

Etički izazovi u poslovnim informacijskim sustavima

Šutić, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:653610>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-02**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Valentina Šutić

**ETIČKI IZAZOVI U POSLOVNIM INFORMACIJSKIM
SUSTAVIMA**

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Valentina Šutić

**ETIČKI IZAZOVI U POSLOVNIM INFORMACIJSKIM
SUSTAVIMA**

Završni rad

Kolegij: Poslovni informacijski sustavi

JMBAG: 0010238055

e-mail: tinasutic10@gmail.com

Mentor: prof. dr. sc. Jerko Glavaš

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Undergraduate Study Programme Economics and Business

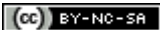
Valentina Šutić

Ethical Challenges in Business Information Systems

Final paper

Osijek, 2024.

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada u Institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, Repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom Repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Valentina Šutić

JMBAG: 0010238055

OIB: 02120500562

e-mail za kontakt: tinasutic10@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Naslov rada: Etički izazovi u poslovnim informacijskim sustavima

Mentor/mentorica rada: prof. dr. sc. Jerko Glavaš

U Osijeku, 9. rujna 2024. godine

Potpis Valentina Šutić

Etički izazovi u poslovnim informacijskim sustavima

SAŽETAK

Svrha ovog završnog rada je proširiti znanja o etičkim standardima u poslovanju, te izazovima s kojima se poslovni ljudi svakodnevno susreću. Vrlo često odluke koje ljudi donesu budu nesvjesne. Za dobar ugled tvrtke jedna od važnijih sastavnica je i etično ponašanje. Podaci i informacije kojima se tvrtke koriste od izuzetne su važnosti prilikom donošenja odluke. Važan je i način na koji tvrtka komunicira sa zaposlenima, suradnicima, a osobito s javnosti. Posjedovanje pravih i točnih informacija stvara konkurentsku prednost tvrtke. Efikasno upravljanje i korištenje podataka omogućuje organizaciji ostvarenje željenih ciljeva, poboljšavanje poslovanja i rješavanje problema. Sve intenzivnija upotreba digitalnih tehnologija i različitih aplikacija donose i promjene u životu ljudi jer su namijenjene da olakšaju poslovanje i uobičajene aktivnosti. Od tvrtki se očekuje da se ponašaju etično i u skladu s propisima. Kako bi se određena pravila i propisi poštovali potrebno ih je i imati. Problem se može stvoriti ako nema uspostavljenih pravila, zaposlenici se ne mogu ponašati u skladu s pravilima koja im nisu nametnuta. Na takve stvari potrebno je obratiti pozornost, kako bi se izbjegle neugodne situacije. Isto tako, izuzetno je bitno educirati se o tome kako biti svjestan donošenja odluka, te voditi brigu o ponašanju zaposlenika i biti uzor u etičnom ponašanju.

Ključne riječi: etika, poslovanje, odlučivanje, podatak, informacija

Ethical Challenges in Business Information Systems

ABSTRACT

The purpose of this final thesis is to expand knowledge about ethical standards in business, and the challenges that business people face every day. Very often the decisions people make are unconscious. Ethical behavior is one of the most important components for a company's good reputation. The data and information used by companies are extremely important when making decisions. The way in which the company communicates with employees, co-workers, and especially with the public is also important. Having the right and accurate information creates a company's competitive advantage. Efficient management and use of data in the organization enables the achievement of desired goals, business improvement and problem solving. The increasingly intensive use of digital technologies and various applications also bring changes in people's lives because they are intended to facilitate business and usual activities. Companies are expected to behave ethically and in compliance with regulations. In order to respect certain rules and regulations, it is necessary to have them. A problem can be created if there are no established rules, employees cannot behave according to rules that are not imposed on them. It is necessary to pay attention to such things, in order to avoid unpleasant situations. Likewise, it is extremely important to educate yourself on how to be aware of decision-making, and take care of employee behavior and be a role model in ethical behavior.

Keywords: ethics, business, decision-making, data, information

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
2. Poslovni informacijski sustavi	2
2.1. Osnovne vrste informacijskih sustava	3
2.1.1. Razine upravljanja	3
2.2. Korištenje podataka u poslovanju.....	4
2.2.1 Veliki i mali podaci.....	4
2.2.2. Strukturiranost podataka	5
3. Elektroničko poslovanje	7
3.1. Pokretači e – poslovanja	7
3.2. Elektronička trgovina	8
3.3. Digitalna transformacija	9
4. Unajmljivanje informacijskih usluga	10
4.1. Prednosti unajmljivanja informacijskih usluga	10
4.2. Nedostatci unajmljivanja informacijskih usluga	11
5. Etika u poslovanju	12
5.1. Kibernetički rizici	15
6. Etično donošenje odluka	17
7. Rasprava	21
Zaključak.....	22

1. Uvod

Predmet istraživanja ovog završnog rada etički su izazovi s kojima se susreću poslovni informacijski procesi. S obzirom na sve veću zastupljenost tehnologije u načinu života i rada ljudi, poslovni informacijski procesi sastavni su dio uobičajenog poslovanja. Izuzetno važan dio u svemu tome zauzima etika koja nerijetko, ponekad svjesno, a ponekad i nesvjesno ostaje po strani.

Rad se temelji na kvalitativnom istraživanju, odnosno koju ulogu etika ima u poslovnim informacijskim sustavima. Za lakše razumijevanje istražena je povijest informacijskih sustava i njegove glavne sastavnice te podaci kao glavno sredstvo poslovanja, etika i primjena etike u poslovanju te rizici koji se mogu pojaviti prilikom korištenja podataka.

Prilikom pisanja završnog rada korišteno je nekoliko znanstvenih metoda. Induktivna metoda kao jedna od glavnih korišten je prilikom promatranja i analize činjenica, te deduktivna metoda koja služi za objašnjenje činjenica i zakona. Metoda analize korištena je kako bi se složenije pojmove, objasnilo na jednostavniji način.

Rad se sastoji od šest poglavlja u kojima je prikazana važnost poslovanja i primjena etike u poslovanju. Na samom početku objašnjeni su informacijski sustavi i njihova struktura, te važnost. Elektroničko poslovanje i elektronička trgovina kao dva različita pojma također imaju važnu ulogu danas u svijetu. Na samom kraju navedena je primjena etike u poslovanju, te potencijalni rizici i načini na koji se takvi rizici mogu spriječiti.

2. Poslovni informacijski sustavi

Poslovni informacijski sustavi vrlo su kompleksan i jednako tako bitan pojam. Komunikacija je najvažnija aktivnost kako u organizaciji tako i u privatnom životu. Uz pomoć komunikacije donose se odluke, rješavaju konflikti ili problemi. Kako bi organizacija bila uspješna u poslovanju potrebno je da informacije koje se dijele unutar organizacije budu točne, istinite i jasne. Poslovni informacijski sustavi zapravo služe kako bi prikupili, obradili, distribuirali i na samom kraju pohranili informacije u organizaciji kako bi se na što kvalitetniji način donijele ispravne i točne odluke te riješile određene smetnje i problemi.

