

UTICAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA UPRAVLJANJE PROJEKTIMA**IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON PROJECT MANAGEMENT**

Anja Novaković, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

Oblast – INŽENJERSKI MENADŽMENT

Kratak sadržaj – *Master rad predstavlja teorijsku i praktičnu analizu uticaja i primene društvenih medija u upravljanju projektima na teritoriji Republike Srbije. Na osnovu pregleda literature i sprovede elektronske ankete na temu primene i uticaja društvenih medija na razvoj discipline upravljanja projektima, stečen je uvid u različite aspekte korišćenja društvenih medija u domenu upravljanja projektima, kao i prednosti i nedostatke primene.*

Ključne reči: *upravljanje projektima, faze životnog ciklusa upravljanja projektima, društveni mediji, društvene mreže*

Abstract – *This master's thesis presents a theoretical and practical analysis of the impact and application of social media in project management within the territory of the Republic of Serbia. Based on a literature review and an online survey on the use and impact of social media on the development of the project management discipline, insights were gained into various aspects of using social media in the domain of project management, as well as the advantages and disadvantages of their application.*

Keywords: *project management, phases of the project management lifecycle, social media, social networks*

1. UVOD

U današnjem digitalnom dobu, društveni mediji predstavljaju temeljnu promenu u načinu na koji se ljudi povezuju, komuniciraju i dele informacije. Njihova pojava nije samo transformisala način na koji se odvija svakodnevna interakcija, već je duboko uticala i na poslovne i organizacione prakse, uključujući i upravljanje projektima. Ovaj rad istražuje kompleksnu vezu između društvenih medija i upravljanja projektima. U istraživačkom delu su prikazani rezultati istraživanja primene društvenih medija u projektima, kao i zaključci o njihovom ukupnom uticaju na efikasnost upravljanja projektima.

2. UPRAVLJANJE PROJEKTIMA

Upravljanje projektima, odnosno projektni menadžment, predstavlja ključni element za uspešno vođenje i realizaciju projekata u modernim organizacijama. Kao disciplina koja obuhvata planiranje, organizaciju i kontrolu resursa za postizanje specifičnih ciljeva, proje-

ktni menadžment omogućava organizacijama da odgovore na dinamične poslovne izazove i prilike.

2.1. Šta je upravljanje projektima?

Upravljanje projektima je „primena znanja, veština, alata i tehnika na projektne aktivnosti kako bi se ispunili projektni zahtevi.“ Menadžeri projekta ne samo da moraju težiti ispunjavanju specifičnih zahteva za obimom, vremenom, troškovima i kvalitetom projekata, već moraju i omogućiti ceo proces kako bi se zadovoljile potrebe i očekivanja ljudi koji su uključeni u projektne aktivnosti ili na njih utiču [1].

2.2. Istorija upravljanja projektima

Razvoj upravljanja projektima kao discipline vezuje se za početak 20. veka, kada su Frederik Tejlor i Henri Gant počeli detaljnije da razvijaju ovu oblast sa naučnog i praktičnog aspekta. Gant se bavio planiranjem redosleda operacija tokom izvršavanja projekta i tvorac je Gantovog dijagrama (engl. Gantt Chart), koji i danas predstavlja osnovu većine adekvatno isplaniranih projekata [2]. Sredinom 50-ih godina 20. veka dolazi do intenzivnog razvoja oblasti upravljanje projektima u Sjedinjenim Američkim Državama sa ciljem implementacije državnih projekata. Počele su da se koriste i usvajaju određene metode kao što su metoda kritičnog puta (engl. Critical path method CPM), metoda mrežnog planiranja PERT (engl. Project Evaluation and Review Technique), metoda dijagrama prednosti (engl. Precedence Diagram Method) i dr., ali se do 90-ih godina nisu uspostavile formalizovane standardne metodologije. Sredinom 90-ih godina, usled dve recesije, organizacije su bile pod pritiskom da proizvedu visokokvalitetne proizvode u kratkom vremenskom periodu. Važnost da se izgradi dugoročno poverenje u odnosu sa kupcima počelo je da dobija primarnu važnost. Kupci i ostale interesne grupe počeli su da menjaju poslovanje u boljem pravcu i upravljanje projektima počelo je da dobija značajniju ulogu u tom kontekstu [3].

