



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

# EKONOMSKA ŠPIJUNAŽA – MOTIVI I METODE

## Sadržaj

Poslovna špijunaža kao nova ekonomska disciplina, iako negde zanemarena a negde omražena, zauzima značajno mesto u odnosima među državama i vodećim transnacionalnim kompanijama.

Poslovna špijunaža je u suštini proces pretvaranja podataka iz informacija u znanje. Osnovni smisao poslovne špijunaže je da se stekne komparativna prednost u odnosu na konkurenciju, zbog čega i postoji „siva zona“ između takvog prikupljanja poslovnih podataka i ekonomske špijunaže. U Srbiji se za razliku od drugih država u tranziciji, oticanje važnih saznanja i informacija još uvek ne smatra velikom štetom. Čak i kada se dogodi slučaj poslovne špijunaže, kod nas se to apsolutno negira. Štaviše, ide se dotle da se oticanje veoma važnih poslovnih informacija i ne smatra nekom većom štetom. Jer, kako objašnjavaju to nisu pare, opipljiv predmet ili neko materijalno dobro – mašina. Za razliku od takvog našeg gotovo neodgovornog odnosa, svet kao i zemlje u našem okruženju, tome pridaju veoma veliku pažnju, izdvajaju novac i obučavaju ljude.

***Ključne reči:*** *Poslovna špijunaža, ekonomska špijunaža, konkurencija, tržište, ekonomske informacije, proizvodne informacije, poslovna tajna, zaštita informacija.*

# BUSINESS ESPIONAGE – MOTIVE AND METHODES

## Abstract

Business espionage, like a new economy discipline, somewhere unvalued, somewhere hateful, precede important place in relations between states and guide national company.

Business espionage is process of transforming data in knowledge. Primary sense of Business espionage is to concourse comparing of concurrence, and because of that existed “gray-zone” between data acquisition and business espionage.

In contrast to Serbia, of others countries in transition, outlet of important information’s are not big worse. And even if iodine case business espionage, in Serbia that’s just absolutely negation. What’s more, outlet of important information’s is not such a big worse. Those, how there explained, that’s not money, sensible object or same materially well – machine.

Unlike of our irresponsibly relation, world and countries in our ambience, render it very carefulness, assign money and tutored people.

**Key words:** *Business espionage, economy espionage, concurrence, market, economy informations, products informations, business secret, saving informations.*

## 1. Uvod

U vreme velike konkurencije i stalnih inovacija, posedovanje prave informacije u pravo vreme osigurava kompaniji vodeći položaj na tržištu i stvara održivu konkurentsku prednost. Sa ciljem održavanja i povećavanja tržišnog učešća, kao i profita, otvara se i mogućnost stvaranja velike baze podataka. Bitno je u pravo vreme otkriti šta i kako konkurenti rade i šta planiraju u budućnosti da rade. U tu svrhu pribegava se ekonomskoj (industrijskoj) špijunaži. Ekonomska (industrijska) špijunaža predstavlja skup dobro planiranih i veoma stručno izvedenih aktivnosti u cilju pribavljanja poverljivih ekonomskih informacija, koje su od koristi za poslovne projekte firme ili zaštitu ekonomskih interesa svoje države. Razlog je opravdan i jednostavan. Ekonomska špijunaža stvara mnogo manje troškove nego što je potrebno za ulaganje u sektor istraživanja i razvoja, štedi na upošljavanju specijalizovanih stručnih kadrova i smanjuje tehnološki jaz u odnosu na konkurenciju.

Sušтина poslovne špijunaže je proces pretvaranja podataka iz informacija u znanje. Glavni cilj poslovne špijunaže je da se stekne komparativna prednost u odnosu na konkurenciju, zbog čega i postoji „siva zona“ između takvog prikupljanja poslovnih podataka i ekonomske špijunaže.