Postoji razlika između podatka i informacije. Podatak je činjenica iz koje nastaje informacija u procesu pretvorbe podatka u informaciju, dok skup organiziranih podataka predstavlja bazu podataka. Informacija se sastoji od podataka kojima je pridruženo značenje. Na temelju informacija nastoji se povećati znanje pojedinca, samim time informiranje se može promatrati kao prenošenje znanja drugima. Za donošenje odluka nije potreban niti jedan podatak jer se odluke ne donose na temelju podataka već na temelju informacija. Posjedovanje pravih i točnih informacija stvara konkurentsku prednost tvrtke. Bolje razumijevanje potreba potrošača i njihovih preferencija, praćenje tržišnih trendova, uočavanje konkurentskih prednosti samo su neke od aktivnosti koje tvrtku mogu učiniti konkurentnijom.

Srića i Spremić (2000:9) navode osnovne dijelove informacijskog sustava:

- hardware – neizbježni fizički dio IS-a, dakle, osobna računala, modemi, radne stanice, mrežna računala, usmjerivači, mrežna oprema, razne vrste kabela, itd.
- software – nevidljivi dio IS-a u obliku programskih rješenja, algoritama koji pokreću hardver
- lifeware – svi ljudi koji se koriste IS-om, od profesionalnih informatičara do krajnjih korisnika
- dataware - podatkovni resursi, odnosno način i metode organizacije baza i skladišta podataka
- netware – komunikacijska i mrežna rješenja koja povezuju sve elemente u jednu cjelinu i
- orgware – organizacijski postupci i metode povezivanja svih navedenih elemenata u jednu cjelinu.

2.1. Osnovne vrste informacijskih sustava

Srića i Spremić (2000:9) informacijske sustave dijele u tri osnovne vrste:

- klasični ili transakcijski IS – osnovni je dio svakog IS-a pruža potporu operativnom menadžmentu
- sustavi za potporu odlučivanju – imaju napredniju mogućnost obrade informacija i podržavaju strategijsko upravljanje
- ekspertni sustavi – pohranjuju znanje stručnjaka iz nekog područja, danas menadžerima služe poput najboljih savjetnika.

2.1.1. Razine upravljanja

„Učinkovit sustav upravljanja temelji se na strukturiranim i optimiziranim procesima koje se stalno nadzire. Tako se uspostavlja sustavno i stalno poboljšavanje organizacije jasnim pravilima, ulogama i procesima.“ (dqs, 2024.) Svaka organizacija trebala bi posjedovati tri razine upravljanja odnosno tri vrste menadžera: top odnosno najvišu razinu, srednju ili taktičku razinu i operativnu razinu koja se odnosi na najniži nivo. Svaka razina ovisno o poziciji na ljestvici od najniže prema najvišoj ima svoje odgovornosti i zadatke koji rastu s porastom razine.

Operativna ili najniža razina odnosi se na rješavanje rutinskih i tekućih problema. Operativni menadžer nastoji riješiti probleme koji trenutno nastanu kako se ne bi proširili, u tom slučaju takvi veći problemi prenose se na taktičkog menadžera koji ima više znanja za njihovo rješavanje. Podaci koje koriste operativni menadžeri uglavnom su strukturirani i lako ih je analizirati i obrađivati. Primjer operativnog menadžmenta je donošenje odluka o nabavi, prodaji ili uvid u stanje robe na skladištu.

Probleme koji su složeniji i značajniji rješava taktički menadžer. Ovu razinu menadžmenta karakterizira neizvjesnost oko donošenja odluka. Problemi koji se rješavaju u srednjoj razini menadžmenta obično su dužeg vremenskog razdoblja i upravo zbog njihove kompleksnosti potrebna je visoka stručnost menadžera kako bi se takvi problemi ili donošenje odluka riješili.

Najviša razina menadžmenta uključuje rješavanje problema s vremenskim rokom dužim od godine dana. Takve probleme karakterizira visoka razina neizvjesnosti, a samim time i spremnost top menadžera na rizik. Top menadžer zadužen je za donošenje konačnih i važnih

odluka koje će pridonijeti profitabilnosti tvrtke, kao što su uvođenje novih proizvoda, primjena novih tehnologija ili postupaka i procedura te odluke o ostvarenju konačnih ciljeva tvrtke.

2.2. Korištenje podataka u poslovanju

Kako bi organizacija bila profitabilna i djelotvorna od izuzetne važnosti je posjedovanje točnih i pravovaljanih podataka. Upravljanje podacima može stvoriti ozbiljne probleme u poslovanju, ukoliko nisu dovoljno kvalitetni. Efikasno upravljanje i korištenje podataka omogućuje organizaciji ostvarenje željenih ciljeva, poboljšavanje poslovanja i rješavanje problema.

2.2.1 Veliki i mali podaci

Varga (2020.) razmatra poslovanje s podacima na tri načina: poslovanje bez podataka, poslovanje s malo podataka i poslovanje s velikim podacima.

Poslovanje bez podataka zapravo se svodi na to da određena organizacija ne bi mogla poslovati. Npr. ukoliko trgovina ne evidentira račune, ne vodi brigu o zalihama i nabavi robe, ne uvažava preferencije, želje i mišljenja potrošača ona ne može poslovati jer nema stabilne temelje na kojima bi mogla izgraditi svoje poslovanje.

Mali podaci služe za donošenje odluka koje nisu toliko kompleksne i zahtjevne. Takvi podatci koriste se za rješavanje tekućih i manjih problema, te su fleksibilniji i njima je lakše upravljati. Iako su manjeg opsega od velikih podataka, nije ih potrebno podcjenjivati i umanjivati njihovu važnost jer su itekako moćni prilikom rješavanja određenih problema i donošenja odluka. Neki od primjera korištenja malih podataka za poslovni rast i uspjeh su: recenzije kupaca, analitike web stranice, praćenje podataka o prodaji i slično...

Veliki podaci ili „big data“ su skupovi strukturiranih i nestrukturiranih podataka koje nije moguće analizirati tradicionalnim metodama, jer su presloženi. Odnose se na goleme količine podataka koje su nastale digitalno, odnosno podatci iz medija, e – pošta, web stranice, društvene mreže, itd. Jedna od ključnih važnosti velikih podataka za povećanje konkurentnosti organizacije je poboljšanje uvida u potrošače. Proučavanjem podataka o preferencijama, željama i navikama potrošača tvrtke mogu svoje proizvode poboljšati, promijeniti ili prilagoditi kupcima na način koji će im se više svidjeti, te tako povećati svoju prodaju i samim time

pridobiti kupce. Za analiziranje velikih podataka potrebno je uz standardne metode pronalaziti i nove metode kako bi se proces što više olakšao.

2.2.2. Strukturiranost podataka

Svaka osoba ili objekt u poslovanju ima niz podataka koji se bilježi uz njega. Npr. za kupca će se vezati ime, prezime, adresa, broj telefona, dok će se za inventar u tvrtki vezati sljedeći podaci: opis, količina na skladištu, dobavljač i ID proizvoda. Način na koji se podatci zapisuju u računalo smatra se strukturom podatka, pa tako postoje strukturirani, polustrukturirani i nestrukturirani podaci (Varga, 2020:76).

Strukturirani podaci vrlo su dobro definirani i raspoređeni te posjeduju lakoću pristupa i analize. Najčešće su raspoređeni u tablice i posjeduju podjednak način obilježavanja. U tablici 2.1. prikazan je način bilježenja strukturiranih podataka na primjeru inventara iz tvrtke.