2.3. Metodologije upravljanja projektima

Sve veći pritisak da se isporuče kvalitetni proizvodi na dinamičnom globalnom tržištu koji se brzo menja primorao je profesionalce da razviju agilne metodologije. Iako se tradicionalne projektne metodologije smatraju izvorom formalnosti u upravljanju projektima i koriste se dugo vremena, a njihov uspeh u određenim industrijama ističu različiti naučnici, za kompleksne projekte, posebno informacione tehnologije (IT) i softverske projekte, tradicionalne metode mogu biti relativno neefikasne pošto

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bila doc. dr. Danijela Ćirić Lalić.

su zahtevi nematerijalni i promenljivi. Upotreba TPM-a u ovim tipovima projekata dovela je do nekoliko problema i neuspeha, zbog njegove rigidne prirode i usvajanja strogih linearnih procesa za planiranje, izvršenje i kontrolu. APM se pojavio kao veoma iterativan i inkrementalni proces u kome projektni timovi i zainteresovane strane aktivno saraduju kako bi razumeli domen, identifikovali šta treba da se izgradi i daju prioritet funkcionalnosti. Agile se sve više usvaja i koristi u projektima koje karakteriše neizvesnost i nepredvidljivost, više od 80% globalnih firmi i velikih projekata u javnom sektoru primenjuje APM [4].

3. DRUŠTVENI MEDIJI

Društveni mediji postali su neizostavan deo svakodnevnog života milijardi ljudi širom sveta, transformišući način na koji komuniciramo, delimo informacije i povezujemo se sa drugima. Ovaj fenomen ima ogroman uticaj na društvene, kulturne, političke i ekonomske aspekte savremenog društva. Ovo poglavlje istražuje definiciju i razvoj društvenih medija, različite vrste platformi koje danas koristimo, i kako su one oblikovale našu interakciju sa svetom.

3.1. Vrste društvenih medija

Pojam društveni mediji obuhvataju sve vrste onlajn tehnoloških alata koji omogućavaju ljudima lakšu komunikaciju i deljenje sadržaja putem Interneta. To su, na primer, časopisi, forumi, blogovi, mikroblogovi, wikiji, podcasti, fotografije, audio i video snimci i stranice za društveno označavanje. Društveni mediji predstavljaju novi svet neplaćenih medija internet kreiran od strane organizacija i pojedinaca. Različiti teoretičari ističu različite tipove društvenih medija, a jedna od osnovnih podela je sledeća: društvene mreže, društveni blogovi, mikroblogovi, platforme za deljenje medija, platforme za označavanje sadržaja, forum zajednice, platforme za kolaboraciju i komunikaciju i virtualni svetovi.

4. UTICAJ DRUŠTVENIH MEDIJA NA UPRAVLJANJE PROJEKTIMA

U današnjem digitalnom dobu, društveni mediji sve više postaju neizostavan deo strategija upravljanja projektima. Ovo poglavlje istražuje kako upotreba društvenih medija transformiše tradicionalne prakse projektnog menadžmenta, analizira ključne oblasti u projektnom menadžmentu u kojima se društveni mediji primenjuju, istražuje njihove prednosti i identifikuje potencijalne izazove. Razumevanje uticaja društvenih medija na ove aspekte omogućava sagledavanje kompletne slike njihove uloge u efikasnom vođenju i izvršavanju projekata.

4.1. Prednosti korišćenja društvenih medija u upravljanju projektima

Istraživanje Hysa i Spaleka pokazuje da društveni mediji unapređuju komunikaciju, saradnju, angažovanost, produktivnost i upravljanje informacijama u organizacijama. Lak pristup putem mobilnih uređaja i računara čini društvene medije efikasnim za deljenje informacija i komunikaciju. Direktne poruke

omogućavaju menadžerima da brzo uspostave pouzdane komunikacione mreže, dok brza razmena dokumenata i praćenje napretka projekta poboljšavaju efikasnost. Društveni mediji su korisni za poboljšanje saradnje u virtualnim timovima, smanjujući troškove putovanja i povećavajući angažovanost članova tima. Takođe olakšavaju upravljanje znanjem i eksternim interesnim grupama, omogućavajući bolju transparentnost i izgradnju pozitivnog imidža projekta [5,6].

