NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA NHẬN DIỆN BẢN THÂN XANH ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG GIAO THÔNG BỀN VỮNG CỦA SINH VIÊN TẠI HÀ NỘI: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA CẢM NHẬN NGHĨA VỤ ĐẠO ĐỨC

TS. Đào Tùng*

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá mối quan hệ giữa Nhận diện bản thân xanh (Green Self-Identity, GSI) và Ý định sử dụng giao thông bền vững (Intention to Adopt Sustainable Mobility, INT) của sinh viên, với tác động trung gian của Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (Perceived Moral Obligation, PMO). Nghiên cứu được thực hiện trên 311 sinh viên đại học từ các ngành học khác nhau tại Hà Nội liên quan tới việc sử dụng các phương tiện giao thông bền vững (giao thông công cộng, phương tiện giao thông cá nhân không phát thải). Kết quả nghiên cứu cho thấy GSI có tác động trực tiếp, thuận chiều và có ý nghĩa đến cả PMO và INT. Nghiên cứu cũng cho thấy PMO đóng vai trò trung gian một phần quan trọng trong mối quan hệ giữa GSI và INT. Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị và giải pháp chính sách đô thị vĩ mô được đưa ra giúp thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang sử dụng phương tiện giao thông bền vững tại Hà Nội.

• Từ khóa: *nhận diện bản thân xanh, cảm nhận nghĩa vụ đạo đức, giao thông bền vững, ý định sử dụng giao thông bền vững, sinh viên.*

This study aims to investigate the relationship between Green Self-Identity (GSI) and the Intention to adopt Sustainable Mobility (INT) among university students, while exploring the mediating role of Perceived Moral Obligation (PMO). Utilizing a sample of 311 undergraduate students from diverse academic disciplines in Hanoi, the research examines their utilization of public transit and/or zero-emission vehicles. The empirical findings reveal that GSI exerts a robust, positive, and direct impact on both PMO and INT. Furthermore, PMO is found to play a significant mediating role in the relationship between GSI and INT. Based on the findings, several managerial implications and macro-level urban policy solutions are proposed to foster green citizenship and accelerate the transition toward sustainable transportation systems.

• Key words: *green self-identity, perceived moral obligation, sustainable mobility, intention to adopt sustainable mobility, university students.*

Ngày nhận bài: 12/3/2026
Ngày gửi phản biện: 22/4/2026
Ngày duyệt đăng: 19/5/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i314.61

1. Giới thiệu chung

Hiện nay, quá trình đô thị hóa mạnh và các hoạt động kinh tế thâm dụng năng lượng hóa thạch tăng cao làm suy giảm chất lượng môi trường toàn cầu. Tại Việt Nam, ở Hà Nội và các đô thị lớn việc di chuyển bằng phương tiện giao thông cá nhân sử dụng nhiên liệu hóa thạch được xem là tác nhân hàng đầu gây ô nhiễm môi trường không khí, ảnh hưởng tiêu cực tới sức khỏe cộng đồng và sự phát triển bền vững (Mai và cộng sự, 2025). Việc chuyển dịch từ phương tiện cơ giới cá nhân sử dụng năng lượng hóa thạch sang các phương thức giao thông bền vững (như phương tiện giao thông công cộng, xe điện cá nhân, và chia sẻ phương tiện giao thông cá nhân hay taxi điện) được đánh giá là một chiến lược hiệu quả, một yêu cầu bắt buộc đối với các quốc gia đang phát triển (Cui và cộng sự, 2024; Liao và cộng sự, 2021). Giới trẻ nói chung và sinh viên đại học nói riêng, đại diện cho lực lượng tiêu dùng tương lai, có trình độ tri thức cao, nhạy bén với công nghệ được xem là nhóm hạt nhân tiên phong trong các phong trào bảo vệ môi trường (Rodríguez-Rad và cộng sự, 2023) và là đối tượng quan trọng thúc đẩy quá trình chuyển dịch này.

