



ANALIZA PROJEKTA „SLACK“ KROZ ALATE STRATEŠKOG UPRAVLJANJA
ANALYSIS OF THE "SLACK" PROJECT THROUGH STRATEGIC MANAGEMENT
TOOLS

Nikolina Lukić, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

Oblast – INŽENJERSKI MENADŽMENT

Kratak sadržaj – Rad prezentuje analizu primene alata strateškog upravljanja u projektu Slack. Zaključeno je u kojoj meri se ovi alati koriste, na koji način i gde se najčešće odstupa od optimalne primene. Analiza uključuje procenu kroz modele kao što su UCP, Wheelwright & Clark, TALC model.

U okviru teorijskog dela su temeljno razmotreni ključni pojmovi i koncepti vezani za strateško upravljanje projektima, kao i pojmovi koji se odnose na analizu uspešnosti projekata. Detaljno objašnjavanje ovih pojmova služiće kao uvod u dublje istraživanje, omogućavajući jasniju percepciju faktora koji utiču na uspešnost projekata, kao i načina na koje se strategija može prilagoditi specifičnim projektnim zahtevima i ciljevima.

Istraživački deo jasno prikazuje podatke prikupljene za izvršenje analize koja se u nastavku i realizuje, ali je i sadržan detaljan prikaz situacije na svetskom i domaćem tržištu informaciono-komunikacionih tehnologija..

Ključne reči: Dimenzije uspeha, Uspeh projekta, Wheelwright & Clark model, TALC model, UCP model, Komunikacija u timu, Digitalna transformacija, Slack platforma, Produktivnost zaposlenih

Abstract – The master's thesis is based on the description of the analysis of the application of strategic management tools in the Slack project. It concludes the extent to which these tools are utilized, how they are applied, and where deviations from optimal use most commonly occur. The analysis includes an assessment through models such as the UCP, Wheelwright & Clark, and TALC models. The theoretical part examines key concepts and ideas related to strategic project management, as well as terms associated with project success analysis. A detailed explanation of these concepts will serve as an introduction to deeper research, enabling a clearer

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bio prof. dr Bojan Lalić

understanding of the factors influencing project success and how strategies can be adapted to meet specific project requirements and goals.

The research section presents the data collected for the analysis, which is subsequently carried out, while also providing a detailed overview of the situation in IT and communication technology markets.

Keywords: Dimensions of Success, Project Success, Wheelwright & Clark Model, TALC Model, UCP Model, Team Communication, Digital Transformation, Slack Platform, Employee Productivity

1. UVOD

S obzirom na dinamičnost industrije softverskih usluga, posebno u oblasti komunikacije i kolaboracije, kompanija mora biti spremna na promene i planirati dalji razvoj s jasnim okvirom za analizu uspešnosti projekata. U tom smislu, pronalazak odgovarajuće metode upravljanja projektima postaje ključan za ocenu uspeha, pri čemu se najčešće analiziraju pokazatelji poput poštovanja vremenskih rokova, budžetskih ograničenja i performansi projekta.

Uspeh projekta predstavlja jednu od najčešće diskutovanih tema u oblasti projektnog menadžmenta, ali je istovremeno i ona oko koje postoji najmanje usaglašenosti u pogledu definicije.

2. TEORIJSKI OKVIR

2.1 Strateško upravljanje projektima

Strateško upravljanje projektima obuhvata holistički pristup kroz faze kao što su postavljanje ciljeva, analiza, razvoj strategije, implementacija i praćenje strategije.

2.2 Definisane uspeha projekta

Uspeh projekta definiše se višedimenzionalnim okvirom koji uključuje efikasnost, uticaj na korisnika, poslovni uspeh i pripremu za buduće izazove, uz naglasak na dugoročne rezultate. Ključno je da menadžment pre realizacije projekta postavi jasne kriterijume merenja uspeha, kako bi se osiguralo usklađivanje sa korporativnom strategijom i motivisalo tim na postizanje očekivanih rezultata. Podrška menadžmenta tokom svih faza projekta igra ključnu ulogu u njegovom uspehu. [1] [2]

2.3 Pregled modela za merenje uspeha projekta

Neophodno je da se uzmu u obzir i kratkoročne i dugoročne koristi projekta, kako bi se procena njegovog uspeha zasnivala na sveobuhvatnoj analizi svih relevantnih dimenzija.

