



Augustyna Burlita

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Katedra Marketingu
augustynab@poczta.onet.pl

„CZŁOWIEK POŚPIECHU” – O PROBLEMACH Z CZASEM WSPÓŁCZESNEGO KONSUMENTA

Streszczenie: W potężnej kompresji czasu, charakteryzującej życie społeczeństw rozwiniętych, umiejętność zarządzania czasem nabrała szczególnego znaczenia. Coraz częściej jest ona bowiem warunkiem realizacji celów zawodowych i prywatnych, a tym samym zaspokojenia potrzeb i zrównoważonego rozwoju człowieka.

W artykule na podstawie badań wtórnych oraz pierwotnych scharakteryzowano wybrane problemy współczesnego konsumenta – mieszkańca dużego miasta z zarządzaniem budżetem czasu. Życie pod presją czasu, związany z tym stres i poczucie niedoboru czasu na realizację wszystkich stojących przed jednostką wyzwań i zadań, a także brak równowagi czasowej pomiędzy poszczególnymi obszarami życia dotyczą w różnym zakresie coraz większą grupę konsumentów, zwłaszcza tych wykształconych i osiągniętych wysokie dochody.

Słowa kluczowe: zarządzanie czasem, budżet czasu, konsument.

Wprowadzenie

Od zarania dziejów ludzie próbowali zrozumieć i okiełznać czas, traktując go jako integralny aspekt swojego życia. Doszukując się w jego upływie określonego porządku i chcąc go kontrolować, tworzyli coraz bardziej złożone, abstrakcyjne kalendarze oraz mechaniczne sposoby rachuby czasu, a pogoń za dokładnym czasem stała się jedną z największych obsesji społeczeństw rozwiniętych [Aveni, 2001]. Już wiele lat temu upatrywano w rozprzestrzenianiu się zegarów dehumanizacji i zniewolenia przez „zrutynizowaną globalną ekonomię” [Gleick, 2003, s. 42]. Obecnie zaś – zdaniem przewodniczącego Światowego Forum Ekonomicznego K. Schwaba – „przechodzimy od epoki, w której

duży pożera małego, do epoki, w której szybki pożera wolnego” [Honore, 2011, s. 11]. Jak jednak podkreślał pisarz M. Kundera [1996] – prędkość jest jednocześnie stanem wolności i uwięzienia. Dlatego też dziś, kiedy potrafimy mierzyć czas z niezwykłą precyzją, sformułowanie „nie mam czasu” stało się jedną z najpopularniejszych wymówek czy usprawiedliwień. Wśród proponowanych przez różnych autorów koncepcji radzenia sobie z brakiem czasu znalazła się kolekcja „jednominutowych bajek na dobranoc”, jako propozycja „pomocy rodzicom w czasochłonnym zajmowaniu się małymi dziećmi” [Honore, 2011, s. 10]. Jednym z rezultatów rozwoju technologicznego i cywilizacyjnego jest bowiem przyspieszenie tempa ludzkiego życia [Eriksen, 2003]. Jest ono szczególnie widoczne wśród mieszkańców dużych miast, co wynika przede wszystkim z miejsko-przemysłowego stylu życia oraz związanych z nim uwarunkowań czasowych, dotyczących zwłaszcza takich aspektów, jak dojazd do pracy/szkoły czy dostępność infrastruktury handlowej oraz czasu wolnego. Znajdują one swoje odzwierciedlenie zarówno w strukturze budżetu czasu, jak i sposobie postrzegania oraz przeżywania czasu.

Celem artykułu jest charakterystyka wybranych problemów związanych z zarządzaniem budżetem czasu przez współczesnego konsumenta – mieszkańca dużego miasta, w tym m.in. postaw wobec czasu, odczuwania presji ze strony czasu, planowania zajęć i równoważenia budżetu czasu. Autorka wyraża również nadzieję, iż treść artykułu wzbudzi refleksję czytelników nad czasem jako aspektem życia.