4.2. Nedostaci korišćenja društvenih medija u upravljanju projektima

Pretnje korišćenja društvenih medija uključuju socijalne, tehničke i pravne rizike. Socijalne pretnje mogu uključivati negativnu reklamu i gubitak poverenja kupaca ako zaposleni javno ispoljavaju negativna ponašanja. Tehničke pretnje se odnose na opterećenje mrežne infrastrukture i rizik od malvera. Pravni rizici uključuju potencijalne posledice zbog nepropisnog rukovanja osetljivim informacijama i diskriminaciju tokom procesa zapošljavanja. Projekti mogu biti pogođeni gubitkom poverenja, tehničkim problemima, profesionalnim izgaranjem i pretnjama privatnosti podataka, posebno kod vlada koje koriste društvene medije trećih strana [6,7].

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTICAJA DRUŠTVENIH MEDIJA NA UPRAVLJANJE PROJEKTIMA

5.1. Cilj i metodologija istraživanja

Cilj ovog istraživanja je da se ispita uticaj društvenih medija na oblikovanje složene discipline upravljanja projektima.

Analiza i istraživanje uticaja društvenih medija na upravljanje projektima je odrađena putem upitnika pod nazivom „Korišćenje društvenih medija u upravljanju projektima“ koji je elektronski kreiran korišćenjem alata Google forms. Istraživanje je izvršeno u periodu od 24. juna do 05. jula 2024. godine. U istraživanju je učestvovalo 36 ispitanika (n=36), koji su odgovorili na 26 pitanja.

Za potrebe kreiranja upitnika, preuzeta su pitanja iz radova „Opportunities and threats presented by social media in project management“ od Hyse i Spaleka iz 2019. godine, kao i „The contribution of social media to project management“ od Kanagarajoa i saradnika iz iste godine, u kojima su prethodno validirane skale koje mere uticaj društvenih medija na upravljanje projektima. Od ukupno 26 pitanja, 7 je preuzeto od prethodno pomenutih autora, a 19 je autor master rada kreiraju u saradnji sa mentorom. U upitniku je 26 pitanja podeljeno u sedam sekcija, a pitanja su formulisana da budu jasna, koncizna i dovoljno opširna da bi bili od značaja za temu koja se obrađuje. U određenim pitanjima je korišćena Likertova skala za ocenjivanje, odnosno skala sa ocenama od 1 do 5. Prva sekcija, u kojoj se nalaze opšta pitanja na osnovu kojih su jasno dobijene informacije o profilu ispitanika u vidu pola, starosti, pozicije, lokacije i industrije u kojoj rade, kao i radnog staža. Zatim drugi segment koji je vezan konkretno za korišćenje društvenih medija kako bi se saznalo koji društveni mediji se koriste u oblasti

upravljanja projektima i koliko često. Treća sekcija se odnosi na primenljivost društvenih medija u domenima performansi iz PMBOK-a kojih ima 8. U četvrtom segmentu upitnika nalaze se pitanja vezana za uticaj društvenih medija na tim, odnosno na njegovu produktivnost, dinamiku i komunikaciju. Peta sekcija ima naziv „Integracija sa drugim alatima“ i sadrži pitanja vezana za integraciju društvenih medija sa softverskim alatima za upravljanje projektima. Šesta sekcija se odnosi na uticaj društvenih mreža na bezbednost i privatnost podataka. Dok je poslednji segment zaključan i sadrži pitanja vezana za prednosti i izazove prilikom korišćenja društvenih medija u upravljanju projektima, kao i potencijalnu preporuku od strane onih koji ih koriste.

