

Утицај друштвених медија на управљање пројектима: компаративна анализа SPM² и Erasmus пројеката

The Impact of Social Media on Project Management: A Comparative Analysis of SPM² and Erasmus Projects

Доротеја Худак, Факултет техничких наука, Нови Сад

Област – ИНДУСТРИЈСКО ИНЖЕЊЕРСТВО И ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ

Кратак садржај – Тема рада је утицај друштвених медија на управљање пројектима, где се кроз компаративну анализу SPM² и Erasmus пројеката посматра на који начин друштвени медији утичу на управљање пројектом и да ли то позитивно или негативно утиче на саме резултате. На основу добијених резултата дошло се до закључка да су друштвени медији изузетно снажан, али и неопходан савезник у раду на пројектима и њиховом представљању.

Кључне речи: Друштвени медији, SPM², Erasmus projekat

Abstract – The topic of this thesis is the impact of social media on project management, examined through a comparative analysis of SPM² and Erasmus projects. The research explores how social media influence project management processes and whether this influence has a positive or negative effect on project outcomes. Based on the obtained results, it was concluded that social media represent a highly powerful and essential ally in managing projects and presenting their results.

Keywords: Social Media, SPM², Erasmus Project

НАПОМЕНА:

Овај рад проистекао је из мастер рада чији ментор је била др Данијела Ћирић Лалић, ред. проф.

1. УВОД

Развој дигиталних технологија значајно је трансформисао комуникационе праксе у организацијама, па је самим тим утицао и на савремени пројектни менаџмент. Уместо искључивог ослањања на формалне и хијерархијске канале размене информација, данас се све више инсистира на отвореној комуникацији, брзој размени идеја и активној интеракцији учесника. Друштвени медији постали су важан део тих промена јер омогућавају да пројектне активности буду видљивије, приступачније и транспарентније за све актере пројекта, без обзира на њихову физичку удаљеност или институционални оквир. Иако ови медији поседују значајан потенцијал за унапређење сарадње и бољу информисаност свих

заинтересованих страна, у пракси још увек није развијена униформна стратегија њихове примене. Употреба друштвених медија у бројним пројектима заснива се на импровизацији или минималним комуникационим активностима, што не доприноси у потпуности остваривању могућих бенефита. Отуда се јавља потреба да се темељније испита на који начин друштвени медији могу променити традиционални модел управљања пројектима, посебно када је реч о иницијативама које укључују више организација, различите професионалне културе и комплексне захтеве сарадње.

2. УТИЦАЈ ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА НА КЉУЧНЕ АСПЕКТЕ УПРАВЉАЊА ПРОЈЕКТИМА

Друштвени медији постају важан ресурс у управљању пројектима јер доприносе већој ефикасности тимског рада и отворенијој комуникацији. Њихова примена утиче на више сегмената пројектног процеса, као што су сарадња између чланова тима, интеракција са заинтересованим странама и представљање пројеката широј јавности. Поред тога, присутност на друштвеним платформама подстиче транспарентност пројектних активности и повећава степен поверења у рад пројектног тима.

Ови медији омогућавају лакши приступ релевантним информацијама, бржу комуникацију и континуирану размену повратних порука, што може позитивно утицати на благовремено доношење одлука [1]. Употреба друштвених мрежа омогућава да се проблеми решавају у реалном времену, да се активности координишу ефикасније, као и да се ангажман публике и партнера прати и анализира.

Због тога се друштвени медији све чешће посматрају као интегрални део савременог пројектног менаџмента, јер доприносе већој видљивости резултата, подршци учесника и сталном учењу у оквиру пројекта.

2.1. Комуникација

Комуникација представља један од најважнијих аспеката савременог управљања пројектима, а друштвени медији све више постају средства која ту комуникацију чине бржом и доступнијом.

Коришћење ових платформи омогућава да информације циркулишу између пројектног тима, менаџмента, клијената и свих учесника пројекта у готово тренутном року, што значајно утиче на боље координисање активности и заједничко решавање изазова. На тај начин се подиже ниво транспарентности, а пројектни процеси постају отворенији и јаснији за све актере.

