

Tijd is geld

Binnenvaartschippers die tegen het tij in het Schelde-Rijnkanaal moeten doorvaren lijden een gevoelig verlies. Dit wordt niet alleen veroorzaakt door de extra benodigde brandstof, maar vooral door de extra tijd die het kost om Antwerpen te bereiken. En tijd is geld. Dat staat voor producenten buiten kijf. Geldt het echter ook niet voor de consument?

In de traditionele theorie van het consumentengedrag wordt aan de factor tijd niet veel aandacht besteed. De consument wordt geacht gegeven zijn inkomen en de prijzen van goederen en diensten zijn nut te maximaliseren. Sinds enige tijd wordt echter geprobeerd deze theoretische benadering te verruimen met het tijdselement. Volgens deze gedachtengang zal de homo economicus, omdat een etmaal nu eenmaal maar 24 uur telt, de tijd die hij aan elke bezigheid besteedt afwegen tegen mogelijke alternatieven, ten einde een maximaal nut te realiseren. Een van de eersten die hierover denkbeelden ontvouwde was G.S. Becker. Zijn artikel „A theory of the allocation of time” deed destijds veel stof opwaaien, en wordt ook nu nog veel geciteerd¹). Becker vestigt nadrukkelijk de aandacht op de beperkte tijd waarover de consument beschikking heeft. Hij beschrijft de consument als een producent met tijd en goederen als 'inputs'. Verder gaat hij ervan uit dat tijd en geld substitueerbaar zijn. De kosten van consumptieve bezigheden worden zodoende bepaald door het (gederfde) uurloon, de benodigde tijd per activiteit en de prijs van de consumptie. De consument staat dus voor de keus vrije tijd, inkomen en het (on)genoegen van betaalde arbeid tegen elkaar af te wegen.

De consumptie zelf kan in deze zienswijze worden onderscheiden in produktieve en niet-produktieve bezigheden. Met het laatste wordt de consumptie bedoeld die noodzakelijk is voor het verrichten van arbeid (een bepaalde hoeveelheid slaap en voedsel) of de activiteiten waarmee het toekomstig inkomen verhoogd zou kunnen worden (bij voorbeeld het volgen van een cursus). De rationele consument zal zich verder goed rekenschap geven van de mogelijkheden tot tijdsbesparende consumptie (eten in een restaurant, hulp in de huishouding). Op korte termijn lijken de keuzeproblemen iets eenvoudiger te liggen dan op lange termijn, omdat in het eerste geval de arbeidstijd veelal gegeven is. De nutsmaximaliserende consument zal evenwel een ruime tijdshorizon moeten hebben, wil hij zijn behoeften in de tijd optimaal kunnen bevredigen. Volgens deze optiek hoeft bij voorbeeld een stijging van het uurloon niet, zoals vaak verondersteld wordt, te leiden tot een voorkeur voor meer arbeid. Naast het substitutie-effect – consumptiegoederen worden relatief goedkoper, waardoor de vraag naar goederen of wel de behoefte aan inkomen stijgt – kan zich ook een tegengesteld inkomenseffect voordoen – met minder arbeidsinspanning kan de consument zich hetzelfde consumptiepakket veroorloven. Evenzo laat de consument zich bij voorbeeld bij de keuze tussen de trein en het vliegtuig niet alleen leiden door de prijs van het ticket, maar ook door de benodigde reistijd. Een zelfde afweging tussen tijd en prijs zal hij maken bij de aanschaf van duurzame consumptiegoederen.

Bij zijn streven naar nutsmaximalisatie houdt de consument volgens deze economische benadering rekening met zijn voorkeur voor vrije tijd en met het tijdsbeslag dat de diverse consumptieve bezigheden innemen. Een interessante vraag die hierbij opkomt is of er in de moderne welvaartsstaat meer of minder vrije tijd voor de consument ontstaat. Een aantal wetenschappers heeft daar zeer optimistische voorspellingen over gedaan. Zij voorzagen een 'rijk van vrijheid', waarin, onder meer vanwege sterke produktiviteitsstijgingen, de noodzaak het verrichten van arbeid tot een minimum gedaald zou zijn²). De bekende 'vrije-tijdseconomen' Linder en Scitovsky zijn daarentegen juist uitermate pessimistisch³). Zij menen dat er in de huidige consumptiemaatschappij steeds minder tijd overschiet voor culturele en politieke activiteiten, voor contem-