Istraživačka populacija je odabrana namernim uzorkovanjem, uzimajući u obzir 36 ispitanika koji su učestvovali u projektima, odnosno upravljali projektnim timom ili bili deo istog. Pri odabiru populaciju, tipovi projekata na kojima su ispitanici radili nisu uticali na odabir ispitanika.

5.2. Rezultati istraživanja

U istraživanju je učestvovalo 66.7% žena i 33.3% muškaraca. Najveći deo ispitanika (47.2%) je star 25-34 godine. Većina je projektnim menadžerima (55.6%), dok su ostali uglavnom članovi tima (16.7%). Najveći deo ispitanika ima iskustvo od 1-3 godine (44.4%), dok su najiskusniji (11.1%) zaposleni više od 10 godina. Ispitanici dolaze iz 12 industrija, s najvećim procentom u IT-u (52.8%). Većina (91.6%) radi u firmama u Srbiji. LinkedIn (77.8%), Google Drive (63.9%) i Microsoft Teams (61.1%) su najčešće korišćene platforme među ispitanicima. Društveni mediji se retko koriste, dok su navedene platforme dominantne u komunikaciji i saradnji. Većina (38.9%) koristi društvene medije 1-2 sata dnevno. Ispitanici smatraju da je važno postaviti jasna pravila za korišćenje društvenih medija (77.8%) i sprovesti obuke za zaposlene (66.1%). Većina veruje da je uključivanje projektnih menadžera u korišćenje društvenih medija značajno (55.6%), a 41.7% smatra da je potrebno imenovati osobu za praćenje kršenja pravila. Uticaj društvenih medija na timski rad je većinom pozitivan, posebno u pogledu komunikacije, produktivnosti i timske kohezije. Negativni uticaji uključuju distrakcije i smanjenje produktivnosti. Ispitanici su podeljeni u mišljenju o uticaju društvenih medija na rešavanje konflikata i bezbednost informacija, ali 97.2% nije imalo problema sa bezbednošću. Integracija sa alatima kao što su JIRA i Trello ocenjena je pozitivno. Većina (77.8%) preporučuje korišćenje društvenih medija u projektima, dok 16.7% nije sigurno, a 2 ispitanika se protive toj preporuci.

5.3. Diskusija o dobijenim rezultatima

Rezultati ovog istraživanja pružaju vredne uvide u način korišćenja društvenih medija među profesionalcima u upravljanju projektima, naglašavajući njihove prednosti, izazove i uticaj na performanse projekata. Najčešće korišćeni društveni mediji u poslovne svrhe su LinkedIn, Google Drive i Microsoft Teams. Interesantno je da ispitanici ne prave jasnu razliku između društvenih medija i drugih platformi i softvera, što sugerise potrebu za

boljim definisanjem ovih pojmova u poslovnom kontekstu, kao i edukaciju zaposlenih o ovim pojmovima. Istraživanje je pokazalo da se društveni mediji najviše koriste za komunikaciju sa timom i klijentima, kolaboraciju i deljenje dokumenata, dok su manje zastupljeni u marketingu, praćenju napretka projekta i upravljanju znanjem. Što se tiče uticaja društvenih medija na performanse projekta, oni najviše utiču na timsku dinamiku, komunikaciju i saradnju. Međutim, mišljenja su podeljena oko njihovog uticaja na distrakciju i rešavanje konflikata, što sugerise da, iako društveni mediji mogu poboljšati komunikaciju, mogu takođe biti izvor ometanja. Neophodno uspostaviti jasna pravila i procedure za korišćenje društvenih medija u upravljanju projektima, kao i sprovesti obuke za zaposlene. Ovo naglašava potrebu za formalizacijom upotrebe društvenih medija kako bi se osigurala doslednost i efikasnost. Integracija društvenih medija sa softverskim alatima za upravljanje projektima je efikasna, i samim tim odličan način za rad u upravljanju projektima.