Tablica 1. Strukturirani podatci

IDProizvoda	KoličinaNaSkladištu	Dobavljač	Opis
0123456	54	XY	RadniStol
6543210	21	XY	UredskiStolac

Izvor: autorski rad

Polustrukturirani podaci nalaze se na sredini strukturiranih i nestrukturiranih podataka, te nemaju uvijek istu strukturu odnosno obilježja. Pohranjuju se u bazu podataka gdje svaki dokument predstavlja jedan zapis.

Nestrukturirani podaci suprotno od strukturiranih nisu organizirani jednostavno u tablice, samim time teže ih je interpretirati i analizirati. Nestrukturirane podatke nije lako razumjeti i korisnicima je potrebno stručno znanje u vezi njih. Uključuju fotografije, videozapise, e – mailove, blogovi, itd...



Slika 1. Primjer nestrukturiranih podataka

Izvor: doodles.google (2024.) Dostupno na: <https://doodles.google/doodle/fathers-day-2024-jun-9/>

3. Elektroničko poslovanje

Danas je nezamislivo da se radi bez računala. Sve što ljudi obavljaju na poslovima uključuje upotrebu računala i na to je populacija naviknuta. Tehnologija u širokim razmjerima ljudima olakšava život i poslovanje. Uz nekoliko klikova partneri održavaju poslovne sastanke, a udaljeni su tisućama kilometara u trenutku provođenja sastanka, plaćanje računa putem mobilnog bankarstva, obrazovanje putem online platformi, sve navedeno su prednosti koje pružaju jednostavniji život danas.

Sve navedeno se može skratiti u definiciju elektroničkog poslovanja, „Elektroničko poslovanje suvremeni je oblik organizacije poslovanja, koji podrazumijeva intenzivnu primjenu informatičke i posebice, internetske tehnologije“ (Panian, 2002:71). Vrlo je važno baviti se elektroničkim poslovanjem jer kupci danas sve što ih zanima traže na internetu. Ukoliko kupca zanima cijena ili karakteristika određenog proizvoda, vrlo vjerojatno će na web stranici tvrtke to i potražiti. Način na koji tvrtka prezentira svoju web stranicu može pomoći u privlačenju potrošača a može ih i odbiti.

3.1. Pokretači e – poslovanja

Prema istraživanju plaviured.hr postoji nekoliko stvari koje pokreću i stvaraju prednost e – poslovanju u odnosu na tradicionalno poslovanje. Jedna od bitnijih stvari je brzina nabavljanja zaliha koje su potrebne tvrtki, vrlo važna stvar je i brzina otpreme robe kupcu. Kupcima je važno da naručeni proizvodi što prije dođu u njihove ruke, pa je to jedna od bitnijih prednosti. Što se tiče troškova, znatno su niži za samu nabavu i prodaju. Marketinške aktivnosti vrlo su važne u ovom načinu poslovanja jer je bitno dobro predstaviti proizvode koji se nude kako bi se privukao što veći broj potrošača, samim time stvara se i veća konkurentska prednost u odnosu na ostale. Jedan od vodećih načina oglašavanja su društvene mreže. Nekada ne toliko popularne, a danas zastupljene među gotovo svim generacijama, od najmlađih do najstarijih. Prilikom odabira društvene mreže za oglašavanje tvrtke, ipak je potrebno obratiti pozornost koju društvenu mrežu odabrati jer nisu sve jednako zastupljene među populacijom. Npr. Facebook je zastupljeniji među starijim generacijama, dok su recimo Instagram i TikTok popularniji među mlađima. Također, važno je obratiti pozornost na korisničku podršku. Potrebno je imati dobru

korisničku podršku jer se putem online platformi mogu dogoditi razne poteškoće, a vrlo je bitno imati osoblje koje će korisnike direktno i jasno uputiti što i kako napraviti da se problem koji imaju riješi.

3.2. Elektronička trgovina

Postoji osnovna razlika između e – poslovanja i e – trgovine, a to je da je e – trgovina puno uži pojam od elektroničkog poslovanja. E – trgovina uključuje obavljanje svih transakcija kupnje i prodaje. (Pantheon, 2018.) Sklapanje ugovora između prodavatelja i kupca odvija bez fizičkog kontakta. Kao za sve tako i za e – trgovinu postoje brojne prednosti ali i nedostaci.



Slika 2. E – trgovina

Izvor: dsigital.com (2024.) Dostupno na: <https://dsigital.com/software/elektronicka-trgovina/>

Neke od prednosti elektroničke trgovine podrazumijevaju širok doseg proizvoda kupcima. Ukoliko se potrošač odluči za neki određeni proizvod može ga naručiti bilo gdje putem online trgovine, nije bitno nalazi li se trgovina u potrošačevoj neposrednoj blizini ili kilometrima daleko. Dakle, elektronička trgovina dostupna je velikom broju potrošača diljem svijeta. Fizičke trgovine iziskuju velike troškove poslovanja jer su im potrebna skladišta, radni prostor ili velik broj zaposlenika, za što poslodavac mora izdvajati velike količine novca. Prednost e – trgovine je u tome što takvih troškova nema jer se sve obavlja elektroničkim putem.

Nedostaci e – trgovine su nešto složeniji. Jedan od glavnih nedostataka je izostanaka fizičkog kontakta. Puno je lakše kada kupac i prodavatelj imaju komunikaciju licem u lice, time se

izbjegnu potencijalne neugodnosti i pogreške. Na to se nadovezuju problemi s povratom i reklamacijom koji mogu biti vrlo kompleksni. Zaštita podataka i sigurnost mogu stvarati velike probleme, jer može doći do krađe identiteta ili zabranjenog pristupa podacima i slično.

Iako postoje i brojni nedostaci, elektronička trgovina izuzetno doprinosi povećanju profitabilnosti i konkurentnosti tvrtke, upravo jer e – trgovina omogućuje privlačenje većeg broja potrošača. Bitno je uočavati opasnosti i raditi na njihovom suzbijanju, te na vrijeme uspjeti ukloniti smetnje.

3.3. Digitalna transformacija

Tehnologija se iz godine u godinu neprestano mijenja i unapređuje. Time se i ljudima mijenjaju i rastu potrebe i želje pa se zbog toga pojavljuju i nova radna mjesta za koja su potrebna stručna znanja. Danas, većina stvari koja povećava konkurentnost jedne tvrtke u odnosu na drugu, odnosi se na tehnologiju. Korištenjem unaprijeđenih tehnologija stvara se lakša komunikacija među tvrtkama i potrošačima, što je i za jednu i za drugu stranu izuzetno važno.

Digitalna transformacija mijenja dosadašnje načine rada, komunikaciju među ljudima ali i sam njihov način života. Postupci koje digitalna transformacija nudi olakšavaju svakodnevni život i ljudima i poduzećima. Idealni primjer digitalne transformacije je korištenje prijevoznih taxi usluga tvrtke Uber. Ova tvrtka u potpunosti je promijenila dotadašnji način poslovanja taxi industrije. Uz aplikaciju koju nudi Uber, u bilo kojem trenutku korisnik koji putuje može vidjeti gdje se trenutno nalazi vozilo i za koliko minuta stiže na željeno odredište. Također, nude i fleksibilno radno vrijeme za vozače.

