy Tựu