Idejni tvorac pojma poslovna špijunaža, Stevan Dedijer, smatra dovođenje u vezu prikupljenih informacija i predviđanja izuzetno važnim, a u današnje doba informacija i mogućnosti pristupa svim podacima važno je i znati upotrebiti prikupljene informacije<sup>1</sup>. Zato firme, koje žele biti konkurentne, prikupljene informacije pomno obrađuju i analiz-

<sup>1</sup> Vidi, Izvor: <http://www.tabloid.co.yu/clanak.php?br=137&clanak=19>

iraju. Dedijer kaže da je 1960. godine u svetu na poslovnu špijunažu otpadalo 25 odsto ukupnih špijunskih operacija, a 60 odsto na vojno-obaveštajne delatnosti. Već 1990. godine vojna špijunaža činila je 15 odsto, a poslovna 60 odsto ukupnih obaveštajnih operacija.

## **2. Pojam ekonomske špijunaže**

Prema određenim saznanjima, iskustvima i analizama poslovna špijunaža je zbir veoma delikatnih, planiranih i stručno izvedenih aktivnosti zarad pribavljanja poverljivih informacija od koristi za poslovne projekte sopstvenog preduzeća, organizacije ili države ili za zaštitu poslovnih interesa istih. Ona takođe predstavlja sastavni deo poslova ekonomsko-diplomatskih servisa u cilju proučavanja poslovne strategije konkurentskih firmi ili država, novih poslovnih projekata, planova i istraživanja novih proizvoda ili nastupa na stranom tržištu, nadvladavanje konkurenata u potrazi za novim tržištima ili u nadmetanju za nove poslove i suzbijanju konkurencije na svetskom tržištu. Ekonomska ili industrijska špijunaža znači nelegalno prikupljanje ekonomskih i poslovnih podataka i informacija, koje konkurentske firme čuvaju u tajnosti. U tu svrhu koriste se razne metode, kao što su zapošljavanje svojih ljudi u konkurentskim kompanijama, angažovanje specijalizovanih agencija, korišćenje diplomatskih predstavnika u inostranim zemljama gde kompanija ima poslovne interese itd. Krajnji cilj svake firme koja počinje ekonomsku špijunažu jeste da dođe do poslovne tajne.

### **2.1. Poslovna tajna**

U suštini, poslovna tajna je kao skup informacija i podataka čije saopštavanje trećem licu može naneti štetu poslovnim interesima i poslovnom ugledu kompanije. U praksi, najčešće se kao poslovne tajne sreću originalni proizvodni postupci, nove tehnologije, sastojci specifičnih proizvoda, poslovni ugovori sa klijentima i njihov sadržaj, know-how, sastav i kvalitet menadžmenta. Značajan vid poslovne tajne je proizvodna tajna. Proizvodna tajna podrazumeva svaku šemu, formulu, izum ili informaciju koja se primenjuje u poslovanju i time stiče konkurentska prednost nad kompanijama iz istih ili sličnih delatnosti koje ih ne znaju i ne primenjuju. Svi zaposleni u kompaniji dužni su da čuvaju poslovnu tajnu za vreme radnog odnosa u kompaniji i posle njegovog prestanka. Poslovna tajna se može otkriti samo na opravdani zahtev ovlašćenih osoba i nadležnih organa i to mogu uraditi osobe koje su ovlašćene opštim aktima preduzeća. Poslovna tajna se određuje opštim aktima i određenim propisima preduzeća, i sa sobom nosi krivičnu odgovornost u slučaju odavanja.

### **2.2. Informatička podrška**

Timovi za poslovnu špijunažu podrazumevaju informatičku (i svaku drugu) opremljenost (rast tržišta informacija zavisi i od ulaganja države u informatičku tehnologiju). Tako je na primer, u Srbiji u toku 2001. ukupna vrednost isporučenih informacija bila 500.000 dolara, a u Zapadnoj Evropi bila je, u isto vreme, u vrednosti 1,25 milijardi dolara. Softveri za poslovnu špijunažu, koji su se nudili na tržištu do 2005. godine, sadržavali su matične podatke firmi od 1996. do 2003. godine, ugovorne uslove kupaca, prodajne cenovnike, podatke o dobavljačima i kupcima, o zalihama i prometu robe, kao i podatke o planu prodaje i zalihama. Nasuprot tome, podaci iz operativne baze sadrže knjigovodstvo

roba, fakturisanje i finansijsko rukovodstvo. Na taj način omogućena je sadržajna analiza prodaje, distribucije i logistike i to u cilju poboljšanja sastava planova, kao i analize stanja zaliha.