Uz pomoć digitalnih platformi danas potrošačima je olakšan život. Ukoliko kupac želi obaviti kupnju ne mora čak niti izaći van, sve može obaviti iz udobnosti svoga doma, od samog izbora proizvoda do narudžbe i na kraju dostave na vrata. Ćorić (2015.) smatra da online trgovina treba imati sljedeća obilježja kako bi bila uspješna i privukla kupce, a to su: visoka kvaliteta fotografija, opisi proizvoda, online chat podrška kupcima, lista želja, recenzije proizvoda.

4. Unajmljivanje informacijskih usluga

Svaka tvrtka kao osnovni cilj ima ostvarenje dobiti, te uspjeh u području onog čime se bavi. Naime, svaka organizacija ima sporedne i glavne funkcije kojima se bavi. Upravo zbog veće posvećenosti glavnim funkcijama, drugi plan stavlja sporedne. Tako je i s informacijskim sustavima koji većini organizacija stvaraju veliku konkurentsku prednost, ali su ipak u drugom planu.

Prema Spremiću (2020.) unajmljivanje informacijskih usluga je odgovornost jedne organizacije da upravlja i vodi brigu o podacima neke druge organizacije koja ju je za to zadužila. Dakle, takve organizacije koje se odluče na unajmljivanje usluga od stručnih tvrtki, nemaju svoj vlastiti sustav za poslovne procese nego te usluge unajmljuju od stručnjaka. Upravo kako bi smanjile svoje troškove i uštedjeli vrijeme tvrtke koriste ovaj način poslovanja. Neki od razloga korištenja ove metode poslovanja mogu biti i nedostatak iskustva, fokusiranje na ostvarenje određenog cilja, bolje pozicioniranje u odnosu na konkurenciju, izostanak specijalizirane radne snage te ušteda novca.

4.1. Prednosti unajmljivanja informacijskih usluga

Informacijski sustavi su složen pojam, a prisutni su u svakoj organizaciji i potrebni su za efikasno i konkurentno poslovanje. „Najveća prednost korištenja vanjskih usluga u poslovanju je rasterećenje tvrtke te fokusiranje na osnovnu djelatnost, odnosno na ono što tvrtka najbolje radi.“ (symul,2024.) Tvrtke često nemaju među svojim zaposlenicima one koji su stručni i osposobljeni za bavljenje ovim poslom. Rad na ovoj poziciji zahtjeva visoku stručnost i stalno unapređenje znanja pa si brojne tvrtke to ne mogu priuštiti i zbog boljeg upravljanja informacijskom tehnologijom biraju stručnjake koji su za to osposobljeni. Organizacijama općenito troškovi stvaraju probleme, bili oni redovni ili nenadani, zbog toga organizacije nastoje što više utjecati na smanjenje troškova. Smanjeni troškovi doprinose većoj profitabilnosti tvrtke i financijskoj stabilnosti jer se prihodi povećavaju. Također, tvrtka se uz niže troškove lakše može prilagoditi potrebama tržišta i na taj način postati konkurentnija.

4.2. Nedostatci unajmljivanja informacijskih usluga

Prema istraživanja istog portala jedan od nedostataka je da tvrtka koju poduzeće unajmi pruža usluge i konkurentima pa se na taj način gubi povjerenje, ali i konkurentska prednost. Cijena pružanja usluge može biti u međuvremenu promijenjena što znatno utječe na financije poduzeća koje unajmljuje. Na temelju sve veće zastupljenosti tehnologije i online načina komuniciranja, može doći do problema i s izravnom komunikacijom između davatelja i pružatelja usluge, jer izostaje upravo taj fizički kontakt. Ljudi su živa bića i komunikacija je osnova na temelju koje se sve zasniva, niti jedan oblik komunikacije nikada neće moći zamijeniti onaj osnovni i glavni oblik, odnosno komunikaciju licem u lice. Nezadovoljstvu korisnika mogu pridonijeti neočekivani problemi poput kvalitete ispunjenja usluge. Davatelj usluge možda neće ispuniti zadatak u onom razmjeru kvalitete koju je naručitelj to tražio i na taj način se mogu stvoriti problemi u poslovanju. Jednako tako bitan nedostatak je izostanak kontrole poduzeća koje je unajmilo specijaliziranu tvrtku da provede zadatak.



Slika 3. Outsourcing

Izvor : Helpjuice.com (2023.) Dostupno na: <https://helpjuice.com/blog/bpo>

5. Etika u poslovanju

Razvoj tehnologije, osim što je doprinio poboljšanju mnogih aspekata poslovanja, otvorio je brojna druga pitanja. Uspješnost poslovanja pojedine tvrtke ovisi o mnogobrojnim čimbenicima, među kojima se nalazi i ugled tvrtke. Ljudi su skloni svoje odluke donositi na temelju preporuka koje im daju njihovi prijatelji, članovi obitelji ili kolege s posla. Ukoliko se o nekom poduzeću proširi loš glas to će vrlo vjerojatno utjecati na ukupno poslovanje poduzeća. Na sve navedeno oslanja se etika koju tvrtke moraju poštovati, te iz nje proizlazi dobra poslovna pozicija.

Ljudi često poistovjećuju pojam etike i morala iako postoji razlika između ta dva pojma. Etika dolazi od grčke riječi *ethos*, što znači običaj. „ Etika je društvena znanost koja istražuje moral, moralne vrijednosti i kriterije.“ (Bosilj -Vukšić, 2020:287) Etika, dakle proučava ljudsko ponašanje i postavlja određena očekivanja, kako bi se pojedinac trebao ponašati. Pojedinac sam odabire hoće li se ponašati etično ili ne. Primjeri etičnog ponašanja su iskrenost, odanost i pošteno ponašanje. Etika upućuje na postojanje drugih ljudi i na njihove potrebe i očekivanja. Etično se češće veže uz poslovno, dok se moralno češće veže uz osobno ponašanje pojedinca.



Slika 4. Moral i etika

Izvor: alodokter.com (2022.) Dostupno na: <https://www.alodokter.com/kerap-dianggap-sama-kenali-perbedaan-moral-dan-etika>

Moral dolazi od latinske riječi *moralis*, što znači ćudoredan, moralan. Moral možemo promatrati kao skup nepisanih pravila na temelju kojih se pojedinac ili društvo ponaša, a razlikuje se među svakim društvom. Odrastanje i življenje u određenoj sredini utječe na ponašanje osobe i način na koji će se ta osoba razvijati. Moral podrazumijeva prosuđivanje što je dobro a što loše, te se oslanja na svijest i savjest. Svjestan čovjek ima sposobnost opažati i

jasno izraziti svoje razmišljanje, dok je savjest ono što se budi u čovjeku kada napravi nešto te navodi na razmišljanje da li je to što je napravio dobro ili loše. Kod svakog čovjeka mogu se pojaviti dvije krajnosti u tome slučaju. Prva koja izaziva sreću i ponos za ono što je napravio, te druga situacija u kojoj se čovjek kaje jer postupak koji je napravio nije onakav kakav bi htio da bude.