Rozważania oparto na studiach literaturowych oraz wynikach badań pierwotnych przeprowadzonych przez autorkę (z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety bezpośredniej) wśród mieszkańców wybranych dużych miast w Polsce¹. Bez wątpienia jednak opisywane problemy będą też w różnym stopniu i zakresie dotyczyły znacznej części konsumentów niezależnie od miejsca zamieszkania.

Waga poruszanej w publikacji problematyki wynika przede wszystkim z rosnącej roli czasu jako aspektu zachowań konsumentów, a jednocześnie relatywnie niewielu publikacji i badań tego obszaru (poza tymi odnoszącymi się do czasu pracy). Tymczasem ze względu na komplementarność oraz współzależność poszczególnych sfer ludzkiego życia, a także zróżnicowany stopień przymu-

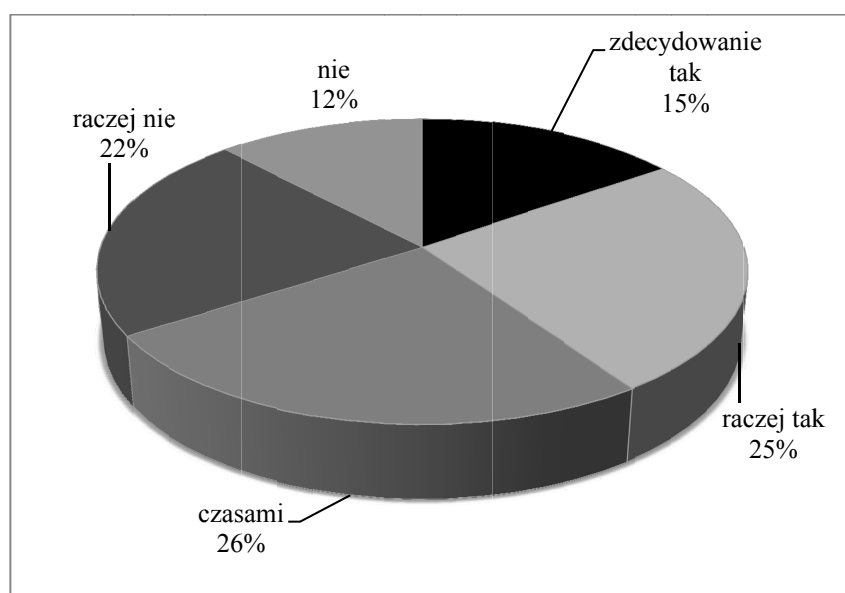
¹ Badania temporalnych aspektów zachowań konsumentów zostały przeprowadzone przez autorkę wraz z dr. K. Błońskim w okresie od maja do października 2012 r., z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety bezpośredniej, na próbie 600 mieszkańców (dobór warstwowo nieograniczony) następujących dużych miast: Warszawa, Katowice, Kraków, Poznań, Wrocław, Szczecin. Otrzymano 475 prawidłowo wypełnionych kwestionariuszy ankiet (zwrotność 80%). W artykule przedstawiono jedynie wybrane wyniki badań z uwagi na ograniczenia co do objętości publikacji.

su/swobody wyboru zajęć, od sposobu organizacji czasu w dużym stopniu uzależniona jest możliwość zaspokojenia określonych potrzeb jednostki (każdy akt konsumpcji przebiega w czasie), a tym samym jej psychiczny i fizyczny rozwój. Jednocześnie zarządzanie budżetem czasu staje się coraz trudniejsze z uwagi na coraz większą ilość wypełniających go zajęć oraz konieczność podłożenia wielu wyzwaniom i zadaniom stojącym przed współczesnym konsumentem. W epoce wyścigu z czasem pośpiech stał się drugą naturą człowieka, a czas stał się zarówno wartością (zgodnie z regułą „czas to pieniądz”), jak i źródłem wartości wynikających z jego określonego wykorzystania. Coraz częściej staje się także wyznacznikiem zachowań współczesnego konsumenta.

