

Gebruik

De consument kiest een bepaald product met een bepaald doel. Is dat doel bewust/onbewust en wordt dat doel gehaald. Voorbeeld: consument eet groente/fruit om gezond te leven. Welke producten worden daarvoor gekozen (sultana's met bosvruchten is bijv minder geschikt...), hoe worden deze bewaard/bereid? Welke informatie zou een consument nodig hebben om zijn doel (beter) te kunnen bereiken?

Kwaliteitsperceptie

Ervaat de consument die werking. Voorbeeld: consument koopt thee waarop staat dat het ontspant. Hoe gaat de consument ermee om (wordt het bijvoorbeeld in de avond gedronken en niet bij het ontbijt) en ervaart hij/zij deze werking. Hierbij kan ook aandacht zijn voor regelgeving van de overheid (claims).

Producteisen

Welke producteigenschappen vindt de consument belangrijk? Waar wordt op gelet? Voorbeeld: HAK bemerkt dat bonen in pot minder gekocht worden. Waarom? Valess merkt dat er veel klachten binnen komen over "te droge schnitzels". Wat is er aan de hand? Onderzoek bij mensen thuis kan hiervoor waardevolle informatie opleveren. Maar ook: welke formulering van claims op de verpakking passen het best bij de boodschap die het bedrijf wil overbrengen.

Wensen en behoeften

Welke nieuwe producten sluiten hierbij aan? Het product waar je onderzoek naar doet bestaat nog niet... maar zal ontwikkeld worden. Welke informatie hebben mensen nodig om een nieuw product te kunnen gaan gebruiken (bv zeewier als nieuwe 'groente', insecten als nieuwe eiwitbron). Dit kan ook gaan over niet-voedingsmiddelen. Voorbeeld: consument wil thuis een heerlijk kopje koffie en drinkt meestal alleen of met z'n tweeën. Dat was de push tot het ontwikkelen van het Senseo apparaat.

FQD THESIS THEMA'S



Gebruik

- Mothers' snack choice behaviour: differences between the youngest child and older siblings
- Influence of culture on mothers' choice of snacks for their children
- Alternative protein sources and the role of the situational context
- A choice to bake: a consumer research on the choice between baking from scratch and ready baking mixes

Kwaliteitsperceptie

- Dutch consumers' knowledge, attitudes and intentions regarding the best before date on food packages
- Health benefits' of tea; The functionality of ingredients and consumer perception
- Towards less food packaging waste; consumer perception of the zero packaging concept
- Snackification: dairy products as snacks; A study designed to gain insight into perceptions and motivations of Dutch consumers regarding the consumption of dairy products as snacks

Producteisen

- The role of nutrient fact labels in mothers' perceived healthiness of snack food
- A user's perspective on QR-code application/ functionality for restaurants
- Consumer acceptance of directly visible and digital dynamic shelf life indicators
- Consumer choices of perishable food products when applying dynamic pricing; A solution to food waste?
- Using co-creation to find the consumer perception towards the Hema pastry assortment
- Information about preparation as a tool to increase consumer familiarity with tofu

Wensen en behoeften

- Insects as functional ingredients in conventional food products; a study on the consumer acceptance of crickets as functional ingredient in pasta
- A study on the contribution of the KiesIkGezond?-app to healthier food choices in the supermarket.
- 3d food printing – cooking of the future? Exploring consumer acceptance of domestic 3D food printing
- The transition from the traditional meal pattern to snackification
- Determinants for introducing entomophagy in the Western diet; a consumer perspective

FQD THESIS TITELS