Hiện nay, nhiều công trình nghiên cứu hành vi xanh nói chung và trong sử dụng các phương tiện giao thông nói riêng đã được triển khai cả trên thế giới và tại Việt Nam. Tuy nhiên phần lớn nghiên cứu dựa trên các lý thuyết truyền thống (như Hành vi có kế hoạch, TPB),

** Trường Quốc tế, Đại học Quốc gia Hà Nội; email: tungd@vnu.edu.vn*

tiếp cận quyết định tiêu dùng của cá nhân (khách hàng) dưới góc nhìn lý trí và kinh tế ngắn hạn, đặt trọng tâm vào việc tối đa hóa lợi ích cá nhân mà ít đề cập tới các yếu tố tâm lý như bản sắc cá nhân và lương tâm đạo đức. Nghiên cứu này tập trung vào đánh giá tác động của Nhận diện bản thân xanh (GSI) và Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) tới Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT), sẽ giúp lấp đầy khoảng trống lý thuyết quan trọng này. Nghiên cứu sẽ giúp làm rõ hơn cơ chế hình thành ý định sử dụng giao thông bền vững của giới trẻ (cụ thể là các sinh viên tại Hà Nội), không chỉ củng cố nền tảng lý thuyết tâm lý học môi trường mà còn đưa ra các luận cứ khoa học thuyết phục cho các nhà hoạch định chính sách đô thị trong việc thúc đẩy chuyển dịch sang giao thông bền vững.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Nhận diện bản thân xanh

Trong các lý thuyết về tâm lý học hành vi, Nhận diện bản thân xanh (GSI) phản ánh mức độ một cá nhân tự nhận thức, tự đánh giá và định vị bản sắc cá nhân của mình gắn với hình mẫu của một người sống xanh hay một công dân có trách nhiệm bảo vệ môi trường (Becerra và cộng sự, 2023; Silintowe & Sukresna, 2023). Khái niệm này xuất phát từ Lý thuyết Bản sắc (Identity Theory) của Stets & Burke (2000) và chỉ ra rằng hành vi của con người được điều khiển bởi cách họ định nghĩa cái tôi của mình trong mối tương quan với xã hội. Một cá nhân coi trọng giá trị sinh thái trong nhân cách sẽ tự hình thành một cơ chế tự kiểm soát nội tại mạnh thúc đẩy các hành vi trách nhiệm trong bảo môi trường (Sparks & Shepherd, 1992).

2.2. Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức

Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) phản ánh mức độ một cá nhân tự nhận thức về trách nhiệm đạo đức và về sự thôi thúc lương tâm nhằm thực hiện các hành vi có đạo đức, có trách nhiệm với cộng đồng, bao gồm cả trách nhiệm bảo vệ môi trường, thúc đẩy lối sống xanh trong phát triển bền vững (Cui và cộng sự, 2024; Mai và cộng sự, 2025). Khái niệm này xuất phát từ Mô hình Kích hoạt chuẩn mực (Norm Activation Model - NAM) của Schwartz (1977) và Thuyết Giá trị - Niềm tin - Chuẩn mực (Value-Belief-Norm Theory, VBN) của Stern (2000). Sự khác biệt cốt lõi giữa PMO và chuẩn mực chủ quan (Subjective Norms) trong lý thuyết TPB (Ajzen, 1991) nằm ở nguồn gốc sự thúc đẩy, theo đó chuẩn mực chủ quan phản ánh áp lực xã hội từ bên ngoài (sự kỳ vọng, phán xét của người xung quanh) còn PMO đại diện cho hệ thống quy chuẩn đạo đức đã được cá nhân hóa và nội tâm hóa (Harland và cộng sự, 1999). Khi PMO được kích hoạt, việc không thực hiện hành vi sẽ tạo ra trạng thái áy náy, thiếu trách nhiệm, từ đó thúc đẩy hành vi.

2.3. Ý định sử dụng giao thông bền vững

Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) được hiểu là sự sẵn lòng có ý thức, mức độ nỗ lực hoạch định và sự cam kết chủ động của một cá nhân trong việc ứng dụng các phương tiện giao thông thân thiện với môi trường thay thế các phương tiện giao thông cá nhân phát thải cao (Rodríguez-Rad và cộng sự, 2023; Mai và cộng sự, 2025). Trong Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), INT được xem là yếu tố tiền đề trực tiếp và là chỉ báo có khả năng dự báo mạnh nhất đối với hành vi thực tế của người tiêu dùng. Để hành vi giao thông bền vững được diễn ra cần có một động lực nội tại đủ lớn thúc đẩy thành hành vi thực tế.

3. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

3.1. Giả thuyết nghiên cứu

Mối quan hệ nhân quả trực tiếp hướng từ GSI đến INT được ủng hộ bởi Thuyết Tự phù hợp (Self-congruity theory) của Sirgy (1982) và nguyên lý nhất quán bản sắc. Theo các lý thuyết này, con người luôn có xu hướng thiết lập và duy trì sự nhất quán giữa hình ảnh cái tôi nội tại và các biểu hiện hành vi thực tế thể hiện ra bên ngoài để tránh rơi vào trạng thái bất hòa nhận thức. Đối với giới trẻ, tiêu dùng xanh không đơn thuần là hành vi mua sắm mà còn là cách thức để khẳng định bản sắc cá nhân (Becerra và cộng sự, 2023). Khi cá nhân tự định vị mình là một công dân sinh thái (GSI cao), họ sẽ có động lực để lựa chọn các phương thức di chuyển tương thích với bản sắc đó nhằm biểu đạt cái tôi của mình (Rodríguez-Rad và cộng sự, 2023; Silintowe & Sukresna, 2023). Từ đó, giả thuyết H1 được đưa ra: Nhận diện bản thân xanh (GSI) có tác động thuận chiều đến Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) của sinh viên.

Sự chuyển đổi từ nhận diện bản thân, bản sắc cá nhân sang cảm nhận về trách nhiệm, nghĩa vụ đạo đức phải hành động được ủng hộ bởi lý thuyết bản sắc và mô hình NAM. GSI đóng vai trò là tiền đề nhận thức và là điều kiện kích hoạt cảm nhận về nghĩa vụ đạo đức của cá nhân. Một cá nhân không thể tự nảy sinh cảm nhận về trách nhiệm hay nghĩa vụ đạo đức đối với môi trường nếu họ không tự nhận diện bản thân thuộc về cộng đồng sinh thái (Sparks & Shepherd, 1992). Nghiên cứu thực nghiệm của Cui và cộng sự (2024) và Naparin & Astuti (2025) đều cho thấy GSI hoạt động như một nhân tố kích hoạt cảm nhận về nghĩa vụ đạo đức của cá nhân. Từ đó, giả thuyết H2 được đề xuất: Nhận diện bản thân xanh (GSI) có tác động thuận chiều đến Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) của sinh viên.

Ảnh hưởng của PMO đối với INT cũng là một nội dung quan trọng trong lý thuyết hành vi xã hội dựa trên mô hình NAM. Đối với hoạt động tiêu dùng có gắn với ý thức bảo vệ môi trường, các yếu tố lý trí thuần

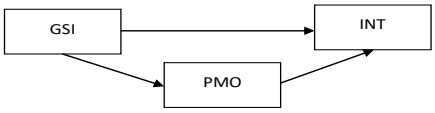
túy thường không đủ mạnh để thúc đẩy hành động nếu thiếu vắng sự thúc đẩy của đạo đức, lương tâm (Conner & Armitage, 1998; Shaw & Shiu, 2002). PMO tạo ra một áp lực đạo đức bên trong buộc cá nhân phải hành động xanh, tránh cảm giác áy náy, thiếu trách nhiệm với cộng đồng và hệ sinh thái (Liao và cộng sự, 2021). Tại Việt Nam, nghiên cứu thực nghiệm của Mai và cộng sự (2025) đã chỉ ra rằng rằng ý định sử dụng các phương tiện xanh của giới trẻ bị chi phối mạnh mẽ bởi nghĩa vụ cảm nhận (Felt obligation). Vì vậy, giả thuyết H3 được đề xuất: Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) có tác động thuận chiều đến Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) của sinh viên.

Về vai trò trung gian của PMO, các luận giải trong nghiên cứu của De Pelsmacker và cộng sự (2016) chỉ ra rằng GSI tạo nền tảng nhận thức và định hướng hành động, nhưng GSI cần được chuyển thành áp lực mang tính nghĩa vụ đạo đức (PMO) mới có thể thúc đẩy mạnh hơn ý định hành vi. Cơ chế tác động này nếu tồn tại cũng sẽ làm rõ hơn cơ chế tác động tới thái độ, hành vi về môi trường đô thị còn bất cập tại các quốc gia đang phát triển (Liao và cộng sự, 2021). Nói cách khác GSI kích hoạt PMO, thông đó hình thành một ý định giao thông bền vững vững chắc và vượt qua các rào cản ngoại cảnh ngắn hạn. Từ đó, giả thuyết H4 được đưa ra: Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tác động từ Nhận diện bản thân xanh (GSI) đến Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) của sinh viên.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Từ các giả thuyết nghiên cứu nêu trên, mô hình nghiên cứu được cụ thể như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