1. „Choroba niedoczasu” – syndrom współczesnej epoki

Chociaż zmiany technologiczne pozwoliły na skrócenie czasu wykonywania niektórych czynności, m.in. tych związanych z przemieszczaniem się, komunikacją międzyludzką czy pracami domowymi, to jednocześnie wraz z rozwojem cywilizacyjnym przyczyniły się do wspomnianego już wzrostu tempa ludzkiego życia. W rezultacie współczesnemu konsumentowi coraz częściej towarzyszy „obsesyjne przekonanie, że czas ucieka, jest go za mało i trzeba pędzić coraz szybciej, aby dotrzymać kroku”, które amerykański lekarz L. Dossey nazwał „chorobą niedoczasu” [Honore, 2011, s. 11]. Wyścig z czasem stał się zjawiskiem wszechobecnym, a pośpiech – zdaniem brytyjskiego psychologa G. Claxona – drugą naturą współczesnego konsumenta [Honore, 2011].

Potwierdzeniem tego są m.in. wyniki przeprowadzonych przez autorkę badań dotyczących temporalnych aspektów zachowań konsumentów mieszkających w dużych (tj. liczących powyżej 350 tys. mieszkańców) miastach. Na odczuwalne przyspieszenie tempa życia wskazało aż 92% z 475 ankietowanych. Przy tym dwie trzecie stwierdziło, iż w różnym natężeniu żyje pod presją czasu (rys. 1), z czego silnie odczuwa ją 15% respondentów, w większości wykształconych i osiągających wysokie dochody.



Rys. 1. Poczucie życia pod presją czasu w odpowiedziach respondentów ogółem

Źródło: Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych.

Pomimo pośpiechu charakteryzującego codzienność większości ankietowanych, aż 77% przyznało, że zdarza im się nie zdążyć zrealizować wszystkiego, co powinni byli zrobić w danym czasie, przy czym blisko co czwarty respondent zadeklarował, że problem ten dotyczy go często. Częściowo wynika to z marnowania czasu – co drugi badany mieszkaniec dużego miasta przyznał, że zdarza mu się to czasami, a 12% uznało, że często marnuje czas. Ale jednocześnie okazuje się, że 24-godzinna doba jest za krótka, aby zrealizować wszystkie stojące przed współczesnym człowiekiem wyzwania i zadania. Problem ten dotyczy ponad połowy ankietowanych, którzy w różnym stopniu oraz zakresie borykają się z problemem niedoboru czasu. Za niepokojące należy uznać, iż jest to relatywnie duży problem dla blisko 30% respondentów, w tym dla 16% stał się on elementem codzienności (tab. 1). Innym problemem jest z kolei poczucie nadmiaru czasu, z którym nie bardzo wiadomo co zrobić, dotyczące 12% ankietowanych, przede wszystkim tych nieaktywnych zawodowo, powyżej 60. roku życia, o relatywnie niskich dochodach ograniczających możliwości interesującego zagospodarowania czasu, zwłaszcza czasu wolnego, a więc i realizację jego funkcji zdrowotnych oraz rozwojowych [Burlita, 2006]. Tylko co trzeci badany mieszkaniec dużego miasta stwierdził, iż nie doskwiera mu problem ani nadmiaru, ani braku czasu.

Wśród aktywności, na które respondentom najczęściej brakuje czasu znalazły się przede wszystkim te charakteryzujące się relatywnie większą swobodą wyboru i związane głównie z czasem wolnym, na co wskazało blisko 40% ankietowanych. Przeciętnie co piąty respondent uznał, iż ma za mało czasu na sen. Po ponad 17% odczuwa brak czasu na życie rodzinne i na własny rozwój (m.in. poprzez doksztalcanie się i podnoszenie kwalifikacji), ale również na obowiązki związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego. Na niedobór czasu na pracę zawodową wskazało jedynie 2% ankietowanych, co wynika m.in. z wysokiego stopnia przymusu realizacji charakteryzującego tę aktywność [Cieloch, Kuczyński i Rogoziński, 1992].