Ипак, увођење друштвених медија у комуникациону стратегију у пројектном окружењу није без потешкоћа. Поред бројних предности, као што су убрзани проток информација и већи степен укључености заинтересованих страна, јављају се и одређени изазови који се тичу поузданости објављених података, контроле приступа информацијама и очувања професионалних стандарда у комуникацији. Ово указује на потребу пажљивог планирања и управљања дигиталним каналима како би се обезбедила ефективна и одговорна употреба друштвених медија у вођењу пројекта.

2.2. Колаборација

Колаборација представља један од основних стубова успешног управљања пројектима, а друштвени медији све више преузимају улогу алата који омогућавају интерактиван и континуиран заједнички рад. У пројектном окружењу ове платформе омогућавају да чланови тима и заинтересоване стране буду повезани кроз читав циклус пројекта, без обзира на просторну удаљеност или организациону припадност. Друштвене мреже и платформе за онлајн сарадњу олакшавају размену докумената, информација и идеја, те подстичу тимску динамику која води бржем доношењу одлука и решавању изазова. Оваква врста дигитално подржане сарадње значајно унапређује ефикасност и продуктивност, јер омогућава да сви учесници имају приступ актуелним подацима и могућност да активно допринесу току пројекта.

Платформе за колаборацију су алати као што су Slack, Microsoft Teams, Asana и Trello и они омогућавају члановима тима да комуницирају, деле датотеке, постављају задатке и прате напредак пројекта.

3. ПРЕПОРУКЕ ЗА ЕФИКАСНО КОРИШЋЕЊЕ ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА У УПРАВЉАЊУ ПРОЈЕКТИМА

Интегрисање друштвених медија у пројектне активности постало је неизоставан елемент савремених управљачких пракси, посебно у области комуникације и промоције. Ови дигитални канали организацијама омогућавају да на једноставан и економичан начин успоставе контакт са широким спектром заинтересованих група, да појачају јавну присутност пројекта и подстакну интерактивне односе са публиком. На тај начин, друштвени медији не само да повећавају препознатљивост пројекта, већ доприносе и активној размени повратних информација које утичу на даље усмеравање пројектних активности [2].

У савременом пројектном менаџменту, добро осмишљена стратегија интеграције друштвених

медија обично подразумева јасно дефинисане комуникационе циљеве, идентификацију циљних група, избор одговарајућих дигиталних платформи и континуирану евалуацију постигнутих резултата.

На тај начин, друштвени медији постају логичан и функционалан део управљања пројектом, доприносећи већој ефикасности, транспарентности и дугорочном утицају пројектних исхода. Да би се они ефикасно користили неопходан је првенствено избор правих платформи, али и дефинисање циљева и циљне публике, развијање садржаја, коришћење аналитике, праћење трендова и других стратегија неопходних за њихову интеграцију.

4. ДРУШТВЕНИ МЕДИЈИ У КОНТЕКСТУ УПРАВЉАЊА ПРОЈЕКТИМА

Платформе попут Facebook-a, LinkedIn-a и Instagram-a све чешће се користе као канали који подржавају комуникацију и представљање пројектних активности у јавности. Оне омогућавају да се пројекат, његови циљеви и напредак јасније прикажу различитим групама корисника, док истовремено служе и као простор за професионално позиционирање чланова тима [3]. Кроз редовно дељење садржаја, друштвени медији утичу на већу ангажованост учесника и одржавање мотивисане радне атмосфере, што позитивно рефлектује на укупну динамику пројектног процеса.

Захваљујући њиховој приступачности и брзини, ови канали доприносе ефикаснијој организацији рада, континуираној повезаности чланова тима и бољем праћењу реализације задатака. Због тога се препоручује њихова систематична интеграција у комуникационе планове пројеката, како би друштвени медији били коришћени не само као алат промоције, већ као механизам подршке за постизање већег нивоа заједничког учења, сарадње и укупне успешности пројекта.

Апликације и платформе развијене за интерну комуникацију, као што су Yammer, Meta Workplace или Microsoft Teams све више се користе као дигитални простори за размену знања у оквиру пројектних тимова. Ови алати омогућавају лако постављање и размену радних материјала, докумената и примера добре праксе, што целокупној пројектној структури пружа бржи приступ релевантним информацијама. Таква интегрисана дигитална окружења функционишу као заједнички репозиторијум знања, у којем сваки члан тима може не само да пронађе неопходне ресурсе већ и да допринесе његовом даљем развоју.

5. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА

Добијени резултати показују да се ефекти употребе друштвених медија у управљању пројектима значајно разликују у зависности од организационе поставке и нивоа формализације комуникационих пракси. У оквиру SPM² пројекта, ови дигитални канали имају превасходно функцију јавног информисања и представљања резултата стручним заједницама. Такав

приступ омогућава контролисано и јасно усмерено преношење информација, али истовремено ограничава домет комуникације и могућност активнијег учешћа шире публике.

Супротно томе, Erasmus+ пројекти карактерише шира и разноврснија примена друштвених медија. Они се не користе само као спољни комуникациони канали, већ су део формалног управљачког механизма који подржава дисеминацију, међусобну координацију партнера и укључивање заинтересованих страна у све фазе пројектног циклуса [4].

Управо та институционализована употреба медија резултира већим нивоом транспарентности, интеракције и јавне видљивости.

Може се закључити да децентрализована комуникација и систематски планирана стратегија присуства на друштвеним платформама значајно унапређују ефикасност управљања, посебно у сложеним мултинационалним пројектима. Успешност примене друштвених медија у значајној мери је повезана са њиховим системским укључивањем у све фазе управљања пројектом, почев од иницијалног планирања, преко реализације активности, па до завршне евалуације резултата. У том контексту, Erasmus+ модел представља пример добре праксе, док SPM² показује потенцијал за даље развијање дигиталне комуникационе инфраструктуре у циљу већег ангажмана и утицаја.

6. ЗАКЉУЧАК

У савременом дигиталном окружењу, друштвени медији постају неизоставан алат у процесу управљања пројектима. Пројектни менаџери и руководиоци све више препознају да платформе попут LinkedIn-a, Facebook-a или Instagram-a могу значајно допринети бржој комуникацији, бољој координацији и већој видљивости резултата. Њихова примена у пројектном менаџменту делом је олакшана чињеницом да су чланови тимова већ навикнути на коришћење ових платформи у свакодневном животу, па усвајање додатних алата не ствара велике изазове. Иако се пројектни менаџмент као дисциплина развија спорије од друштвених медија, управо тај технолошки напредак намеће потребу да се савремени приступи integriшу у постојеће праксе.

Резултати истраживања спроведеног у оквиру овог рада потврђују да друштвени медији имају све значајнију улогу у пројектима који подразумевају више институција, организација или култура.

Кроз анализу и поређење Erasmus+ и SPM² пројеката уочено је да се ниво употребе друштвених медија разликује у зависности од структуре и домета пројекта. Док се у SPM² пројекту ови медији користе углавном за информисање професионалне и академске јавности, Erasmus+ их integriше у све фазе управљања, од почетног планирања до завршне евалуације. Ова разлика проистиче из различите комуникационе културе - SPM² примењује централизовани модел са ограниченим бројем канала, док Erasmus+ подстиче интеракцију, учешће и равноправност свих партнера у комуникацији.

У области образовних и истраживачких пројеката ово има посебан значај, јер доприноси изградњи мрежа сарадње и стварању отворене, повезане академске заједнице. Ера у којој се информације шире готово тренутно, способност коришћења друштвених медија може представљати кључну конкурентску предност и предуслов за иновативан развој пројеката.

7. ЛИТЕРАТУРА

- [1] Karimi, R., Baghalzadeh Shishehgharkhaneh, M., Moehler, R. C., & Fang, Y. „Exploring the Impact of Social Media Use on Team Feedback and Team Performance in Construction Projects“, *A Systematic Literature Review. Buildings*, 14(2):528., 2024.
- [2] Kerzner, H. „Project Management Best Practices: Achieving Global Excellence“ *New Jersey: John Wiley & Sons*, 2010.
- [3] Daemi, A., Chugh, R., & Kanagarajoo, M. V., „Social media in project management: A systematic narrative literature review“ *International Journal of Information Systems and Project Management*, 8(4), 5-21, 2020.
- [4] https://ec.europa.eu/assets/eac/promo/Erasmusplus-Communication%20Strategy_2023.pdf (приступљено: окторбар 2025.)

Кратка биографија:



Доротеја Худак, рођена у Врбасу 2001. Мастер рад на Факултету техничких наука из области Инжењерски менаџмент – Пројектни менаџмент одбранила је 2025. године.

Контакт:
dorotejahudak2001@gmail.com