

Observatie onderzoek

Bea Steenbekkers

CICS – Restaurant van de Toekomst (RvdT)



Inhoud presentatie

- Waarom observatieonderzoek?
- Wat houdt observatieonderzoek in?
- Hoe doe je observatieonderzoek?
- Wat kun je met de resultaten?
- Voorbeelden

Waarom observatie onderzoek?

Mensen zeggen niet wat ze doen
en ze doen niet wat ze zeggen!

Restaurant van de Toekomst



- 45 video cameras
- 7 video analyse workstations

- Restaurant voor 220 personen
- Grand café
- Onderzoekskeukens
- Sensorisch laboratorium
- Mood rooms
- Mind and oral labs



Waarom observatie onderzoek?

- Gedetailleerde informatie over routines / automatismen
- Gevoelige onderwerpen
- Als andere onderzoeksmethoden niet de gewenste informatie opleveren

Voor- en nadelen van observatie onderzoek

■ Voordelen

- Feitelijk gedrag wordt geobserveerd
- Nauwelijks een last voor de geobserveerde persoon

■ Nadelen

- Tijdsintensief
- Relatief duur

Werkwijze

- In natuurlijke setting kijken
- Indien opdracht: afleidende instructie
- Waarnemingen registreren
 - Observatieformulier
 - Video
- Waarnemingen analyseren
 - Kwantitatief
 - Kwalitatief

Resultaten kunnen zijn:

- Inzicht in keuzegedrag en de invloed van veranderingen op dat keuzegedrag
- Inzicht in gewoontegedrag
- Inzicht in bruikbaarheid van producten

Voorbeelden

- Saladebar
- Tamales

Onderzoeksvragen

- In hoeverre leidt de aanwezigheid van een vernevelaar tot meer aankopen van salade?
- Welke invloed heeft de vernevelaar op de perceptie van de versheid van de salades?