4. Phương pháp nghiên cứu

Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định thông qua một nghiên cứu định lượng, dữ liệu được thu thập trên đối tượng là sinh viên tại Hà Nội bằng bảng hỏi. Thang đo các biến nghiên cứu được kế thừa từ các nghiên quá khứ: GSI gồm 3 chỉ báo (Sharma và cộng sự (2020), ví dụ: "Tôi chủ động xây dựng hình ảnh bản thân là một người tiêu dùng xanh bằng việc hạn chế sử dụng các sản phẩm, dịch vụ gây hại cho môi trường"), PMO gồm 3 chỉ báo (Ogiemwonyi & Jan (2023), ví dụ: "Về mặt đạo đức, tôi thấy mình có nghĩa vụ phải sử dụng các sản phẩm, dịch vụ giúp cải thiện chất lượng môi trường"), và INT gồm 4 chỉ báo (Rodríguez-Rad và cộng sự (2023), Kulkarni và cộng sự (2025), Li và cộng sự (2026); ví dụ: "Tôi luôn khuyến khích người khác sử dụng phương tiện giao thông xanh".

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu sử dụng phân tích định lượng sau khi làm sạch là 311 sinh viên, gồm 180 nam, chiếm 57,88% và 131 nữ, chiếm 42,12%. Các sinh viên dải đều từ năm thứ nhất đến năm cuối ở các trường đại học trên địa bàn Hà Nội, thuộc các lĩnh vực, ngành học khác nhau.

5.2. Kiểm định chất lượng thang đo

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) với phép quay Varimax hình thành 03 nhân tố tương ứng với các biến nghiên cứu GSI, PMO và INT (Eigenvalue từ 1.065 trở lên, giải thích 72.513% biến động phương sai của dữ liệu, các hệ số tải nhân tố đạt từ 0.613 đến 0.847). Hệ số Cronbach's Alpha của cả 3 nhân tố đạt từ 0.801 đến 0.846. Các hệ số KMO (0.882) và Bartlett (Chi-square 1525.848, df = 45, Sig. = 0.000) đạt yêu cầu. Độ tin cậy tổng hợp và giá trị hội tụ của các thang đo được tính toán, đánh giá trên cơ sở kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Các chỉ số thống kê liên quan cho thấy thang đo có chất lượng tốt (Bảng 1).

Bảng 1: Chỉ số thống kê đánh giá chất lượng thang đo

STT	Biến nghiên cứu	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố (CFA)	Alpha Cronbach	Chỉ số độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích trung bình (AVE)
1.	Nhận diện bản thân xanh (GSI)	GSI01 GSI02 GSI03	0,81 0,84 0,77	0.846	0,848	0,652
2.	Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO)	PMO01 PMO02 PMO03	0,67 0,87 0,76.	0.801	0,813	0,594
3.	Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT)	INT01 INT02 INT03 INT04	0,79 0,76 0,76 0,69.	0.837	0,838	0,564

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Để kiểm định mối quan hệ cấu trúc giữa các biến theo mô hình nghiên cứu, phương pháp SEM được sử dụng. Các chỉ số cho thấy mô hình có sự phù hợp cao với dữ liệu thực tế (CMIN = 82.413 với DF = 32 (p = 0.000), CMIN/DF = 2.575, GFI = 0.952 và AGFI = 0.917, RMSEA = 0.071, CFI = 0.966 và TLI = 0.953). Kết quả phân tích SEM cho thấy tác động của PMO tới INT là mạnh nhất (hệ số 0.55, p = 000), tiến đến là tác động của GSI đến PMO (hệ số tác động chuẩn hóa 0.51, p = 000), và cuối cùng là tác động của GSI tới INT (hệ số 0.38, p = 000). Kết quả SEM cũng cho thấy bên cạnh tác động trực tiếp từ GSI tới INT thì tồn tại tác động gián tiếp có ý nghĩa giữa hai biến này thông qua biến trung gian PMO (hệ số tác động gián tiếp là 0.278, mức độ tác động gián tiếp là 42,25% (VAF = 42,25)). Nói cách khác 42.25% tác động của GSI lên INT được thể hiện gián tiếp qua PMO.

