

## **Persona badawcza pracownika przemysłu ciężkiego w Polsce**

Projekt badawczy: *„Kształtowanie nawyków konsumenckich wśród pracowników przemysłu ciężkiego, a ich postawy wobec zmian klimatycznych”*

Persona została opracowana jako narzędzie analityczne wspierające zrozumienie zachowań konsumenckich osób łączących pracę zawodową z edukacją wyższą. Krzysztof reprezentuje segment użytkowników, którzy podejmują decyzje zakupowe w oparciu o pragmatyzm, stabilność finansową i tradycyjne wartości rodzinne, przy jednoczesnym umiarkowanym stosunku do kwestii ekologicznych.

Celem stworzenia tej osoby było:

- wizualizacja wyników badań jakościowych dotyczących codziennych wyborów konsumenckich,
- identyfikacja barier i motywatorów związanych z wdrażaniem proekologicznych nawyków,
- opracowanie punktu wyjścia do projektowania usług i komunikacji skierowanej do osób o podobnym profilu — np. kampanii edukacyjnych, programów lojalnościowych, aplikacji zakupowych czy interfejsów wspierających decyzje zakupowe.

Persona została stworzona jako strategiczne narzędzie badawcze, które może być wykorzystane w dalszym procesie projektowym, analitycznym lub marketingowym. Jej konstrukcja opiera się na

danych z wywiadów pogłębionych, analizie wzorców zachowań oraz kontekście społeczno-ekonomicznym respondentów.

### **Persona: Krzysztof (26 lat)**

Projekt badawczy: „*Kształtowanie nawyków konsumenckich pracowników przemysłu ciężkiego, a świadomość zmian klimatycznych*”

Rola w badaniu: Reprezentant studentów studiów niestacjonarnych o stabilnej sytuacji zawodowej, podejmujących decyzje zakupowe w oparciu o cenę, praktyczność i tradycyjne wartości.

Krzysztof reprezentuje kilka istotnych segmentów użytkowników: pracowników przemysłu ciężkiego, młodych dorosłych wchodzących w stabilizację życiową, osób łączących pracę z edukacją oraz pracowników klasy średniej. Dzięki temu persona pozwala zrozumieć złożone motywacje i ograniczenia tej grupy, co stanowi solidną podstawę do projektowania usług, komunikacji i rozwiązań wspierających ich codzienne decyzje.

#### Profil ogólny

Imię: Krzysztof

Wiek: 26 lat

Płeć: mężczyzna

Status: Kawaler w stałym związku

Wykształcenie: Absolwent technikum, student II roku materiałoznawstwa (studia niestacjonarne, I stopień)

Miejsce zamieszkania: Miasto o liczebności powyżej 200 000 mieszkańców

Sytuacja mieszkaniowa: Wynajmowane mieszkanie 2-pokojowe z partnerką; odkłada na wkład własny pod kredyt

Dochód: 5500 PLN netto/mies. (klasa średnia)

Zawód: Pracownik huty żelaza, 5 lat doświadczenia

Motywacje zawodowe: Chce podnieść kwalifikacje, aby uzyskać awans i zapewnić przyszłej rodzinie stabilność finansową

Styl życia: Raczej domator, wolny czas spędza na grach komputerowych i spotkaniach ze znajomymi w plenerze

Środek transportu: Samochód napędzany benzyną, z dodatkową instalacją gazową (wybór ekonomiczny)

### Charakterystyka i zachowania

- Praktyczny, oszczędny, nastawiony na stabilizację i rozwój zawodowy
- Ceni tradycyjny model rodziny i planuje założenie jej w najbliższych latach
- Samodzielny – unika korzystania z usług fachowców, większość napraw wykonuje sam
- Ma lekką nadwagę, ale nie wpływa to na jego codzienne wybory zakupowe
- Preferuje proste, sprawdzone rozwiązania i nie lubi komplikować sobie życia

### **Persona jako konsument**

#### Podejście do zakupów:

- Robi zakupy spożywcze na bieżąco, bez większego planowania
- Większe wydatki konsultuje z partnerką
- Przed zakupem sprawdza ceny i porównuje dostępne opcje

- Kieruje się przede wszystkim stosunkiem ceny do jakości

#### Nawyki zakupowe:

- Środki czystości kupuje w dyskontach – uważa, że jakość jest podobna niezależnie od sklepu
- Odzież kupuje tylko wtedy, gdy jest to konieczne; preferuje sklepy stacjonarne, unika zakupów online
- Gry komputerowe kupuje głównie na promocjach (przedpremierowych lub świątecznych)
- Przed zakupem gry ogląda trailery, streamy i pyta znajomych o opinie
- Oszczędza na wkład własny, dlatego unika przepłacania

#### Preferencje produktowe:

- Lubi napoje gazowane; po wprowadzeniu podatku cukrowego wybiera tańsze zamienniki
- Kupuje mięso dobrej jakości, ale nie korzysta z promocji – uważa, że mogą oznaczać gorszą świeżość
- Pochodzenie owoców i warzyw nie ma dla niego znaczenia

### **Postawa wobec ekologii i zmian klimatycznych**

Ogólne nastawienie: Nie uważa się za osobę „eko”, ale jeśli coś nie wymaga wysiłku, jest skłonny to zrobić.

#### Zachowania proekologiczne:

- Segreguje odpady – „skoro to niewielki wysiłek, to czemu nie”
- Używa kosmetyków w opakowaniach z recyklingu (głównie za namową partnerki)

- Jeździ samochodem na gaz – motywacja ekonomiczna, nie ekologiczna
- Kupuje mięso ekologiczne, bo uważa je za zdrowsze i lepszej jakości

#### Przekonania:

- Uważa, że wpływ jednostki na klimat jest minimalny
- Odpowiedzialność za zmiany klimatyczne widzi głównie w przemyśle i rządzie
- Nie zamierza rezygnować z mięsa – postrzega je jako niezbędne dla zdrowia mężczyzny
- Nie zwraca uwagi na kwestie testowania produktów na zwierzętach

#### **Podsumowanie**

Krzysztof reprezentuje grupę młodych dorosłych, którzy łączą pracę fizyczną z edukacją wyższą, dążąc do stabilizacji finansowej i awansu zawodowego. Jego decyzje konsumenckie są pragmatyczne, mocno oparte na cenie i jakości, a postawa wobec ekologii – umiarkowana i reaktywna. Jest dobrym przykładem użytkownika, który nie jest ideologicznie zaangażowany, ale jest otwarty na proste, niewymagające zmiany nawyki, jeśli wpisują się w jego codzienność.