Korišćenje društvenih medija u upravljanju projektima donosi brojne prednosti koje mogu značajno unaprediti različite aspekte poslovanja. Jedna od najvažnijih prednosti je brža i efikasnija komunikacija. Društveni mediji omogućavaju trenutnu razmenu informacija među članovima tima, bez obzira na njihovu geografsku lokaciju. To smanjuje kašnjenja u komunikaciji i omogućava brže donošenje odluka. Alati poput Microsoft Teams-a i Slack-a omogućavaju kreiranje različitih kanala za specifične projekte ili teme, čime se komunikacija organizuje i postaje preglednija. Druga ključna prednost je bolje praćenje napretka projekta. Alati kao što su Trello i Jira, integrisane sa društvenim medijima, omogućavaju timovima da prate zadatke u realnom vremenu, identifikuju potencijalne prepreke i brzo reaguju na promene. Transparentnost u praćenju napretka omogućava članovima tima i stejkholderima da imaju uvid u status projekta u svakom trenutku, što poboljšava planiranje i koordinaciju. Korišćenje društvenih medija u poslovne svrhe može povećati transparentnost rada, jer svi članovi tima imaju pristup istim informacijama i mogu videti ko radi na kojim zadacima. Ovo može pomoći u smanjenju nesporazuma i sukoba, jer su ciljevi i očekivanja jasniji i dostupniji svima. Društveni mediji olakšavaju kolaboraciju i deljenje dokumenata, ideja i resursa. Mediji kao što su Google Drive i Dropbox omogućavaju članovima tima da istovremeno rade na istim dokumentima, što poboljšava efikasnost i kvalitet rada. Diskusioni forumi i grupe na platformama kao što je LinkedIn omogućavaju profesionalcima da razmenjuju znanje i najbolje prakse, što može doprineti unapređenju veština i inovativnosti.

Međutim, korišćenje društvenih medija u upravljanju projektima nosi i određene izazove. Jedan od glavnih izazova je nedostatak standardizovanih procedura. Bez jasno definisanih pravila i procedura, korišćenje društvenih medija može dovesti do konfuzije i neefikasnosti. Potrebno je uspostaviti smernice koje će definisati kako i kada koristiti određene platforme u poslovne svrhe. Uvođenje standardizovanih procedura može pomoći u osiguranju da se društveni mediji koriste na način koji je konzistentan i u skladu sa poslovnim

ciljevima. Društveni mediji mogu biti izvor ometanja, jer omogućavaju pristup različitim sadržajima koji nisu vezani za posao. Ovo može smanjiti produktivnost i povećati vreme potrebno za završetak zadataka. Postavljanje jasnih granica i pravila o upotrebi društvenih medija tokom radnog vremena može pomoći u minimiziranju ovih distrakcija. Preopterećenost informacijama je još jedan izazov. Korišćenje više platformi može dovesti do preopterećenja informacijama, gde je teško razlikovati važne od nevažnih poruka. Ovo može usporiti donošenje odluka i otežati fokus na prioritetne zadatke. Implementacija sistema za filtriranje i organizaciju informacija može pomoći u upravljanju ovim izazovom. Korišćenje društvenih medija može povećati rizik od neovlašćenog pristupa i curenja informacija, što može imati ozbiljne posledice po poslovanje. Primena bezbednosnih mera kao što su dvofaktorska autentifikacija, jake lozinke i ograničavanje pristupa određenim informacijama je neophodna za zaštitu podataka. Redovne obuke zaposlenih o bezbednosnim rizicima i načinima zaštite informacija su ključne za minimiziranje rizika.

6. ZAKLJUČAK

Projektni menadžment je disciplina koja se kontinuirano razvija kako bi se prilagodila potrebama savremenog poslovanja. Integracija novih tehnologija, poput društvenih medija, donela je značajne promene u načinu na koji se projekti planiraju, sprovode i prate. Društveni mediji, kao sredstva za komunikaciju i saradnju, postali su ključni alati za projektne menadžere u cilju efikasnijeg upravljanja timovima i resursima.