U svakom poslovanju važno je postupati etično, pa tako postoji poslovna etika koja primjenjuje etička načela u poslovanju i donošenju odluka. Neetično ponašanje u tvrtkama neće dobro rezultirati jer se ugled tvrtke time ruši i šire se loše glasine, a samim time gube se kupci ili korisnici usluga koje tvrtka pruža. Ukoliko se reputacija tvrtke izgubi vrlo je težak način da se vrati ugled kakav je imala, ukoliko je i moguće proces je najčešće dugotrajan i skup. Također važno je da se tvrtka odnosi etično i prema svojim zaposlenima jer će to privući i novu radnu snagu i održavati postojeću. Danas se sve veći naglasak stavlja na okoliš i prirodu pa tako tvrtke koje posluju etički i brinu o okolišu stvaraju si veliku konkurentsku prednost. Kako bi se etičko ponašanje uspješno održalo i uspostavilo unutar pojedine organizacije potrebno je educirati zaposlenike, definirati temeljne odrednice tvrtke, izraditi kodeks ponašanja i imati stručno vodstvo koje je svojim ponašanjem primjer ostalim djelatnicima tvrtke.

Skup moralnih načela i propisa po kojima određeno poduzeće posluje i koje treba poštivati naziva se etički kodeks. Etički kodeks razlikuje se za svaku struku ili organizaciju. Kako bi određena organizacija, ustanova ili društvo moglo funkcionirati potrebno je donijeti određena pravila koja se moraju poštovati, a ukoliko ta pravila neko od pripadnika društva ne poštuje potrebno ga je dodatno educirati i uputiti da to što radi nije etično. Uz pomoć etičkog kodeksa održava se red i međusobno poštovanje među pripadnicima određene organizacije.

Bosilj – Vukšić (2020:288) navodi tri osnovna načela poslovne etike:

- načelo korisnosti
- načelo prava i
- načelo pravednosti.

Osoba je dužna ispuniti svoje obveze i ostvariti poslovne ciljeve. Posao pojedinca moralan je ukoliko ono što radi utječe isključivo na korisnost za tvrtku u kojoj radi, o tome govori načelo korisnosti.

Načelo prava upućuje na jednakost svih ljudi i na potrebu poštivanja dostojanstva svih sudionika u poslovnom procesu, dok načelo pravednosti kao što mu sama riječ kaže odnosi se

na pravednost među zaposlenima. Zaposlenici trebaju ravnomjerno rasporediti svoje obveze i poslove, kako bi se svaki zaposlenik osjećao jednako važnim.

Čovjek se nalazi u središtu informacijskih tehnologija. Svakodnevno korištenje tehnologije pretpostavlja i povjerenje u nju, ali je jednako važno uzeti u obzir prava, slobodu i opće dobro ljudi. Kao jedan od najvažnijih dokumenata o slobodi izražavanja ljudi izdvaja se Opća deklaracija o pravim čovjeka, donesena 1948. godine od strane međunarodne organizacije Ujedinjenih naroda. Prema ovom aktu svaki čovjek rađa se slobodan i jednak je pred zakonom. Ono što je vrlo važno je da svaki čovjek ima pravo na izražavanje vlastitog mišljenja. Na temelju ovog prava čovjek može jasno iznijeti svoja mišljenja i čuti druga različita od njegovog. Danas je vrlo važno imati svoje mišljenje i ne bojati se iznijeti ga jer se od osobe i traži da bude autentična i drukčija od ostalih. Nije prirodno da deset osoba dijele identično mišljenje oko određene situacije. Drukčije razmišljanje od ostalih osobu stvara konkurentnijom jer dokazuje da se ne ustrčava i da zna javno iznijeti svoje stavove, ideje i razmišljanja. Sloboda izražavanja ima i svoje granice koje je potrebno poštivati kako ne bi došlo do povrede drugih ljudi u smislu klevetanja, govora mržnje ili javne sigurnosti.

Mason (1986.) navodi četiri područja etičkih pitanja koja se tiču posjedovanja podataka:

- privatnost
- točnost
- dostupnost
- vlasništvo.

Privatnost osobe odnosi se područje koje nije javno i ne tiče se ostalih ljudi. Sve što osoba radi a ne želi prisustvo nekog drugog, može se smatrati kao privatnost. U navedenoj podijeli privatnost se odnosi na podatke koji se čuvaju o pojedincu.

Prilikom obavljanja različitih aktivnosti važno je da sve što se radi i objavljuje drugim ljudima bude točno, provjereno i istinito. Vijesti se brzo šire do drugih ljudi, netočne i iskrivljene informacije mogle bi nanijeti štetu poslovanju ne samo u financijskom već i u reputacijskom smislu.

Dostupnost informacija i podataka važna je stvar oko koje je potrebno voditi brigu. Vrlo je važno znati kome su prikupljeni podaci dostupni i tko sve im sve posjeduje pristup.

Kod vlasništva je važno identificirati tko je vlasnik prikupljenih podataka i tko njima upravlja. U intelektualno vlasništvo ubrajaju se izumi i razna djela kojima je vlasnik pojedinac a koja ne mogu biti upotrebljavana od strane drugih osoba bez posebnog dopuštenja vlasnika.

5.1. Kibernetički rizici

Dinamičan svijet koji danas pruža brojne prednosti za sobom nosi i posljedice. Povezanost digitalnih tehnologija i informacijskih sustava je značajna. Kao što se mijenja način života i svakim danom su tehnologije više zastupljene upravo se na tom području razvijaju i digitalne krađe. Hakerski napadi na privatne podatke postaju sve veća opasnost. Kako bi se to spriječilo i educiralo ljude o tome u Republici Hrvatskoj se tri godine zaredom organizirala konferencija pod nazivom „Alert“ koja okuplja velik broj stručnjaka ovog područja. Organizator konferencije je kompanija ASEE koja daje potporu poduzećima na putu do digitalne transformacije. (Večernji list, 2023.)

Vrlo je važno identificirati postoji li rizik za kompaniju i ako da u kojoj fazi rizika je kompanija. Uz razne način kontrole i zaštite održava se uravnotežena i prihvatljiva razina rizika, što znači da je potrebna odgovornost o podacima i stalni nadzor i kontrola. Za istraživanje ovakvih napada u Hrvatskoj ima dužnost nekoliko tijela. Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske posebno Odjel za kibernetički kriminal kao glavni akter. Zavod za sigurnost informacijskih sustava i CERT koji je dio CARNETA Hrvatske akademske i istraživačke mreže uključen je u istraživanje ako se jedna od strana napada nalazi u Hrvatskoj. Istraživanjem se nastoji identificirati napadača, otkriti štetu koja je nanesena kompaniji te se educirati i zaštititi kako se takvi ili slični događaji ne bi ponovili.