Tabela 1. Problem braku czasu w deklaracjach respondentów ogółem

Lp.	Wyszczególnienie	% odpowiedzi
1.	Jestem zabiegany/a/ i zmęczony/a/ i ciągle borykam się z problemem „braku czasu”	16,4
2.	Często brakuje mi czasu, aby wykonać wszystkie zadania	13,2
3.	Czasami brakuje mi czasu na wykonanie wszystkich zajęć, jakie powinienem/nam/ był/a/ zrealizować	22,6
4.	Mam tyle czasu, aby wykonać to, co zaplanowałem/a/m (nie doskwiera mi problem ani „nadmiaru”, ani „braku czasu”)	33,3
5.	Często borykam się z problemem „nadmiaru czasu”, z którym nie bardzo mam co zrobić	11,8
6.	Inna odpowiedź	2,7

Źródło: Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych.

W świetle przedstawionych wyników badań nie dziwi, iż respondenci podejmują różne próby „oszczędzania czasu”. Relatywnie rzadko jest to korzystanie z czasoszczędnych usług, takich jak np. sprzątanie mieszkania, opieka nad chorymi i dziećmi, posiłki poza domem czy też zakup półproduktów lub gotowych dań (często korzysta z nich od kilku do kilkunastu procent badanych). Nie wynika to jednak z braku odpowiednich usług w miejscu zamieszkania ankietowanych, ale – jak deklarowali respondenci – z braku potrzeby zakupu takich usług, a w drugiej kolejności ze względów finansowych. Oszczędzanie czasu polega więc przede wszystkim na wielozadaniowości i próbie „ścigania się z czasem” poprzez jak najszybsze wykonywanie niektórych czynności. I tak – ponad 61% respondentów przyznało, że często wykonuje kilka zajęć jednocześnie, np. sprzątając, ogląda programy telewizyjne; gotując, prowadzi rozmowy telefoniczne; jedząc posiłki, czyta itp. Rezultatem presji czasu oraz ciągłego pośpiechu są również: „szybkie chodzenie” (31% odp.), „szybkie spożywanie posiłków” (25%), „szybkie mówienie” (15%), „szybkie jeżdżenie samochodem” (14%) i „szybkie czytanie” (12%). Co dwudziesty respondent przyznał, że doty-

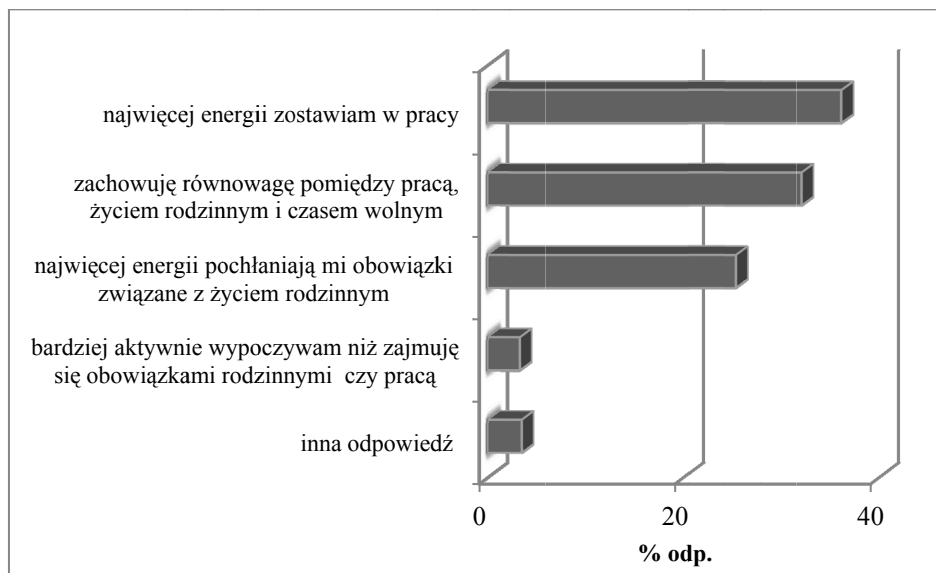
czą go wszystkie wymienione zachowania. Stanowią one jednak najczęściej iluzoryczne próby „nadrobienia” czasu. Zwłaszcza że zdaniem naukowców ludzki umysł potrafi koncentrować się tylko na jednym zadaniu naraz, zaś tzw. podzielna uwaga to nic innego, jak tylko umiejętność przeskakiwania z jednej czynności na drugą [www 1]. Ryzykujemy więc, że wykonując jednocześnie kilka czynności, żadnej z nich nie wykonamy należycie, nie wspominając o bardziej negatywnych konsekwencjach, jak np. w przypadku zbyt szybkiej jazdy samochodem.

