

**Vadovų laikas – vertingas, bet dažniausiai švaistomas resursas: ekspertai įvardija, kodėl jūsų tikslai lieka tik popieriuje**

**„Neturiu laiko“ – viena dažniausiai vadovų tariamų frazių, tačiau ar iš tiesų problema yra laiko stoka? Ekspertų teigimu, vadovai dažniau pritrūksta ne valandų, o praranda kontrolę. Reaktyvus darbo stilius, nesugebėjimas deleguoti užduočių, netinkamai susidėlioti prioritetai – visa tai lemia, kad net aukščiausio lygio vadovai tampa laiko įkaitais. Ar tikrai paroje reikia daugiau valandų? Apie tai, kaip marketingo vadovams ir verslo lyderiams efektyviau planuoti laiką buvo kalbama konferencijos LiMA CMO SUMMIT’25 metu.**

Nors laiko planavimas gali atrodyti savaime suprantamas, realybėje daugelis vadovų vis dar gyvena nuolatinio „gaisro gesinimo“ režimu. Kalendoriai pilni susitikimų, užduotys veja viena kitą, o svarbiausi darbai, tokie kaip strateginiai sprendimai, komandos ugdymas ar asmeninis tobulėjimas, lieka nustumti į antrą planą. Specialistai įvardija, kad toks chaosas – ne išimtis, o sisteminis reiškinys, todėl šiandienos vadovui svarbu ne tik išmokti techninių planavimo įgūdžių, bet ir permąstyti santykį su laiku.

**Trūksta ne laiko, o tinkamų įpročių**

Pasak „Southwestern Consulting“ pardavimų ir lyderystės trenerio Dovydo Zaliecko, vadovai dažnai skundžiasi laiko trūkumu, tačiau didžiausia problema ne valandose, o požiūryje. Reaktyvus planavimas ir neaiškūs tikslai kalendorių paverčia ne darbo įrankiu, o minų lauku.

„Laiko trūkumo jausmas reiškia, kad jūs prarandate savo dienos kontrolę. Jei laiko neplanuojate jūs, tai už jus daro aplinkiniai, o aplinkos suplanuota dienotvarkė veda prie chaoso ir neįgyvendintų tikslų“, – sako D. Zalieckas.

Jam pritaria ir „Southwestern Consulting“ pardavimų ir lyderystės trenerė Ramunė Petrulytė, pridurdama, kad vienas didžiausių iššūkių, su kuriuo susiduria vadovai – jie neplanuoja savo laiko arba tam neskiria didelio dėmesio.

„Laiko valdymo iššūkiai dažnai kyla ne dėl kompetencijos stokos, o dėl senų įpročių, kuriuos atsinešame į naujas pareigas. Jei dar būdamas specialistas nemokėjai planuoti laiko, tapus vadovu viskas savaime nepasikeis. Be to, gebėjimas efektyviai planuoti – tai ilgalaikis įprotis, kurį reikia nuosekliai ugdyti mėnesiais, ne savaitėmis. Be to, jeigu nėra aiškios krypties ir suformuluotų tikslų, planavimas tampa tik reakcija į aplinkybes, o ne sąmoningu pasirinkimu“, – tvirtina R. Petrulytė.

**„Gaisrų gesinimas“ griauna dienos planus**

„Southwestern Consulting“ pardavimų ir lyderystės trenerės Sonatos von Ballmoos teigimu, vadovų dienotvarkes dažnai sugriauna nenumatytos situacijos – taip prasideda vadinamasis „gaisrų gesinimas“.

„Visa tai lydi improvizavimas, reaktyvus atsakas į aplinkybes ir neretai persidirbimas. Taip pat dažnai vadovai pamiršta, kas iš tiesų yra pajamas generuojančios veiklos ir kur reikėtų daugiau dėmesio skirti, o kurias veiklas būtų galima deleguoti. Šių prioritetų nesusidėlioję vadovai praleidžia per daug laiko veikloms, kurias galėtų padaryti kiti žmonės arba toms, kurios „dega“, – tvirtina S. von Ballmoos.

Ji priduria, kad jei pastebite, jog didžiausi „gaisrai“ atsiranda savaitės gale, tokiu atveju planuojant savo savaitės darbotvarkę, rekomenduojama palikti laisvos vietos būtent nenumatytiems atvejams.

„Yra daugybė laiko planavimo technikų ir daugelis iš jų yra tikrai naudingos, tačiau laiko planavimas nėra tik techninis dalykas, todėl dažnai pradėję naujus metodus vadovai po kurio laiko grįžta prie senų įpročių. Dėl šios priežasties labai svarbu atsigręžti į save ir tęsti tai, ką patys nusprendėme pakeisti, o jei vieniems sunku tai padaryti – susirasti trenerį, draugą, kolegą, kuris padėtų laikyti atskaitomybę“, – akcentuoja S. von Ballmoos.

**Svarbu laikytis nuoseklumo**

Anot „Southwestern Consulting“ pardavimų ir lyderystės trenerės Ugnės Siaurusevičienės, vadovai neretai savo prioritetus susidėlioja netinkamai, pavyzdžiui, tampa perdėtai kontroliuojančiais ir taip stabdo komandos augimą ir savarankiškumą.

„Kai su vadovais darbo kalendorių paverčiame ne šiaip tvarkaraščiu, o sąmoningu įrankiu strategijai įgyvendinti, veiklos įgauna nuoseklumą ir pradeda kurti vertę. Pavyzdžiui, jei kiekvieno komandos nario augimo strategija yra įtraukta į vadovo planą, net kasdieniai susitikimai tampa kryptingi ir prasmingi“, – pasakoja U. Siaurusevičienė.

Kai prioritetai tampa migloti, vadovai įstringa vykdydami darbus, kurie nekuria ilgalaikės vertės. Pasak U. Siaurusevičienės, dažnai tai kyla ne iš tingėjimo ar nenoro, o iš neaiškios krypties ir per mažo refleksijos laiko.

„Kai viskas atrodo svarbu, tampa labai sunku atskirti, kas iš tikrųjų kuria vertę. Spaudimas iš visų pusių ir neaiškūs organizaciniai tikslai tiesiog nepalieka vietos sustoti, permąstyti ir suplanuoti kryptingai“, – teigia U. Siaurusevičienės.

**Apie Lietuvos marketingo asociaciją**

LiMA CMO SUMMIT - kasmetinė ir vienintelė Lietuvos marketingo asociacijos (LiMA) organizuojama konferencija marketingo vadovams ir lyderiams.

LiMA yra sukaupusi daugiau nei dvidešimties metų veiklos patirtį, vienijanti daugiau nei 1300 narių bendruomenę ir siekianti stiprinti marketingo profesiją šalyje.

**Daugiau informacijos**

Livija Kišūnaitė

+37069656667

[komunikacija@lima.lt](mailto:komunikacija@lima.lt)