Ovo istraživanje, koje se bavilo uticajem društvenih medija na upravljanje projektima, jasno pokazuje da su društveni mediji postali neizostavan alat u savremenom poslovanju, naročito među mlađim generacijama profesionalaca u IT industriji. Analiza prikupljenih podataka otkrila je kako društveni mediji olakšavaju komunikaciju, unapređuju saradnju i povećavaju transparentnost, ali takođe i kako mogu dovesti do distrakcija i problema sa bezbednošću podataka.

Kroz literaturu i analizu rezultata, ustanovljeno je da društveni mediji imaju višestruke prednosti u upravljanju projektima. Brža i efikasnija komunikacija omogućava timovima da razmenjuju informacije u realnom vremenu, što smanjuje kašnjenja i poboljšava donošenje odluka. Bolje praćenje napretka projekta, omogućeno integracijom društvenih medija sa softverskim alatima, omogućava timovima i stejholderima da imaju konstantan uvid u status zadataka i brzo reaguju na promene. Povećana transparentnost, olakšana dostupnošću informacija svim članovima tima, smanjuje nesporazume i povećava koheziju tima. Takođe, bolja saradnja među članovima tima, omogućena alatima za kolaboraciju i deljenje dokumenata, unapređuje efikasnost i kvalitet rada.

Međutim, izazovi kao što su nedostatak standardizovanih procedura, distrakcije, preopterećenost informacijama i problemi sa bezbednošću podataka ne mogu se zanemariti. Bez jasno definisanih pravila i procedura, upotreba društvenih medija može dovesti do konfuzije i

neefikasnosti. Distrakcije koje društveni mediji donose mogu smanjiti produktivnost, dok preopterećenost informacijama može otežati fokus na prioritetne zadatke. Problemi sa bezbednošću podataka, uključujući rizik od neovlašćenog pristupa i curenja informacija, predstavljaju ozbiljan rizik koji zahteva pažljivo upravljanje.

Uprkos izazovima, prednosti korišćenja društvenih medija u upravljanju projektima značajno nadmašuju njihove nedostatke. Ključ za maksimizovanje koristi i minimiziranje rizika leži u pravilnoj implementaciji, jasno definisanim pravilima i procedurama, kao i kontinuiranim obukama zaposlenih. Organizacije koje uspeju da integrišu društvene medije na efikasan i bezbedan način mogu očekivati poboljšanu timsku dinamiku, povećanu produktivnost i veću transparentnost u radu na projektima. Potrebno je razviti još bolje prakse i standarde koji će pomoći organizacijama da iskoriste sve prednosti koje ovi alati pružaju. Društveni mediji nisu samo trend, već neophodan alat za uspešno poslovanje u modernom svetu.

4. LITERATURA

- [1] Schwalbe, K. (2015). „*An Introduction to Project Management, Fifth Edition*“. Minneapolis: Schwalbe Publishing.
- [2] Fajsi, A. (2022). „*Uticaj zrelosti u upravljanju projektima na ostvarivanje poslovne izvrsnosti organizacija*“. Doktorska disertacija, Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu.
- [3] Kerzner, H. (2022). „*Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling, 13th Edition*“. Wiley.
- [4] Salameh, H. (2014). „*What, When, Why, and How? A Comparison between Agile Project Management and Traditional Project Management Methods*“. International Journal of Business and Management Review, 2(5), 52-74.
- [5] Hysa, B., & Spalek, S. (2019). „*Opportunities and threats presented by social media in project management*“. Heliyon, 5(4).
- [6] Daemi, A., Chugh, R., & Kanagarajoo, M. V. (2020). „*Social media in project management: A systematic narrative literature review*“. International Journal of Information Systems and Project Management, 5-21, 8(4).
- [7] Di Gangi, P. M., Johnston, A. C., L, W. J., & Thompson, S. C. (2018). „*What could possibly go wrong? A multi-panel Delphi study of organizational social media risk*“. Information Systems Frontiers, 20(5).

Kratka biografija:



Anja Novaković rođena je u Novom Sadu 2000. god. Master rad na Fakultetu tehničkih nauka iz oblasti Inženjerskog menadžmeta – Uticaj društvenih medija na upravljanje projektima odbranila je 2024. god.
kontakt: anja.nov00@gmail.com