Identifikacija kriterijuma za merenje uspeha mora biti izvršena pre početka projekta, pre nego što se organizacioni resursi angažuju za njegovu realizaciju.

2.3.1 Dimenzije uspeha projekta

Dimenzije uspeha projekta predstavljaju ključne aspekte za merenje i procenu uspešnosti realizacije projekata, uključujući efikasnost, uticaj na korisnike, poslovne rezultate i trajnu održivost. Efikasnost se meri kroz ispunjenje budžeta i rokova, dok uticaj na korisnike obuhvata zadovoljstvo i korišćenje proizvoda ili usluge. Dugoročno, uspeh se procenjuje kroz doprinos poslovanju i ključne finansijske pokazatelje, kao što su profit i povrat investicije. Četvrta dimenzija se fokusira na pripremu organizacije za buduće prilike, razvijanje novih veština i tehnologija koje omogućavaju rast i prilagođavanje promenama u industriji. Ovaj sveobuhvatan pristup omogućava organizacijama da procene ne samo trenutne, već i buduće koristi projekata. [1]

2.3.2 UCP model

UCP model se koristi za procenu i upravljanje rizikom projekata, fokusirajući se na tri dimenzije: tehnološku neizvesnost, kompleksnost sistema i tempo realizacije. Tehnološka neizvesnost se klasifikuje od niske do veoma visoke, zavisno od novosti tehnologija i iskustva organizacije. Kompleksnost sistema analizira se kroz različite nivoe organizacije i interakcije između komponenti, dok se tempo realizacije delimično određuje hitnošću isporuke, sa kategorijama normalnog, brzog konkurentnog i kritičnog tempa. Razumevanje ovih dimenzija je ključno za pravilno upravljanje projektima, jer pomaže u definisanju prioriteta i raspodeli resursa. [2]

2.3.3 Wheelwright & Clark model

Wheelwright & Clark model fokusira se na sintezu projektnog portfolija kao ključnog koraka za optimalno korišćenje resursa i razvoj organizacionih sposobnosti. Prvi korak uključuje identifikaciju projekata prema vrsti—eksternim i internim, postojećim i novim—uz procenu potrebnih resursa i veština. Klasifikacija promena proizvoda i procesa pomaže u razumevanju različitih vrsta inovacija, od manjih modifikacija do potpunih novih proizvoda i procesa. U okviru upravljanja projektima, preporučuje se da većina portfolija čine derivatni projekti, dok bi istraživačko-razvojni projekti trebali biti ograničeni i prilagođeni potrebama organizacije. Redovno preispitivanje kombinacije projekata omogućava fleksibilnost i prilagodljivost u dinamičnom tržištu.

2.3.4. TALC model

Model životnog ciklusa usvajanja tehnologije (TALC) opisuje kako različite grupe korisnika usvajaju nove tehnologije tokom vremena, deljene u pet kategorija: inovatori, rani usvajači, rana većina, kasna većina i zaostali. Inovatori i rani usvajači igraju ključnu ulogu u širenju prihvatanja novih tehnologija, dok rana i kasna većina traže dokaze o efikasnosti pre nego što se odluče za usvajanje. Zaostali korisnici usvajaju tehnologije tek kada

postanu standardizovane. TALC model koristi S-krivulju za grafički prikaz stopa usvajanja, a preporučuje se primena različitih projektnih strategija prilagođenih specifičnim korisničkim segmentima kako bi se osigurala uspešna primena inovacija. Ovaj model je najčešće korišćen u razvijenim tržištima, ali se može prilagoditi i tržištima u razvoju.

3. ISTRAŽIVAČKI DEO

3.1 Studija slučaja

3.1.1 Osnovne informacije o Slack projektu

Slack je prvobitno razvijen 2011. godine kao alat za timsku komunikaciju i saradnju za programere video igara, a brzo je stekao popularnost, privukavši 8.000 kompanija u prva 23 sata od lansiranja 2014. godine. Kompanija je postala najbrža u istoriji koja je dostigla vrednost od milijardu dolara, prikupljajući značajna ulaganja i integrišući funkcije poput deljenja ekrana i video poziva.

Slack je postao poznat po svojim brojnim integracijama s drugim uslugama, uključujući Google Drive i GitHub, i upotrebom botova, što je doprinelo njegovom rastu kao glavnog provajdera korporativne komunikacije. U 2021. godini, Salesforce je kupio Slack za 27,7 milijardi dolara, prepoznajući njegov potencijal za integraciju u svoje poslovanje.