Saladebar met vernevelaar



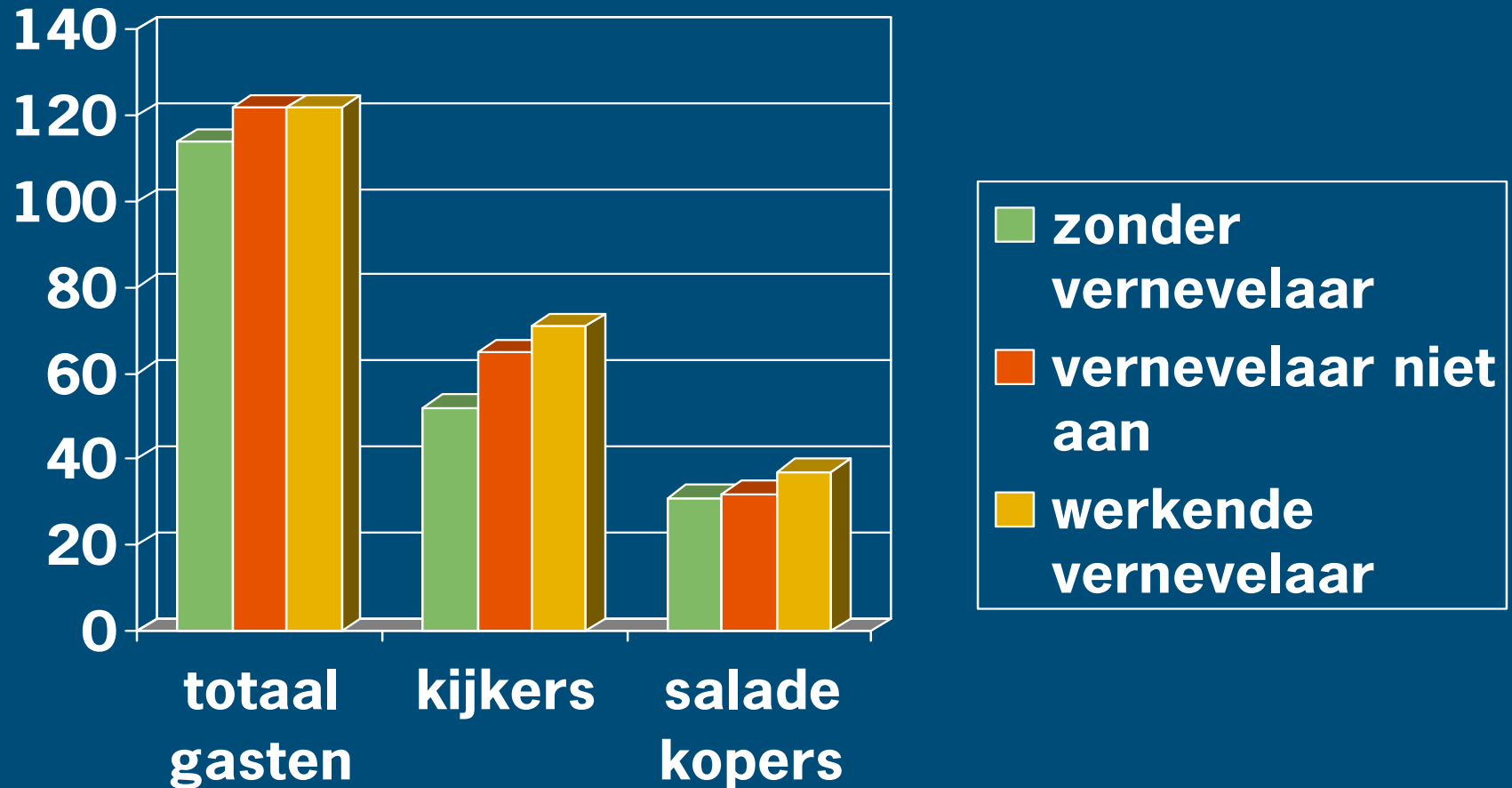
Gebruikte onderzoeksmethoden

- Observatie
- Focusgroepdiscussie
- Analyse kassadata

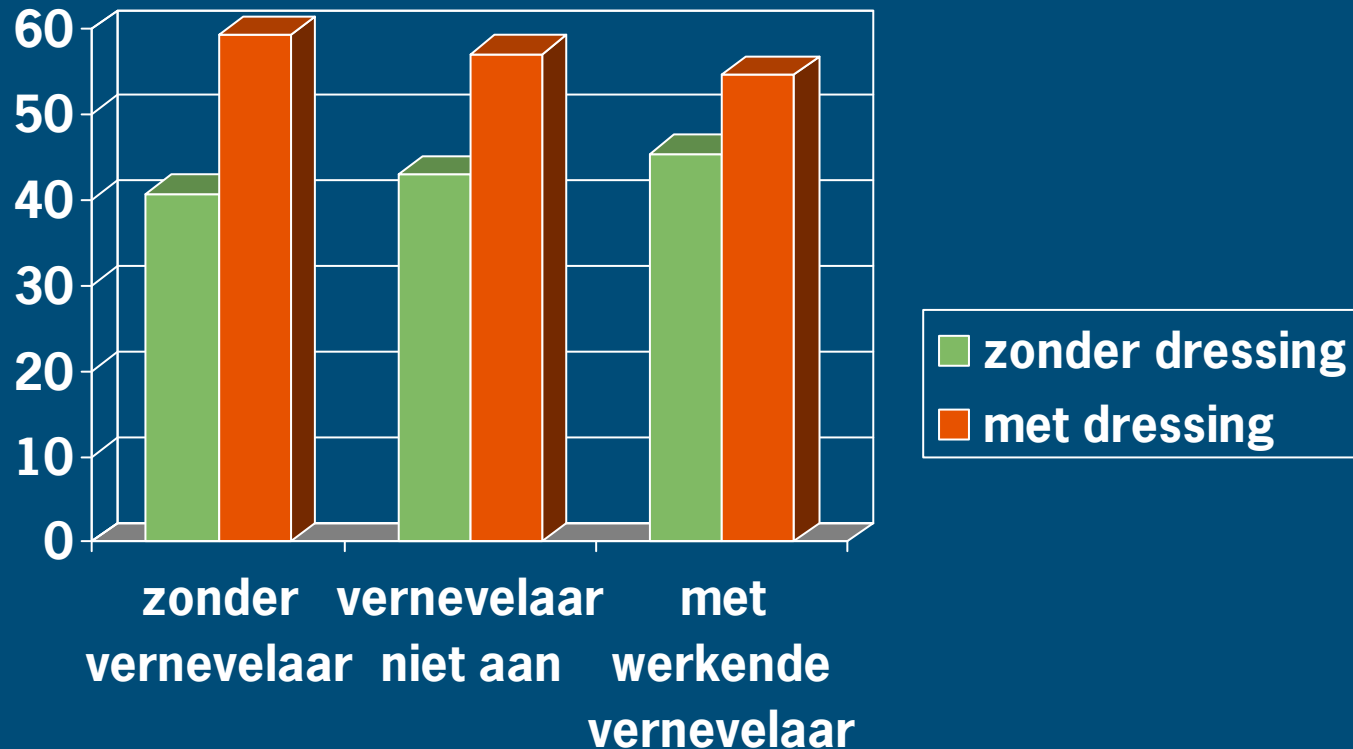
Werkwijze observatie

- Video-opnamen
- Coderen van relevante variabelen:
 - Geslacht
 - Kijken / kiezen
 - Keuze van salade
 - Aantal scheppen
- Statistische analyse

Gemiddeld aantal per dag



Keuze van type salade in verschillende situaties



Conclusies saladebar

- Vernevelaar leidt tot meer aandacht
- Keuze van type salade verandert
- Perceptie verschilt

Nieuw product concept: Tamales



Onderzoeksvragen

- In hoeverre begrijpt de consument het product?
- Voldoen de productkarakteristieken?
- Hoe bereidt de consument het product thuis?

Gebruikte onderzoeksmethoden

- Focusgroep discussie
- In-home observatie
- In-home test
- Out-of-home observatie

Analyse van informatie

- Beschrijven van de waarnemingen
 - “Als je vindt wat je zoekt, heb je niet goed gekeken”
- Motivering voor gedrag achterhalen via interviews
- Informatie uit de verschillende onderzoeken integreren tot nieuwe productconcepten

Resultaten

- Het product kan op verschillende manieren bereid worden met voldoende resultaat
- Ervaring met het bereiden van vis maakt het beoordelen van de gaarheid gemakkelijker
- De instructie is in principe duidelijk; wordt echter niet (helemaal) nagevolgd
- Productkarakteristieken voldoen
- Een andere wijze van vouwen vermindert scheuren van het bananenblad

Meerwaarde observatie onderzoek

- Feitelijke gedragingen => onverwachte informatie
- RvdT: Informatie over een langere periode

Dank voor uw aandacht!

© Wageningen UR



AGROTECHNOLOGY &
FOOD SCIENCES GROUP
WAGENINGEN UR