2. Zarządzanie budżetem czasu jako problem współczesnego konsumenta

W świetle przedstawionych rozważań i wyników badań można wysnuć wnioski, iż szczególnie ważna dla współczesnego konsumenta stała się umiejętność zarządzania budżetem czasu. Aż 67% badanych mieszkańców dużych miast podziela opinię, że jest ona istotnym warunkiem sukcesu zarówno w sferze zawodowej, jak i prywatnej. Specjaliści zajmujący się problematyką zarządzania czasem podkreślają, iż optymalne wykorzystanie czasu wymaga najpierw sformułowania celów, jakie chcemy osiągnąć, a następnie potrzebnych do ich realizacji działań i czasu oraz harmonogramu [Clayton, 2011]. Chociaż 82% ankietowanych podzieliło pogląd, iż wcześniejsze rozplanowanie zajęć pozwala lepiej gospodarować czasem, to działania takie w praktyce podejmuje mniej niż 70%. Przy czym aż 42% respondentów realizuje je tylko wtedy, gdy zajęć tych będzie dużo, a systematyczne planowanie zajęć na kolejne dni cechuje jedynie 27% badanych. Jednocześnie co trzeci z respondentów podzielił pogląd, że narzekanie na brak czasu wynika przede wszystkim ze złego nim zarządzania, za co winę należy przypisać danej osobie. Jednakże niewiele mniej ankietowanych, bo 30% nie zgodziło się z tym, wskazując jako przyczynę przeciążenie danej jednostki obowiązkami, niewynikające z jej winy czy wyboru, ale z przymusu, ze względu na określoną sytuację rodzinną lub zawodową.

Chociaż struktura budżetu czasu poszczególnych jednostek i znaczenie przypisywane przez ludzi konkretnym zajęciom są zróżnicowane oraz uzależnione od sytuacji społeczno-ekonomicznej i przyjętego systemu wartości danego człowieka, to bez wątpienia istotne dla jego funkcjonowania oraz rozwoju jest równoważenie budżetu czasu. Względną równowagę pomiędzy sferą zawodową i prywatną, w tym możliwość wygospodarowania dostatecznej ilości czasu wolnego, zadeklarowało jedynie 32% badanych mieszkańców dużych miast. Co czwartemu (przede wszystkim kobietom z małymi dziećmi i osobom nieaktywnym zawodowo) najwięcej energii pochłaniają obowiązki związane z prowadze-

niem gospodarstwa domowego i opieką nad dziećmi. Aż 36% wskazało, iż najczęściej energii zostawia w pracy. Kolejne 3% przyznało, iż bardziej aktywnie wypoczywa niż pracuje (były to głównie osoby nieaktywne zawodowo, uczące się oraz studiujące) i tyle samo uznało, że ich sytuacja w tym zakresie jest zróżnicowana zależnie od natężenia pracy zawodowej czy obowiązków domowych.



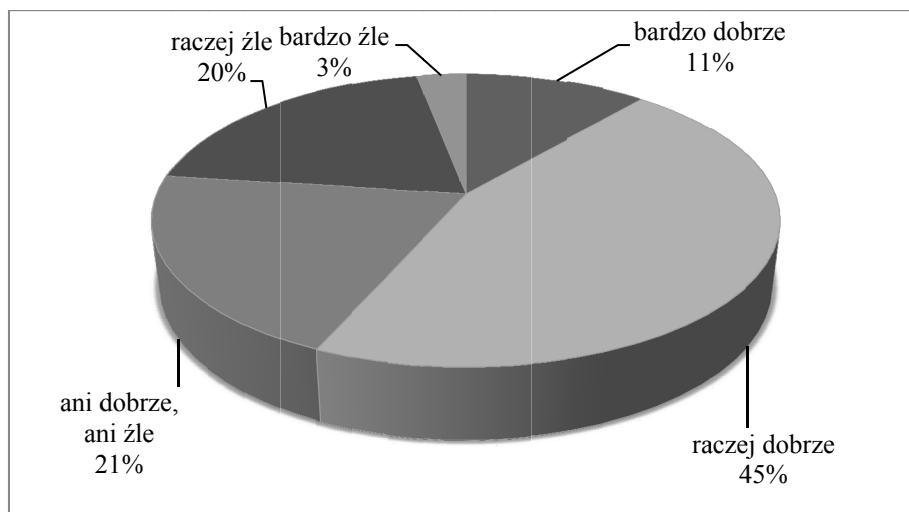
Rys. 2. Problem równoważenia budżetu czasu w odpowiedziach respondentów ogółem