Iako je alat snažan, njegov uspeh zavisi od načina na koji ga korisnici koriste; mnogi timovi ga smatraju rešenjem za prethodne greške u komunikaciji i produktivnosti. Ključni izazov ostaje kako usmeriti korisnike ka optimalnom korišćenju Slack-a da bi se postigla maksimalna produktivnost. [3]

3.1.1.1 Komunikacija i uticaj Slacka

U nedostatku komunikacije licem u lice, pravilna upotreba komunikacionih alata, kao što je Slack, može značajno poboljšati koordinaciju i komunikaciju među članovima distribuiranih timova. Slack je lansiran 2014. godine i danas ima više od osam miliona aktivnih korisnika dnevno, uključujući tri miliona plaćenih. Platforma je transformisala tradicionalno slanje poruka u sofisticirani alat za radno okruženje, a njena vrednost se procenjuje na 5,1 milijardu dolara. Slack omogućava slanje direktnih poruka, koristi se na različitim operativnim sistemima i nudi prilagodljive notifikacije. Funkcija timova omogućava grupama da komuniciraju unutar odvojenih radnih prostora, dok kanali služe kao chat sobe za grupne razgovore, bilo javne ili privatne. Korisnici mogu slati direktne poruke do osam drugih korisnika i obavljati pozive u grupi do 15 članova u plaćenju verziji. [4]

3.1.1.2 Uloga Slacka u efikasnoj komunikaciji

Slack nudi brojne prednosti u komunikaciji i organizaciji timskog rada, uključujući mogućnost pretrage i arhiviranja razgovora, što olakšava novim članovima tima da se uključe. Fleksibilnost platforme omogućava kreiranje kanala s različitim nivoima privatnosti i integraciju fajlova, što smanjuje potrebu za e-poštom. Slack takođe poboljšava saradnju putem neformalnih razgovora i angažovanja članova tima, kao što se pokazalo tokom virtuelnih događaja tokom pandemije COVID-19. Integracije s alatima poput Zoom-a, Asana i Trello omogućavaju centralizovanu komunikaciju i efikasno upravljanje

zadacima, doprinoseći povećanju produktivnosti i efikasnosti timova.

3.1.2 Uvod u problematiku studije slučaja

Ova studija slučaja analizira uspeh Slack-a kao inovativne platforme za poslovnu komunikaciju, fokusirajući se na ključne faktore koji su doprineli njegovom rastu i popularnosti. Korišćenjem različitih alata strateškog upravljanja, poput dimenzija uspeha projekta, UCP modela, Wheelwright & Clark modela i TALC modela, istražuju se izazovi s kojima se Slack suočava i kako se može evaluirati kroz različite modele. Cilj studije je da pruži sveobuhvatan uvid u uspeh Slack-a kao poslovnog projekta i identifikuje ključne faktore uspeha.

3.1.3 Generalni kritički osvrt na studiju slučaja

Kritički osvrt na studiju slučaja Slack-a ukazuje na značajne aspekte uspeha ove platforme, ali i na ograničenja koja prate njenu analizu. Ekonomija, društvene promene i tehnološki napredak igraju ključnu ulogu u oblikovanju digitalnih platformi kao što je Slack, a njihovo izostavljanje može dovesti do nepotpunog razumevanja izazova sa kojima se platforma suočava. Takođe, dok se fokus na inovacije i korisničko zadovoljstvo pokazuje kao pozitivna strategija, potrebno je razmotriti i potencijalne rizike i prepreke koje se mogu javiti u dinamičnom poslovnom okruženju. Na kraju, studija pruža dragocene uvide, ali je neophodno proširiti analizu kako bi se dobila celovita slika o uspehu Slack-a.

3.2 Analiza uspeha Slack projekta kroz različite modele

3.2.1 Analiza projektnog scenarija prema dimenzijama uspeha

Analiza projektnog scenarija Slack-a prema dimenzijama uspeha može se posmatrati kroz nekoliko ključnih aspekata:

- Efikasnost

Slack je postao ključni alat za saradnju, pružajući integraciju sa preko 2500 aplikacija i značajno unapređujući efikasnost i organizaciju unutar timova. Sa budžetskom efikasnošću, platforma je brzo privukla 42 miliona dolara investicija, dostigavši vrednost od 1 milijarde dolara samo 8 meseci nakon pokretanja.