platie en 'lekker luieren'. Zij wijzen erop dat tegenover een sterke stijging van de consumptieve uitgaven slechts een geringe toename van de, voor deze consumptie benodigde, vrije tijd staat. Daarbij zou het aspiratieniveau door onder meer de reclame steeds hoger worden opgeschroefd. Een andere oorzaak die in dit verband genoemd wordt is de relatieve prijsstijging van arbeidsintensieve diensten. Dit is het gevolg van bij de industrie achterblijvende produktiviteitsstijgingen en een hoge belasting- en premiedruk. De consument is hierdoor genoodzaakt zelf allerlei karweitjes op te knappen, waar hij voorheen de vakman voor liet komen. Verder wordt in deze pessimistische zienswijze gewezen op het toegenomen tijdsbeslag dat het reizen inneemt, vanwege de in de moderne samenleving gemiddeld grote afstanden tussen wonen en werken en tussen wonen en recreatie. Al met al ontstaat er een 'vreugdeloze' maatschappij van materiële geneugten najagende, noest klussende consumenten. De 'ware' vrije tijd komt steeds meer in de verdrukking.

Het empirisch toetsen van deze sombere denkbeelden is nogal problematisch omdat er pas sinds kort systematisch tijdsbestedingsonderzoek wordt verricht en omdat de keuze van de criteria nogal subjectief is (wie bepaalt wat 'ware' vrije tijd is?). Niettemin kunnen we met behulp van cijfermateriaal van het Sociaal en Cultureel Planbureau enkele conclusies trekken over de tijdsbesteding aan bepaalde culturele en aan doe-het-zelf-activiteiten⁴). Uit het *Sociaal en Cultureel Rapport 1974* blijkt het bezoeksindexcijfer van 10 culturele activiteiten (toneel, concert, opera, dans, musical, cabaret, revue, musea, bioscoop en bibliotheek), als dit in 1962 op 100 wordt gesteld, in 1971 tot 71 teruggelopen te zijn. Helaas wordt er in latere rapporten geen melding meer gemaakt van dit indexcijfer. Wel kan geconstateerd worden dat het teruglopende bezoek aan gesubsidieerde concerten en toneelvoorstellingen en films – dat wellicht representatief is voor soortgelijke culturele voorzieningen – zich in de jaren zeventig en tachtig heeft doorgezet. Het museumbezoek neemt overigens in de beschreven periode (1962 – 1985) fors toe.

Over de tijdsbesteding aan doe-het-zelf-activiteiten in de jaren zestig zijn weinig cijfers voorhanden. Vanaf 1975 is echter een gestage toename waargenomen. Verder kan opgemerkt worden dat de hypothese dat in de loop der tijd deze activiteiten toenemen, op basis van veranderingen in de consumptieve uitgaven uitgebreid getoetst en bevestigd is⁵).

Er zijn dus enkele aanwijzingen die de pessimistische zienswijze lijken te bevestigen. De ogenschijnlijke toename van de hoeveelheid vrije tijd is voor een deel slechts schijn. Voor een afdoende empirische toetsing zou echter veel uitgebreider en diepgaander onderzoek nodig zijn. Hoe het ook zij, met de toevoeging van de tijdsrestrictie heeft de consumententheorie aan zeggingskracht gewonnen. Zelfs in uw vrije tijd geldt: tijd is geld.

J.H. Hoogteijling

1) G.S. Becker, A theory of the allocation of time, *The economic journal*, jg. 75, nr. 299, 1965, blz. 493-517.

2) Zie b.v. J. Fourastié, *Les 40.000 heures: inventaire de l'avenir*, Laffont, Parijs, 1965; D. Riesman, *The lonely crowd*, 1948 en *Abundance for what?*, Doubleday en Co., New York, 1964.

3) S.B. Linder, *The hurried leisure class*, New York/Londen, 1970; T. Scitovsky, *The joyless economy*, Oxford University Press, New York/Londen/Toronto, 1976.

4) Sociaal en Cultureel Planbureau, *Sociaal en Cultureel Rapport 1974 t/m 1986*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage.

5) J.I. Gershuny, *Social innovation and the division of labour*, Oxford University Press, Oxford, 1983.