Źródło: Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych.

Jak można zauważyć – aktywność związana z pracą zdominowała życie wielu badanych pracujących konsumentów, najczęściej kosztem snu i czasu wolnego. Chociaż ponad 80% ankietowanych zgodziło się z twierdzeniem, że praca nie może wypełniać całego życia człowieka, to jednocześnie aż 64% respondentów samokrytycznie przyznało, iż powodem wydatkowania przez nich większości swojego czasu i energii na pracę oraz wynikającego z tego braku czasu na inne aktywności, jest rosnący konsumpcjonizm i związane z nim dążenie do posiadania coraz większej ilości i coraz to nowszych dóbr. Przeznaczenie na pracę ponad 40 godzin tygodniowo – co czyni 44% badanych (w tym 5% poświęca na nią ponad 50 godzin) jest również rezultatem przemian na rynku pracy oraz zmian w sposobach jej organizacji i świadczenia. Wymienić można zwłaszcza: wysokie miejsce pracy w systemie wartości Polaków [Czapiński i Panek (red.), 2013], przenikanie się czasu pracy i czasu po pracy, obawa przed konkurencją w miejscu pracy, chęć wykazania się czy wymogi pracodawcy. W rezulta-

cie blisko co druga badana osoba stwierdziła, iż jej praca zawodowa nie pozwala na godzenie życia zawodowego, rodzinnego i osobistego. Jednocześnie ok. 3% respondentów (pracujących na własny rachunek i wykonujący wolny zawód) to osoby przywiązujące do pracy szczególne znaczenie, traktujące ją jako „pierwszą potrzebę życia”, a przeznaczanie większości czasu i energii na pracę jest ich własnym wyborem oraz stanowi dla nich główne źródło satysfakcji. Można jednak uznać, że coraz częściej z różnych powodów coraz więcej konsumentów staje się „więźniem przymusu” [Nydhal, 2011, s. 36] i zamiast „pracować, aby żyć”, „żyje, żeby pracować”. W rezultacie, poza niezaspokojeniem wielu potrzeb, odczuwa w różnym stopniu zmęczenie fizyczne i psychiczne, na co wskazało aż 68% badanych mieszkańców dużych miast, w tym 15% przyznało, iż z tego powodu zaobserwowało pogorszenie stanu własnego zdrowia i/lub symptomy choroby.

Pomimo przedstawionych problemów, większość badanych konsumentów (57%) uznała, że dobrze gospodaruje swoim czasem. Do błędów w tym zakresie przyznało się tylko 23% (rys. 3). Po części oznacza to, że za problemy z brakiem czasu i związanym z tym stresem ankietowani obarczają zewnętrzne okoliczności, przede wszystkim związane z sytuacją w pracy, a więc niezależne od konsumentów, ale takie, do których muszą/powinni się dostosować, które mają charakter przymusowy. Należy jednak podkreślić, że sposób spędzania czasu (a więc jego konsumpcja) jest elementem stylu życia jednostki i odzwierciedla jej drugie „ja”; jest więc rezultatem dokonywanych wyborów.



Rys. 3. Subiektywne oceny respondentów na temat sposobu zarządzania czasem w odpowiedziach ogółem

Źródło: Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych.

