



App eco-sostenibili, comportamento d'acquisto e valori delle Gen Y e Z. Quali relazioni (nell'ambito dei settori food e fashion)?

Traccia del Progetto_Corso del comportamento del consumatore
a.a. 2022_2023 di Giovanna Pegan



**Titolo del progetto con nome gruppo, e
nome/cognome dei vari componenti**

Indice progetto

- ▶ **Abstract del progetto** (max 250 parole)
- ▶ **Introduzione:** al topic con esplicitazione degli obiettivi, del proprio contributo (gap colmato) dei principali quesiti e del metodo usato (ricerca quantitativa)
- ▶ **Fase della desk research (analisi dati secondari)**
 - **Background teorico: giustificazione del perché viene studiato** l'argomento alla luce della letteratura (lettura e citazione nel testo di tutti gli articoli disponibili su Teams/moodle2 ed eventuale integrazione con altre fonti da voi ricercate)
 - **Quesiti della ricerca:** presentati in modo più analitico (qui sono già formulati ma si possono eventualmente integrare)

Indice progetto

Metodologia della ricerca

- ❑ **Fase della Field research:** ricerca quantitativa
 - **Campione:**
 - Breve illustrazione della scelta del campione
 - Descrizione delle sue caratteristiche socio demografiche
 - **Descrizione della modalità di raccolta** dei dati (uso di forum, gruppi etc)
 - **Descrizione del questionario:**
 - Struttura
 - Misure usate con tutti gli item (vedi file in pdf in Teams/moodle2) di ciascuna scala e citazione dei Riferimenti bibliografici

Indice progetto

▶ **Analisi dei dati e discussione dei risultati**

- ❑ **Illustrare come sono stati analizzati i dati**
- ❑ **Descrizione dei risultati** mediante tabelle riassuntive
- ❑ **Discussione dei risultati alla luce degli articoli della letteratura letti**

▶ **Conclusioni**

- ❑ **Contributo dell'indagine**
 - Teorico: quale contributo offrite al dibattito teorico?
 - Implicazioni manageriali: quali suggerimenti per i manager, le istituzioni e i policy makers?
- ❑ **Limiti della ricerca e suggerimenti future indagini**

▶ **Bibliografia**

Obiettivi della ricerca

- ▶ **Applicare il modello UTAUT2** (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, di Venkatesh et al., 2012), **nel contesto d'uso del consumatore delle app eco-sostenibili**, adattandolo (Duarte & Pinho, 2019) ed estendendolo con la componente valoriale delle due Gen Y e Z, nei due settori dell'alimentare e della moda.
- ▶ Approfondire **le relazioni** dell'adozione di queste app eco-sostenibili, la componente valoriale e il più ampio comportamento d'acquisto eco-sostenibile delle due Gen Y e Z nei settori alimentare e moda.

Background teorico

Fare sintesi degli articoli letti al fine di spiegare e giustificare il:

- ▶ Perché è importante studiare il consumo sostenibile e le app eco-sostenibili (focus in uno dei due settori)
 - ❑ Perché consumo sostenibile
 - ❑ A cosa servono queste app eco-sostenibili
 - ❑ Perché in quel specifico settore
 - ❑

Background teorico

Fare sintesi degli articoli letti al fine di spiegare e giustificare il:

- ▶ Perché è importante usare il modello dello UTAUT2 di Vekantesh et al (2012) nell'ambito dell'adozione delle app eco-sostenibili
 - Spiegare bene il modello
 - Perché è utile usarlo in questo particolare contesto d'utilizzo

Background teorico

Fare sintesi degli articoli letti al fine di spiegare e giustificare il:

- ▶ Perché, quando ci si occupa di consumo eco-sostenibile e anche di app eco-sostenibili, è importante studiare la componente valoriale del consumatore (es. valori verdi e religiosità valori politici)
 - ▶ Cosa sono i valori
 - ▶ Perché vanno studiati in questo ambito
 - ▶ Focus su valori di consumo verde, religiosi e politici

Background teorico

Fare sintesi degli articoli letti al fine di spiegare e giustificare:

- ▶ Perché le app eco sostenibili e la componente valoriale sono importanti per capire i comportamenti di acquisto e consumo eco-sostenibili (gli EMCBehaviors):