- Uticaj na korisnika

Korisnici prijavljuju 87% poboljšanje u komunikaciji, a u kompanijama sa Salesforce integracijom produktivnost je porasla za 26%. Slack se koristi u više od 85.000 organizacija, uključujući 65% kompanija sa liste Fortune 100, a ima stopu zadržavanja korisnika od 98%. U prvoj godini, platforma je privukla 120 miliona dolara, postavši najbrža kompanija koja je dostigla procenu od milijardu dolara. Korisnička podrška je takođe ključna, sa više od 10.000 odgovora mesečno. [5]

- Uticaj na poslovne rezultata

U prvoj deceniji postojanja, platforma je postala izbor za više od 12 miliona korisnika i 50.000 timova, uključujući desetine najprofitabilnijih kompanija širom sveta. U prvom kvartalu fiskalne 2022. godine, Slack je ostvario ukupni prihod od 273,4 miliona dolara, sa 169.000 klijenata. Platforma nudi besplatnu osnovnu verziju, dok naprednije funkcionalnosti dolaze uz plaćene pakete. Istraživanja

pokazuju da Slack pozitivno utiče na različite sektore, uključujući prodaju i ljudske resurse, čime se dodatno potvrđuje njegova poslovna vrednost. [5] [6]

- Uticaj na budućnost

Slack je postavio standard za komunikaciju među timovima, omogućavajući bolju organizaciju i efikasnije upravljanje informacijama kroz kanale. Njegov uspeh inspirisao je druge kompanije, poput Microsoft Teams-a i Google-a, da razviju slične alate. Slack se ističe brojnim integracijama s drugim aplikacijama, ali se suočava s izazovima u širenju funkcionalnosti izvan osnovnog čatovanja. Da bi ostao relevantan, Slack mora nastaviti da inovira i širi svoj ekosistem.

3.2.2 Analiza projektnog scenarija prema UCP Modelu

U analizi projekta Slack putem UCP modela razmatraju se sledeći elementi:

- Tehnološka neizvesnost

Tehnološka neizvesnost Slack-a je visoka jer je Slack predstavljao novu tehnologiju na tržištu komunikacionih alata. Iako su chat aplikacije postojale, Slack je doneo inovacije koje nisu bile prisutne u sličnim alatima. Prva značajna verzija lansirana je u avgustu 2013. godine, a Slack je brzo privukao 8.000 korisnika prvog dana i 15.000 korisnika u roku od nedelju dana.

- Složenost sistema

Slack je složen sistem koji uključuje module za razmenu poruka, deljenje fajlova i integraciju sa eksternim aplikacijama. S više od 3.400 zaposlenih, Slack je mnogo složeniji od tipičnih chat aplikacija. Integracije sa preko 2.500 aplikacija omogućavaju timovima da efikasnije rade unutar jedne platforme. [7]

- Tempo

Tempo razvoja Slack-a prolazi kroz dve faze: "projektnu" i "COVID fazu." U projektnoj fazi, Slack je postavio temelje za uspeh, ali je tempo usporen pojavom konkurencije. Tokom COVID faze, tempo je ubrzan zbog povećane potrebe za podrškom i sigurnošću, što je Slack-u omogućilo da ojača svoju poziciju na tržištu.

Ova analiza osvetljava kako su faktori poput konkurencije i globalnih kriza oblikovali rast i prilagodljivost Slack-a u dinamičnom poslovnom okruženju.

3.2.3 Analiza projektnog scenarija prema Wheelwright & Clark Modelu

Na osnovu sveobuhvatne analize dostupnih podataka, Slack aplikacija se može svrstati u kategoriju projekata platforme, koje omogućavaju fleksibilnost kroz integraciju različitih funkcionalnosti i alata. Kao platforma za poslovnu komunikaciju, Slack kombinuje tradicionalne funkcije chat aplikacija sa naprednim opcijama za saradnju, omogućavajući korisnicima da optimizuju radne procese. Fokusiran na korisnike, Slack se razvija prilagođavanjem njihovim potrebama, čime osigurava relevantnost i konkurentnost. Integracija sa alatima kao što su programiranje i baze podataka olakšava rad timovima koji koriste različite tehnologije. Slack je postao sinonim za efikasnu poslovnu komunikaciju i timsku saradnju, zadržavajući lidersku poziciju na tržištu.