Podsumowanie

W obecnych warunkach życia, charakteryzujących się „przyspieszeniem niemal wszystkiego” [Gleick, 2003, s. 1], czas stał się ważnym aspektem funkcjonowania konsumenta. Stres związany z czasem, poczucie jego niedoboru, życie w pośpiechu oraz brak równowagi czasowej pomiędzy poszczególnymi obszarami życia – to najważniejsze problemy, z którymi w różnym stopniu i zakresie boryka się większość badanych mieszkańców dużych miast. Ich efektami są m.in.: czasowa niemożność zaspokojenia wielu ważnych potrzeb oraz nasilające się zmęczenie fizyczne i psychiczne rzutujące na jakość życia.

Podjmując decyzje w co zainwestować swój czas, jednostka ma różną swobodę wyboru zajęć i kieruje się wieloma, nie zawsze świadomymi, a często sprzecznymi motywami oraz konkurencyjnymi celami. Jednak nawet uwzględniając wysoki przymus realizacji niektórych zajęć, jak np. praca, można odnieść wrażenie, że obecnie człowiek coraz częściej nie jest „panem swojego czasu”, ale że to czas rządzi człowiekiem. Zaś „vita activa”, czyli praca i działanie zdominowały życie znacznej części konsumentów (nie zawsze z ich wyboru), kosztem czasu przeznaczanego na kontakt ze sobą samym, z naturą i na wypoczynek. Rzutuje to negatywnie zarówno na możliwości zrównoważonego rozwoju człowieka, jak i na jakość jego życia.

Podsumowując, współczesny konsument to coraz częściej „człowiek pośpiechu – człowiek, któremu brakuje czasu, który jest więźniem przymusu” [Nydhal, 2011, s. 36]. A przecież nie sposób nie zgodzić się z twierdzeniem, że w „życiu chodzi o coś więcej, niż zwiększanie jego tempa” [Honore, 2011, s. 5]. Być może więc powinniśmy przemyśleć swoje podejście do czasu i – aby dobrze oraz mądrze z niego korzystać – uwzględnić konsekwencje podejmowanych wyborów i docenić czas, zwracając uwagę na to, jaki jest, a nie ile go jest.

Literatura

- Aveni F. (2001), *Imperia czasu. Kalendarze, zegary i kultury*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Burlita A. (2006), *Zachowania konsumentów w czasie wolnym i ich uwarunkowania na przykładzie konsumentów klasy średniej regionu zachodniopomorskiego*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Cieloch G., Kuczyński J., Rogoziński K. (1992), *Czas wolny – czasem konsumpcji?*, PWE, Warszawa.
- Clayton M. (2011), *Zarządzanie czasem, czyli jak efektywnie planować i realizować zadania*, Wydawnictwo Edgar, Warszawa.

- Czapiński J., Panek. T., red. (2013), *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków*, <http://www.diagnoza.com> (dostęp: 30.09.2014).
- Eriksen T.H. (2003), *Tyrania chwili. Szybko i wolno płynący czas w erze informacji*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Gleick J. (2003), *Szybciej. Przyspieszenie niemal wszystkiego*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Honore C. (2011), *Pochwała powolności. Jak zwolnić tempo i cieszyć się życiem*, Drzewo Babel, Warszawa.
- Kundera M. (1996), *Slowness*, HarperCollins, New York.
- Nydhal S. (2011), *W ślepej uliczce pośpiechu*, „Forum”, nr 1.
- Zimbardo P., Boyd J. (2009), *Paradoks czasu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa. [www 1], <http://www.projektsukces.pl/zarządzanie-czasem-najwieksze-bledy.html> (dostęp: 30.06.2014).

„MAN IN A RUSH” – ABOUT PROBLEMS WITH TIME OF THE CONTEMPORARY CONSUMER

Summary: In the life of developed societies characterized by a strong time compression, the time management skill became highly important. More and more often it is a precondition for achieving the professional and private goals, there by satisfying human needs and allowing for sustainable development.

The article, based on the secondary and primary research, characterizes problems of the contemporary consumer (inhabitant of a big city) with time management. Life under time pressure, associated with its stress and sense of time shortage to accomplish all the challenges and tasks faced by an entity as well as the lack of time balance between the various areas of life are affecting a growing group of consumers, especially those who are educated and who receive high incomes.

Keywords: time management, time budget, consumer.