5.3. Kết quả kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích SEM cho thấy cả 4 giả thuyết đều được chấp nhận.

Bảng 2: Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

STT	Giả thuyết	Kết quả kiểm định
1	H1: Nhận diện bản thân xanh (GSI) có tác động thuận chiều đến Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) của sinh viên.	Chấp nhận
2	H2: Nhận diện bản thân xanh (GSI) có tác động thuận chiều đến Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) của sinh viên.	Chấp nhận
3	H3: Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) có tác động thuận chiều đến Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) của sinh viên.	Chấp nhận
4	H4: Cảm nhận nghĩa vụ đạo đức (PMO) đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tác động từ Nhận diện bản thân xanh (GSI) đến Ý định sử dụng giao thông bền vững (INT) của sinh viên.	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

6. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu cho thấy GSI có tác động mạnh đến INT cả trực tiếp và gián tiếp thông qua PMO. Thứ nhất, GSI tác động trực tiếp, tích cực và có ý nghĩa đến INT với hệ số chuẩn hóa đạt 0,38 (p = 0,000). Kết quả này tương đồng với các luận giải của Lý thuyết bản sắc xã hội và kết quả nghiên cứu của Van der Werff và cộng sự (2013), theo đó khi cá nhân định vị bản thân theo phong cách sống xanh càng cao, nó sẽ trực tiếp thúc đẩy ý định hành vi. Thứ hai, GSI tác động gián tiếp đến INT thông qua vai trò trung gian một phần của PMO với hệ số tác động gián tiếp 0,278 (p = 0,000). Cơ chế tác động gián tiếp này phù hợp với các luận giải của Mô hình kích hoạt chuẩn mực (NAM) và tương đồng với các kết quả nghiên cứu về hành vi di chuyển xanh của Bamberg & Möser (2007). Với kết quả này có thể nhận định rằng nhận diện bản thân xanh là nền tảng nhận thức, khơi dậy và thúc đẩy ý thức về trách nhiệm, nghĩa vụ đào đức của cá nhân với bảo vệ môi trường, thông qua đó thúc đẩy sự cam kết cá nhân lựa chọn các phương thức giao thông thân thiện với môi trường.

Kết quả nghiên cứu ghi nhận mức độ tác động gián tiếp cao (chỉ số VAF = 42,25%) cho thấy PMO đóng vai trò là biến trung gian quan trọng, dẫn động ảnh hưởng của GSI tới INT ở mức khá cao bên cạnh tác động trực tiếp của GSI lên INT. Kết quả này khác biệt với một số nghiên cứu trước đây theo đó nhìn nhận PMO như một cầu nối duy nhất (trung gian toàn phần), kết quả của nghiên cứu này trong bối cảnh Việt Nam lại ghi nhận một cơ chế tác động cả trực tiếp và gián tiếp (một phần) trong bối cảnh giao thông bền vững. Nói cách khác, sự hình thành INT có sự đóng góp của cả GSI (nhận diện bản thân xanh hay bản sắc xanh) và PMO (trách nhiệm, nghĩa vụ đạo đức) của cá nhân. Sự khác biệt này có thể được luận giải thông qua đặc thù của bối cảnh nghiên cứu - phương tiện giao thông bền vững tại Việt Nam - theo đó sự chuyển đổi từ phương tiện cá nhân phát thải cao sang phương tiện giao thông bền vững/xanh (giao thông công cộng, phương tiện cá nhân xanh) đòi hỏi sự đánh đổi lớn về chi phí, thời gian và sự tiện lợi cá nhân. Do vậy, nếu chỉ dựa vào nghĩa vụ đạo đức là chưa đủ, mà bản sắc cá nhân cũng cần đủ mạnh để vượt qua các rào cản gắn với đặc thù bối cảnh trên.

Với kết quả nghiên cứu này, để thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang giao thông bền vững đối với giới trẻ thì cần song hành giữa việc đẩy mạnh truyền thông giáo dục trách nhiệm môi trường (PMO) và xây dựng hệ giá trị định hình phong cách sống xanh hiện đại, đưa việc sử dụng giao thông bền vững trở thành một biểu tượng nhận diện bản thân (GSI) của thế hệ trẻ từ đó thúc đẩy ý định sử dụng giao thông bền vững của nhóm đối tượng này, dẫn dắt quá trình chuyển đổi sang giao thông bền vững của cả cộng đồng.