3.2.4 Analiza projektnog scenarija prema TALC modelu

Promocija Slack-a se oslanja na ciljano pridobijanje korisnika kroz različite faze usvajanja tehnologije. Inovatori i rani usvojioči, posebno u IT sektoru, bili su ključni za početno širenje aplikacije putem preporuka i testiranja u realnim radnim uslovima. Slack je koristio freemium model, omogućavajući širokom broju korisnika da isprobaju osnovne funkcionalnosti, dok su napredne bile dostupne kroz plaćene verzije. Pridobijanje rane većine, koja zahteva dokaze o efikasnosti, bilo je ključno za masovnije usvajanje, posebno u velikim korporacijama. Zaostali korisnici su pokazali otpor prema promenama, zahtevajući dodatnu edukaciju i podršku kako bi prihvatili Slack kao novi alat za komunikaciju.

7. ZAKLJUČAK

Zaključak na osnovu analiza primene različitih modela u projektu Slack pokazuje sveobuhvatan uspeh projekta u nekoliko ključnih aspekata. Prema UCP modelu, Slack je uspešno balansirao visoku tehnološku neizvesnost, kompleksnost i brz tempo razvoja, što je omogućilo brzu adaptaciju korisnika i skalabilnost. Projekat je lansiran u ključnom trenutku za industriju, kada su organizacije sve više prelazile na digitalne platforme za timsku komunikaciju, što je olakšalo prihvatanje Slack-a.

Kroz Wheelwright & Clark model, Slack se može posmatrati kao platforma projekat, jer je postavio temelje za dalji razvoj aplikacija i integracija, koje su omogućile korisnicima prilagođavanje i proširivanje mogućnosti platforme. Ova fleksibilnost doprinela je održavanju konkurentске prednosti Slack-a, uprkos snažnoj konkurenciji kao što je Microsoft Teams.

TALC model naglašava važnost faza u usvajanju tehnologije, pri čemu je Slack uspešno privukao inovatore i rane usvojioce, posebno iz IT sektora, čime je osigurao stabilan rast korisničke baze. Kasniji prelazak na masovno usvajanje omogućio je Slack-u da postane dominantna platforma za poslovnu komunikaciju.

Kombinacijom ovih modela dolazi se do zaključka da su ključni faktori uspeha Slack-a bile sposobnost brzog odgovora na potrebe korisnika, prilagodljivost kroz integracije i pravovremeno lansiranje na tržište. Ove karakteristike omogućile su Slack-u da izgradi dugoročnu konkurentsku prednost i ostane relevantan u industriji digitalne komunikacije.

8. LITERATURA

[1] Shenhar, A. J., Levy, O., and Dvir, D. "Mapping the dimensions of project success." *Project Management Journal*, vol. 28, no. 2, 1997, pp. 5-13

[2] Poli, M., Lalić, B., and Ćirić, D. Materijali i video snimci sa predavanja i vežbi iz predmeta Strateško upravljanje projektima. Fakultet tehničkih nauka, n.d.

[3] Slack. "About Slack." n.d. [Online]. Dostupno na: <https://slack.com/intl/en-gb/about>. [Pristupano: Oct. 1, 2024].

[4] Levine, D. "The Slack origin story." *TechCrunch*, 2019. [Online]. Dostupno na:

<https://techcrunch.com/2019/05/30/the-slack-origin-story/>. [Pristupano: Sept. 13, 2024]

[5] Brainstation. "A brief history of Slack." 2022. [Online]. Dostupno na: <https://brainstation.io/magazine/a-brief-history-of-slack>. [Pristupano: Jan. 5, 2022].k

[6] Nira. "Slack history." n.d. [Online]. Dostupno na: <https://nira.com/slack-history/>. [Pristupano: Sept. 13, 2024].

[7] Bulao, J. "21 impressive Slack statistics you must know about in 2021." 2022. [Online]. Dostupno na: <https://techjury.net/blog/slack-statistics/#gref>. [Pristupano: Jan. 15, 2022].

Kratka biografija:



Nikolina Lukić rođena je 24. oktobra 1996. u Novom Sadu. Master studije na Fakultetu tehničkih nauka iz oblasti Inženjerskog menadžmenta (Projektni menadžment) odbranila je 2024. godine.