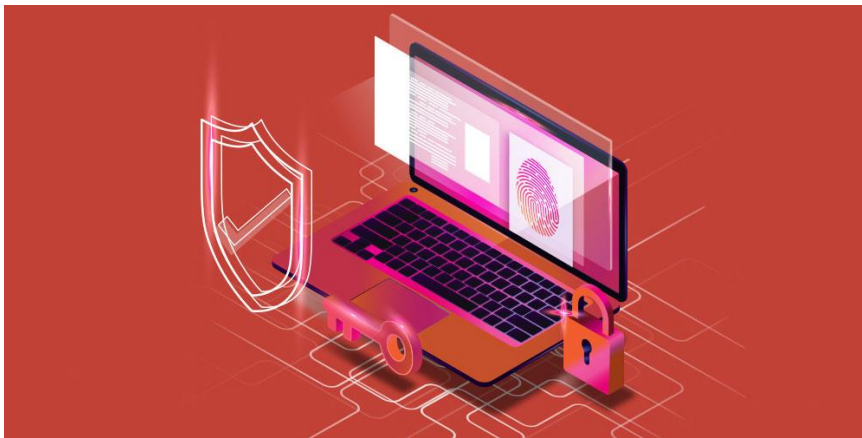
Čovjek kao pojedinac je ugrožen jednako kao i velika kompanija koja posjeduje znatno veći broj podataka. Danas gotovo nema osobe koja ne posjeduje mobilni uređaj na kojem ima otvorene profile na društvenim mrežama. Privatne podatke ljudi ostavljaju na različitim internetskim stranicama. Online kupnje danas su postale toliko zastupljene radi brojnih prednosti koje pružaju. Ljudi ponekad nesvjesno ostavljaju podatke na nepouzdanim mjestima, poput imena, prezimena, broja bankovne kartice, adrese. Iako se čini da netko nema nikakve koristi od takvih podataka to je potpuno netočno. Napadači nađu razne načine kako bi zloupotrijebili privatne podatke. Nebitno koji uređaj se koristi laptop, pametni sat, mobilni telefon ili bilo koji drugi uređaj koji se može spojiti na internet, važno je znati koje rizike

korištenja sa sobom nose. Jednako tako važno je osvijestiti se i informirati što povećava odnosno smanjuje opasnost od rizika. Jedan od najvažnijih koraka u zaštiti od kibernetičkih napada je edukacija djelatnika. Cilj takvih edukacija je upoznati zaposlenika o brzorastućim prijetnjama i posljedicama koje napad ostavlja na poslovanje kompanije. Najuspješnija edukacija bila bi ona u suradnji sa stručnjacima iz tog područja.

Ljudi su naviknuti stvarati slabe lozinke jer sustavi upućuju koja je kombinacija dovoljna za sigurnost. Najčešći odabir lozinke budu jednostavne i pamtljive kombinacije poput imena i datuma rođenja, što je napadačima vrlo jednostavno za pokušaj napada.

Primjer hakerskih napada nedavno se dogodio i u Hrvatskoj kada su žrtve napada bile tvrtke Badel 1862 i Labud, dok je nešto prije njih hakerski napad proveden i na KBC Rebro. Napadači su tražili otkupninu kako bi otključali korisnikove podatke. Neki od navedenih podataka koji su bili ukradeni su telefonske, email i partnerske veze. (Jutarnji list, 2024.)

Kompanijama često nedostaje stručnog osoblja koje se bavi sigurnosnom zaštitom unutar tvrtke. Još jedna stvar koja ograničava tvrtke je novac kojeg nemaju dovoljno ako požele obrazovati pojedine djelatnike koji bi radili u tom području. Nažalost, ovakvih napada bi moglo biti sve više i zbog toga je važno educirati djelatnike kako izbjeći napade i kako se zaštititi.



Slika 5. Zaštita podataka

Izvor: algebra.hr (2023.) Dostupno na: <https://www.algebra.hr/sto-donose-novi-zakoni-o-kibernetickoj-sigurnosti/>

6. Etično donošenje odluka

Svatko od nas sam bira hoće li se ponašati etično i hoće li biti svjestan svojih pogrešaka i propusta. Ljudi su često pod utjecajem nekih drugih faktora koji dovode do neetičkog ponašanja. Razlozi mogu biti brojni, neki od najčešćih su radna okolina, financijski razlozi, krajnji cilj tvrtke koji se odnosi na visok profit, pritisak na zaposlenike, itd.

Radna okolina može utjecati negativno na pojedinog zaposlenika ukoliko ponašanje drugih kolega utječe na njegovo. Radi dokazivanja takva osoba počeo će se ponašati kao i ostale kolege i zanemariti svoje etičko ponašanje kakvo je imala do tada. To može biti svjesno ili nesvjesno, a čemu je razlog nedovoljna educiranost ili nepoznavanje etičkih dilema.

Cilj svake tvrtke je visok profit ali je važno uzeti u obzir na koji način i kako je zarađen. Može se reći da kratkoročno razmišljanje, osljepljuje menadžere i zaposlenike te oni ne razmišljaju dugoročno o mogućim posljedicama, a na samom kraju rezultat toga može biti neetično donošenje odluka.

Vig (2023.) smatra dva najznačajnija pristupa etičkom donošenju odluka, a to su preskriptivni i deskriptivni pristup u donošenju odluka. Preskriptivni pristup koji je još poznat i kao normativni pristup je temeljen na etičkim teorijama. Najviše upotrebljavane etičke teorije su: etički egoizam i utilitarizam, deontologija i etika vrlina.

Etičke teorije pomažu pri donošenju odluka, sastoje se od određenih smjernica i pravila. Etički egoizam jedna je od teorija koja smatra da je moralno ispravno sve što utječe na što veći osobni interes donositelja odluke. Može se reći da takve osobe rade dobro djelo jer će im to donijeti korist, te će napraviti sve što utječe na njihov ugled i povećanje reputacije.

Začetnik utilitarizma smatra se filozof Jeremy Bentham. Ova etička teorija odnosi se na sreću i korist za što veći broj ljudi. Iako neki smatraju da se zanemaruje pojedinac zbog sreće većine ili da se uz ovu teoriju mogu opravdati neetičke radnje koje se odnose na korist većine, ipak je popularna teorija, vrlo često se koristi u politici.

Deontologija se za razliku od utilitarizma odnosi na pojedinca a ne na čitavu skupinu. Dolazi od grčke riječi deon, što se može prevesti kao obveza ili dužnost, a najveći utjecaj dao je filozof Immanuel Kant. Prema njemu svaka osoba ima pravo biti svoja, ima pravo na slobodu i poštovanje. Najpoznatija Kantova ideja je kategorički imperativ, prema kojoj je potrebno prije donošenja odluke razmisliti mogu li svi postupiti tako u sličnim okolnostima. Razlikujemo i

dva pravila koja deontolozi primjenjuju, a to su zlatno pravilo i platinasto pravilo. Zlatno pravilo glasi „Ne činite drugima što ne biste željeli da vama čine.“ te se povezuje sa svjetskim religijama. Prema platinastom pravilu treba tretirati druge onako kako bi oni željeli da budu tretirani. Ovo pravilo traži da osoba nauči poznavati osjećaje i potrebe drugih te da prilagodi komunikaciju prema njihovom stilu.

Etika vrlina odnosi se na to kakvi ljudi trebaju biti, odnosno kakvi su. Cilj je biti dobra osoba, te se poštuje platinasto pravilo, odnosno osjećaji drugih.

Od svih navedenih etičkih teorija ne postoji univerzalna koja bi bila prihvaćena kao najbolja, jer prilikom donošenja odluke pojedinca motivi i rezultati odaju na kojoj su ih teoriji zaključili.

Deskriptivni pristup odnosi se na opisivanje stvarnog ponašanja i odluka koje su donesene u etičkim situacijama. Temelji se na istraživanjima, na koji način i što utječe da pojedinac donese određenu odluku. Proces moralnog djelovanja uključuje moralnu svjesnost koja je prvi korak u donošenju etičke odluke, te da bi pojedinac znao prepoznati etičku dvojbu mora posjedovati moralnu svjesnost. Moralna prosudba odnosi se na prosuđivanje što je dobro, ali ne znači nužno da će ta odluka koja je dobra i provesti. Brojni faktori mogu utjecati na to da se etičke odluke ne provedu.