Quesiti di ricerca

- ▶ Il campione adotterebbe le app eco-sostenibili in quel settore?
- ▶ Come valuta il campione i diversi fattori (effort expectancy, performance ex., hedonic motivation, social influences etc) inerenti le app eco-sostenibili?
- ▶ Il campione sta già usando queste app in quel settore? Quali e quanto spesso?
- ▶ Che livelli di comportamenti eco-sostenibili dichiara il campione nel settore?
- ▶ Che valori (verdi, politici, religiosi) dichiara il campione?
- ▶ Quali correlazioni ci sono tra il fattore intenzione all'adozione e le altre componenti del modello (effort expectancy, hedonic motivation, social influences etc)? E tra il fattore d'uso delle app e queste componenti?
- ▶ Quali correlazioni esistono tra le componenti valoriali, il fattore adozione e l'uso delle app eco-sostenibili?
- ▶ Quali correlazioni esistono tra le componenti valoriali, e le altre dimensioni del modello UTAUT2?
- ▶ Quali correlazioni emergono tra le componenti valoriali e i comportamenti d'acquisto eco-sostenibile generali?
- ▶

Metodologia

Descrizione del Research design

Metodologia

- ▶ **Ricerca quantitativa:** descrizione del campione, del metodo di raccolta dati, del questionario quantitativo...

- ▶ **Caratteristiche campione:**
 - **Breve illustrazione della scelta del campione** (canali usati, luoghi ecc.)
 - **Descrizione delle caratteristiche del campione ottenuto** (socio-anagrafica con tabelle o grafici)
 - ▶ Campione ragionato di **consumatori italiani** appartenenti: 50% alla generazione dei Millennials (nati tra il 1981 e il 1996, i.e dai 25 anni ai 40) e 50% tra la generazione z (dai 18 ai 24 anni)
 - ▶ Devono essere **tutti consumatori attenti** all'eco-sostenibilità e potenziali utilizzatori di queste app (focus su gruppi FB, su forum tematici ecc.)
 - ▶ Vanno raccolti ed elaborati **almeno 25 questionari utili da ciascun membro del gruppo** (es. **totale di almeno 100 quest per gruppi** da 4 componenti): 50% su millennials, 50% su generazione Z
 - ▶ Per quanto possibile eterogeneo rispetto alle altre caratteristiche socio demografiche (**No solo studenti**, 50% femmine, 50% maschi)

Metodologia

- ▶ **Strumento di raccolta dei dati:** costruzione del questionario in google moduli seguendo l'ordine e i costrutti indicati nel file pdf_misure questionario e caricato su teams/moodle2
- ▶ Fase di **pre test** con se stessi e 3 soggetti **mandando alla docente il link per controllo**
- ▶ **Descrizione del questionario:**
 - sintesi delle diverse sezioni e delle diverse misure con i riferimenti bibliografici illustrati sempre nel file pdf – misure questionario in teams/moodle2
 - Esempio di questionario online da cui trarre spunto per la formattazione

https://it.surveymonkey.com/r/consumo_responsabil_e_fede

Analisi dei dati

- ▶ **Illustrare come sono stati analizzati i dati (excel , SPSS ecc.)**
- ▶ **Descrizione dei risultati alla luce dei diversi quesiti con tabelle riassuntive:**
 - ▶ Medie e mediane dei singoli item e di tutti i diversi costrutti misurati (es media degli items e del costrutto valori verdi), correlazioni di Pearson e Spearman tra i diversi costrutti;
 - ▶ Tutto sintetizzato in diverse tabelle riassuntive
- ▶ **Discussione dei risultati alla luce dei diversi quesiti e della letteratura analizzata**

Conclusioni

► Implicazioni teoriche e manageriali

Questa ricerca vuole contribuire:

- ❑ Al dibattito teorico perché
- ❑ Offrire indicazioni manageriali affinché

► Limiti e suggerimenti per future nuove indagini

- ▶ **Bibliografia: citazione di tutte le fonti lette, citate nel testo e inserite poi i bibliografia finale** dietro ordine alfabetico di cognome, usando il sistema di citazione APA style <https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide>



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

Buon lavoro!

Deams

Dipartimento di
Scienze Economiche, Aziendali,
Matematiche e Statistiche "Bruno de Finetti"