Informacja prasowa

Warszawa, 19 września 2019 r.

**Polacy tracą czas. Na co marnujemy go najczęściej?**

**Choć żyjemy w biegu i wydaje się, że brakuje nam czasu na przyjemności, okazuje się, że tracimy go z własnej winy. Najnowsze wyniki badań wskazują, że największe straty powoduje stanie w korkach. Przyczyną jest także brak umiejętności gospodarowania czasem i jasno określonych priorytetów. Gdzie jeszcze czas ucieka nam najczęściej? Marka Lorus w badaniu „Czas ma znaczenie. Opinie i zwyczaje Polaków związane z czasem”, podjęła próbę ustalenia, jak dysponujemy swoim czasem oraz czy jesteśmy z tego zadowoleni.**

Co trzeci biorący udział w badaniu przyznał, że traci czas zazwyczaj przez **stanie w korkach**. Drugi najczęściej wskazywany powód marnowania czasu to **prokrastynacja** – notoryczne opóźnianie wykonywania swoich obowiązków, np. pracy czy nauki – przyznało się do tego 27 proc. badanych. Niewiele mniej, bo 26 proc. ankietowanych przyznaje z kolei, że utrata cennego czasu związana jest ze **złym zaplanowaniem swojego dnia**. Kolejne „pożeracze czasu” to: **zbyt późne wstawanie** i **spędzanie czasu w mediach społecznościowych**, **granie w gry komputerowe, na telefonie lub konsoli** oraz **oglądanie telewizji**. Choć jesteśmy świadomi naszych praktyk przejawiających się nieefektywnym gospodarowaniem czasem, wiemy, na co zamierzamy przeznaczyć go w lepszy sposób. Przyświecająca myśl pozwala nam walczyć z dotychczasowymi nawykami.

**Mężczyźni tracą czas w drodze, kobiety – w telefonach**

Kobietom częściej zdarza się **spędzać zbyt dużo czasu w mediach społecznościowych**. Ich domeną jest również **problem późnego wstawania** i **opóźnianie realizacji zadań**. Zdecydowanie gorzej z planowaniem radzą sobie mężczyźni.Obok stania w korku, **brak umiejętności odpowiedniego planowania** stanowi u panów główny problem, generujący poczucie utraty wolnego czasu. Mężczyźni w większym stopniu od kobiet odczuwają także **stratę czasu w związku z podróżami do i z pracy** oraz **rozmowami przez komunikatory**.

- Problemem widocznym wśród Polaków, który zauważyliśmy podczas analizy wyników badań jest **brak umiejętności dysponowania wolnym czasem**. Nie umiemy określić priorytetów, ale także **ulegamy wielu rozpraszaczom**, zwłaszcza dostępnym w Internecie. Ważne jest, aby stawiać sobie cele i skutecznie je realizować. Mowa nie tylko o największych życiowych planach, ale tych najdrobniejszych aspektach życia codziennego. Zweryfikowanie źródła największego marnotrawstwa czasu pozwala nam uzmysłowić sobie, z czym tak naprawdę walczymy. Wbrew pozorom, często największym problemem jest samo znalezienie przyczyny, proces eliminacji potrafi być o wiele prostszy. Dla przykładu, jeżeli założymy, że dziennie spędzimy maksymalnie godzinę w mediach społecznościowych, może się okazać, że potrafimy znaleźć czas dla rodziny czy przyjaciół – **mówi Bartosz Pietrzak, ekspert marki Lorus.**

**Więcej czasu dla siebie i bliskich**

Polacy są świadomi straty czasu, jaką ponoszą na poszczególne działania. Jednocześnie doprecyzowują również, w jaki sposób woleliby go spędzać. Dla dużej części (2 na 5 osób) **spędzanie większej ilości czasu z rodziną i dziećmi to największy priorytet**, przy czym większą chęć wykazują kobiety – w porównaniu do mężczyzn różnica wynosi 16 punktów procentowych. W dalszej kolejności ważne są dla nas **podróże** (37 proc.), **relaks i chwile dla siebie** (35 proc.) oraz **hobby/zainteresowania** (29 proc.). Dalej wymieniamy również **spędzanie czasu z partnerem/partnerką**, **dbanie o zdrowie**, **czytanie książek** i **czas dla przyjaciół**. Najmniej osób więcej czasu chciałoby poświęcać na **naukę**, **pracę** i **zakupy**.

Co ciekawe, aż o 10 proc. więcej mężczyzn niż kobiet chciałoby poświęcać więcej czasu na swoje **zainteresowania**. W grupach wiekowych największa rozbieżność dotyczy sfery zdrowotnej – więcej ankietowanych w wieku 40-60 lat chciałoby poświęcić czas **swojemu zdrowiu** niż 18-39-latków. Różnica wynosi 12 punktów procentowych.

**O marce Lorus:**

LORUS to marka stworzona w roku 1982 przez japoński koncern SEIKO, któremu przyświeca idea tworzenia zegarków dla osób pozytywnie nastawionych do życia i potrafiących cieszyć się nim każdego dnia. Na polski rynek trafiła w roku 2007, od tej pory cieszy się dużym zainteresowaniem. Każda kolekcja LORUS łączy trzy cechy. Po pierwsze – szeroki wachlarz zegarków dla niej i dla niego zarówno w eleganckich, casualowych, jak i sportowych tonacjach, po drugie – atrakcyjna półka cenowa, a po trzecie –jakość potwierdzona przez SEIKO.