Slika 6. Donošenje odluka

Izvor: ramiro.hr (2022.) Dostupno na: <https://www.ramiro.hr/baza-znanja/kako-donositi-vazne-odluke>

Donošenje odluke odnosi se na biranje između dvije ili više opcija, te uključuje razmišljanje o posljedicama i prednostima koje će donesena odluka donijeti. Vig (2023.) navodi čimbenike koji utječu na etičnost donesene odluke, a to su: individualne karakteristike, poticaji i pritisci, prilike i mogućnosti te racionalizacija. Dakle navedeni čimbenici utječu na to kakva će biti odluka pojedinca, te hoće li postupati etički ili neetički.

Individualne karakteristike su osobine pojedinca koje utječu na donošenje odluke, također one tvore ličnost osobe. Ličnost određuje pojedinca, njegovo ponašanje, može se reći da je to ukupnost čovjekovih psiholoških karakteristika. (Hrvatska enciklopedija, 2024.) Općeprihvaćeni model podjele tipova ličnosti naziva se velikih pet, a to su ekstraverzija ili introverzija, ugodnost, savjesnost, neurotizam ili emocionalna stabilnost i otvorenost prema iskustvu.



Slika 7. Osobnost ili ličnost

Izvor: adiva.hr (2019.) Dostupno na: <https://www.adiva.hr/lifestyle/psiha-i-emocije/licnost-ili-osobnost-je-li-promjena-licnosti-moguca/>

Faktori koji mogu utjecati na neetično ponašanje su različiti, a u poslovnom svijetu ih je i više. Različite nagrade, poticaji, financijski razlozi neki su od čimbenika. Kroz primjer nagrade za najveći broj prodanih proizvoda u trgovini XY, može se prikazati neetično poslovanje. Ukoliko se na blagajni prati broj prodanih proizvoda dnevno, svaka prodavačica koja je radila taj dan nastojat će prodati što veću količinu proizvoda, jer će ona koja proda najviše dobiti određeni iznos novčane nagrade. Prilikom prodaje prodavačica može prešutjeti određene karakteristike proizvoda za koje je svjesna da se kupcima ne bi svidjele. Na taj način prodavačica koja je

motivirana novčanom nagradom, ne postupa etički prema kupcima, nego nastoji ostvariti veći profit trgovini i nastoji si osigurati nagradu koju nadređeni nudi.

Kada se govori o prilikama i mogućnostima za neetičko donošenje odluka, misli se na situacije koje pogoduju takvom ponašanju. Npr. ne postojanje jasnih pravila i procedura, nekažnjavanje onog tko napravi takve stvari, što daje hrabrost i drugim djelatnicima da se tako ponašaju.

Moralna isključenost je situacija kada pojedinac ne priznaje svoje greške, već opravdava svoja neetična djela i postupke. Takve osobe nastoje uvjeriti druge u nešto u što i sami žele vjerovati.

7. Rasprava

Današnji svijet obilježen je sve značajnijim razvojem tehnologije. Poslovanje i obveze koje se obavljaju u svakodnevnom životu vrše se pomoću raznih digitalnih alata, aplikacija i sustava. Veliki problem predstavlja zaštita osobnih podataka što je neizbježno ukoliko je osoba digitalno aktivna. Osobni podatci ostavljaju se na gotovo svim internetskim stranicama.

Organizacije prikupljaju podatke svojih korisnika o različitim stvarima, kao što su preferencije potrošača, ponašanja, mišljenja i stavovi. Veliko je pitanje tko ima pristup tim podacima te kako i za što se ti isti podatci koriste. Takve organizacije odgovorne su za zaštitu podataka, te poštovanje protokola o zaštiti. Ukoliko se pravila ne poštuju ili se izbjegava ulaganje u mjere zaštite to može dovesti do ozbiljnih problema za tvrtku te rušenja reputacije. Način na koji tvrtke prikupljaju podatke također je vrlo važan za ugled tvrtke, korisnici imaju pravo znati na koji način se njihovi podatci prikupljaju i gdje se pohranjuju, te tko ih obrađuje. Nejasno definiran način prikupljanja podataka može izazvati do nesigurnost i nepovjerenje kod korisnika te na taj način nanijeti štetu organizaciji.

Zbog navedenih razloga bilo bi dobro obratiti veću pozornost na područje same etike. Izazovi s kojima se organizacije susreću u smislu etike izazivaju veliku pažnju. Organizacije moraju biti svjesne takvih izazova i potencijalnih problema koje im nose, te raditi na razvoju etičkih smjernica koje će osigurati zaštitu privatnosti, sigurnost podataka, transparentnost, pravednost i odgovornost. Samo kroz etičko upravljanje informacijskim sustavima moguće je izgraditi povjerenje među korisnicima i osigurati održivost poslovanja u digitalnom dobu.

Korisnici online usluga su sve dobne skupine, počevši od najmlađih sve do starijih. Ono što je legalno ne znači da je i etično. Primjer mogu biti ljudi koji su slabije upoznati s određenim pravilima i načinima prikupljanja njihovih podataka, nejasno sastavljeni ugovori i slično. Vrlo je važno osvijestiti ljude o ovoj vrlo osjetljivoj temi, jer se tehnologija iz dana u dan sve više razvija. Moguće je održavanje različitih radionica za sve dobne skupine, te poboljšanje školskih kurikuluma što uključuje veću posvećenost temi same etike, a uz to i izazova s kojima se svatko od korisnika može susresti. Više posvećenosti edukaciji zaposlenika u organizacijama od velike je važnosti jer u svakom smislu bi pridonijelo razvoju organizacije, te razvoju samih zaposlenika.

Zaključak

Poslovni informacijski sustavi služe kako bi se prikupile, obradile, distribuirale i pohranile informacije u organizaciji na temelju kojih bi se donijele ispravne i točne odluke te riješili određeni problemi. Razlikujemo pojmove podatak i informacija. Podatak je činjenica iz koje nastaje informacija, dok skup organiziranih podataka predstavlja bazu podataka. Informacija se naime sastoji od podataka kojima je pridruženo značenje, te se na temelju informacija donosi odluka.

Razlikujemo i tri osnovne vrste informacijskih sustava, a to su klasični informacijski sustav, sustavi za potporu odlučivanju te ekspertni sustavi. Svaka od navedenih vrsti nadovezuje se na jednu od tri razine upravljanja. Najniža razina upravljanja koja je poznata pod nazivom operativni menadžment, bavi se tekućim, rutinskim i svakodnevnim problemima. Povezuje se s klasičnim sustavom. Srednja razina ili taktički menadžment povezuje se s sustavom za potporu odlučivanju, dok se ekspertni sustav povezuje s najvišom razinom upravljanja.

Za uspješno poslovanje tvrtke potrebno je raspolagati s pravovaljanim podacima. Podaci se razlikuju s obzirom na obujam, pa postoje veliki i mali podaci. Način na koji se podatci zapisuju u računalo smatra se strukturom podatka, pa tako postoje strukturirani, polustrukturirani i nestrukturirani podaci.