Tài liệu tham khảo:

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.

Bamberg, S., & Möser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. Journal of Environmental Psychology, 27(1), 14-25. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.12.002

Becerra, E. P., Carrete, L., & Arroyo, P. (2023). A study of the antecedents and effects of green self-identity on green behavioral intentions of young adults. Journal of Business Research, 155, 113380.

Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. Journal of Applied Social Psychology, 28(15), 1429-1464.

Cui, M., Li, Y., & Wang, S. (2024). Environmental Knowledge and Green Purchase Intention and Behavior in China: The Mediating Role of Moral Obligation. Sustainability, 16(14), 6263.

De Pelsmacker, P., Moons, I., & Barvarossa, C. (2016, January). A self-identity driven model of electric car adoption and the moderating role of personal values. In International Conference Marketing Trends (pp. 1-16). Amsterdam, The Netherlands: Elsevier.

Harland, P., Staats, H., & Wilke, H. A. (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior. Journal of Applied Social Psychology, 29(12), 2505-2528.

Kulkarni, S. D., Kaur, S., Ray, A., & Mishra, V. (2025). Does values impact intention to use sustainable mobility? An evidence from metropolitan cities of India. Research in Transportation Business & Management, 59, 101290.

Li, Y., Bie, Y., Feng, Y., Wei, Y., & Li, J. (2026). Nudging sustainable mobility through persuasive information: An integrative approach of habit, TAM and TPB. Research in Transportation Business & Management, 67, 101703.

Liao, Y.-K., Wu, W.-Y., Pham, T.-T., & Sengheang, H. (2021). Influence of Environmental Concerns and Moral Obligation on Purchase Intention: Evidence from Cambodia. Asian Journal of Business Research, 11(2), 63-85.

Mai, L. T. T., Tu, V. T. C., Phong, D. N., My, K. T., Anh, U. C., & Hien, N. T. (2025). From attitudes to green vehicle usage intention: the role of felt obligation. Journal of International Economics and Management.

Naparin, M., & Astuti, W. T. (2025). Innovative green consumption in a manufacturing company in the environmental-based view approach: the role of moral obligation, TPBF, green intention and pro-environmental behavior. Cogent Business & Management, 12(1), 2440118.

Ogiemwonyi, O., & Jan, M. T. (2023). The correlative influence of consumer ethical beliefs, environmental ethics, and moral obligation on green consumption behavior. Resources, Conservation & Recycling Advances, 19, 200171.

Rodríguez-Rad, C. J., Revilla-Camacho, M.-Á., & Sánchez-del-Río-Vázquez, M.-E. (2023). Exploring the Intention to Adopt Sustainable Mobility Modes of Transport among Young University Students. International Journal of Environmental Research and Public Health, 20(4), 3196.

Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. Advances in Experimental Social Psychology, 10, 221-279. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5.

Sharma, N., Saha, R., Sreedharan, V. R., & Paul, J. (2020). Relating the role of green self-concepts and identity on green purchasing behaviour: An empirical analysis. Business Strategy and the Environment, 29(8), 3203-3219.

Shaw, D., & Shiu, E. (2002). The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice. International Journal of Consumer Studies, 26(2), 109-116.

Silintowe, Y. B. R., & Sukresna, I. M. (2023). Understanding green self-identity: Does it affect green buying behavior? Social identity theory perspective. Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration, 31(1), 1-15.

Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. Journal of Consumer Research, 9(3), 287-300.

Sparks, P., & Shepherd, R. (1992). Self-identity and the theory of planned behavior: Assessing the role of identification with "green consumerism." Social Psychology Quarterly, 55(4), 388-399. https://doi.org/10.2307/2786955.

Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. Journal of Social Issues, 56(3), 407-424. https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175.

Stets, J. E., & Burke, P. J. (2000). Identity theory and social identity theory. Social Psychology Quarterly, 63(3), 224-237.

Van der Werff, E., Steg, L., & Keizer, K. (2013). It is a moral issue: The relationship between environmental self-identity, obligation-based intrinsic motivation and pro-environmental behaviour. Global Environmental Change, 23(5), 1258-1265. https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.018.