Danas je sve više u tvrtkama zastupljeno elektroničko poslovanje. Postoji osnovna razlika između e – poslovanja i e – trgovine, a to je da je e – trgovina puno uži pojam od elektroničkog poslovanja. E – trgovina uključuje obavljanje svih transakcija kupnje i prodaje. Vrlo važan pojam je i digitalna transformacija koja mijenja dosadašnje načine rada, komunikaciju među ljudima ali i sam njihov način života. Postupci koje digitalna transformacija nudi olakšavaju svakodnevni život i ljudima i poduzećima.

Uspješnost poslovanja pojedine tvrtke ovisi o mnogobrojnim čimbenicima, među kojima se nalazi i ugled tvrtke. . Etika dolazi od grčke riječi ethos, što znači običaj. Etika proučava ljudsko ponašanje i postavlja određena očekivanja, kako bi se pojedinac trebao ponašati. Moral dolazi od latinske riječi moralis, što znači ćudoredan, moralan. Moral možemo promatrati kao skup nepisanih pravila na temelju kojih se pojedinac ili društvo ponaša, a razlikuje se među svakim društvom.

Ljudi su često pod utjecajem nekih faktora koji dovode do neetičkog ponašanja. Razlozi mogu biti brojni, neki od najčešćih su radna okolina, financijski razlozi, itd... Donošenje odluke odnosi se na biranje između dvije ili više opcija. Individualne karakteristike su osobine pojedinca koje utječu na donošenje odluke.

Ljudi danas većinu stvari obavljaju putem interneta i raznih aplikacija koje im olakšavaju svakodnevni život i poslovanje. Prilikom takvih aktivnosti, ponekad nisu niti svjesni gdje sve ostavljaju vlastite podatke te na koji način oni mogu biti iskorišteni.

Budući da je ovo vrlo osjetljiva tema, te se tehnologija iz dana u dan sve više razvija i napreduje, potrebno je provoditi edukacije u skladu s razvojem. Održavanje radionica prilagođenih temi jedna je od mogućnosti koja bi doprinijela boljoj svijesti ljudi o etičnom ponašanju.

Popis literature

Knjige:

1. Bosilj – Vukšić (2020). Osnove poslovne informatike. Zagreb: Ekonomski fakultet
2. Panian Ž. (2002). Izazovi elektroničkog poslovanja. Zagreb: Narodne novine
3. Srića V., Spremić M. (2000). Informacijskom tehnologijom do uspjeha. Zagreb: Sinergija
4. Vig, S. (2023). Poslovna etika. Zagreb: Codupo d.o.o.
5. Čerić, V., Varga, M. (2004.) Informacijska tehnologija u poslovanju. [Online]
Dostupno na: <https://www.scribd.com/doc/53679702/Informacijska-Tehnologija-u-Poslovanju-VCeric-MVarga-2004-Text> [pristupljeno: 3. srpnja 2024.]

Web stranice:

1. Ćorić, Lj. (2015.) Sedam ključnih stvari koje mora imati svaka uspješna web trgovina
Dostupno na: <https://www.poslovni.hr/sci-tech/7-funkcionalnosti-koje-bi-svaka-internet-trgovina-trebala-imati-298818> [pristupljeno: 5. srpnja 2024.]
2. Dnevnik.hr (2014.) *Znate li što je „outsourcing“?* Dostupno na: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/znate-li-sto-je-outsourcing---334372.html>
[pristupljeno: 3. srpnja 2024.]
3. dsigital *Elektronička trgovina: povijest i budućnost.* Dostupno na: <https://dsigital.com/software/elektronicka-trgovina/> [pristupljeno: 7. srpnja 2024.]
4. dqs Što je sustav upravljanja? Dostupno na: <https://www.dqsglobal.com/hr-hr/edukacija/dqs-centar-znanja/sto-je-sustav-upravljanja> [pristupljeno: 3. srpnja 2024.]
5. Fišić, L. Badel 1862 potvrdio hakerski napad: ‘Iskopirali su manji dio poslovne dokumentacije’ Dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/badel-1862-potvrdio-hakerski-napad-iskopirali-su-manji-dio-poslovne-dokumentacije-15478301>
[pristupljeno: 6. srpnja 2024.]

6. Gazić, I. (2019.) *Što je poslovna etika?* Dostupno na: <https://www.linkedin.com/pulse/%C5%A1to-je-poslovna-etika-ivan-gazi%C4%87> [pristupljeno: 7. srpnja 2024.]
7. GoogleDoodles (2024.) *Father`s day* . Dostupno na: <https://doodles.google/doodle/fathers-day-2024-jun-9/> [pristupljeno: 3. srpnja 2024.]
8. Gregov, I. (2019.) *Može li se ličnost mijenjati?* Dostupno na: <https://www.adiva.hr/lifestyle/psiha-i-emocije/licnost-ili-osobnost-je-li-promjena-licnosti-moguca/> [pristupljeno: 6. srpnja 2024.]
9. Intouch interface *Razumijevanje i značaj privatnosti podataka u digitalnom društvu.* Dostupno na: <https://intouchinterface.hr/blog/privatnost-podataka-u-digitalnom-drustvu/> [pristupljeno: 7. srpnja 2024.]
10. Pantheon *Elektroničko poslovanje – kako, što, gdje?* Dostupno na: <https://www.datalab.hr/blog/elektronicko-poslovanje-kako-sto-gdje/> [pristupljeno: 4. srpnja 2024.]
11. Pureta, I. (2022.) *Kako donositi važne odluke.* Dostupno na: <https://www.ramiro.hr/baza-znanja/kako-donositi-vazne-odluke> [pristupljeno: 6. srpnja 2024.]
12. Rendulić, I. (2021.) *Zero trust u službi kibernetičke sigurnosti.* Dostupno na: <https://duplico.io/zero-trust-definicije-i-prednosti/> [pristupljeno: 3. srpnja 2024.]
13. Symul (2024.) *Prednosti i nedostaci vanjskih usluga (outsourcing)* Dostupno na: <https://www.symul.hr/hr/novosti/prednosti-i-nedostaci-vanjskih-usluga-outsourcing-1> [pristupljeno: 6. srpnja 2024.]
14. Večernji list *Renomirana imena u cyber sigurnosti stižu na „Alert“ konferenciju u Zagreb* Dostupno na: <https://www.vecernji.hr/vijesti/renomirana-imena-u-cyber-sigurnosti-stizu-na-alert-konferenciju-u-zagreb-1719480> [pristupljeno: 6. srpnja 2024.]
15. Zavod za informatičku djelatnost Hrvatske d.o.o. *Upravljanje kvalitetom podataka.* Dostupno na: <https://zih.hr/konzalting/digitalna-transformacija-kroz-upravljanje-podacima/upravljanje-kvalitetom-podataka/> [pristupljeno: 3. srpnja 2024.]
16. ZCERPlavi ured *Razlozi ulaganja u e – poslovanje?* Dostupno na: <https://plaviured.hr/vodici/koji-su-glavni-razlozi-za-ulaganje-u-e-poslovanje/> [pristupljeno: 4. srpnja 2024.]

Popis slika

Slika 1. Primjer nestrukturiranih podataka.....	6
Slika 2. E – trgovina.....	8
Slika 3. Outsourcing.....	11
Slika 4. Moral i etika.....	12
Slika 5. Zaštita podataka.....	16
Slika 6. Donošenje odluka.....	18
Slika 7. Osobnost ili ličnost.....	19

Popis tablica

Tablica 1. Strukturiani podatci	5
---------------------------------------	---