### 3. Ekonomska špijunaža kroz istoriju

Ekonomska špijunaža vodi poreklo iz vojne špijunaže. Špijuniranje je zabeleženo još 1500 godine pre n.e. kada je Mojsije odabrao 12 špijuna i poslao ih u drugu zemlju sa zadatkom da razgledaju zemlju, narod da li je jak ili slab, koliko ih ima, da li su dobri ili zli, kakvi su gradovi da li su utvrđeni ili ne (po Starom zavetu, Biblija).

Ljudi su se od uvek bavili krađom tuđih tajni, ideja i pronalazaka. Istorija je zabeležila puno takvih primera, a mi ćemo navesti samo neke. Tako je, po jednoj legendi, neka kineska princeza u 15. veku napustila svoju otadžbinu sa kapom od cveća na glavi. U cveću su bile sakrivene čaure od svilene bube. Tu je tajnu odnela kao poklon svom dragom princu u Indiju i tako je Indija počela da proizvodi svilu krađom čaura svilene bube u Kini. Ili, Vizantijski car Justinijan je u 6. veku poslao sirijske monahe u Kinu, koji su mu doneli svilene bube u šupljinama bambusovih štapova, kojima su se poštapali. Ili, tajna tvrdog kineskog porcelana je čuvana u Koni sve do 17. veka. Tada je jezuitski sveštenik D' Antrekol uspeo da uđe u kineske carske radionice, upozna tehnologiju proizvodnje, ukrade izvesne količine kaolina i prenese je u Zapadnu Evropu. Tako je u Evropi počela proizvodnja tvrdog kineskog porcelana. Veliki uspon ratne a samim tim i industrijske špijunaže počinje dolaskom Hitlera na vlast i stvaranjem nacističke Nemačke. Primenjivalo se načelo «totalne špijunaže» koje glasi: *Nema podataka koji nije važan, nema mesta koje nije interesantno i za špijuna su sposobni svi deca, odrasli, vojnici, seljaci, intelektualci.* Posle drugog svetskog rata dolazi do usavršavanja industrijske špijunaže. U ilegalnom istraživanju konkurentskih aktivnosti na meti su visoke tehnologije, industrija naoružanja, elektronika, informacione tehnologije, farmacija, svemirski programi, automobilska industrija itd.

### 4. Motivi

Motiv kojim se određena kompanija vodi kada kreće u industrijsku špijunažu je doći do bilo koje informacije (informacija je moć) koja će pomoći kompaniji da ostvari svoje ciljeve. Cilj može biti kreiranje novog proizvoda ili imitacija, razvoj nove tehnologije, povećanje tržišnog učešća, povećanje konkurentске prednosti itd. Kompanije idu do te mere da ciljano i smišljeno ulaze u bazu podataka konkurentске kompanije sa ciljem da joj nanesu određenu štetu u poslovanju.

Mesta na kojima se mogu naći informacije interesantne ekonomskim špijunima su sledeća: – Formalni dokumenti (strategijski planovi, izveštaji, specifikacije proizvoda i proizvodnih procesa, radni papiri, tehnička dokumentacija)

– Skice (Smatra se da je posle izrade formalnog dokumenta skica nevažna i bezvredna. Međutim, informacije koje se nalaze na skicama su od značaja i to ekonomski špijuni znaju)

– Nevažni komadići papira (računi, putne karte, salвете i sl. naizgled deluju nevažno i bezazleno ali ipak mogu pomoći u određivanju daljeg toka akcije konkurenata)

– Interna korespondencija (zapisnici sa sastanka, odluke, rešenja, bilteni i sl. prepuni su detalja o poslovanju kompanije i budućim namerama)

– Državne ustanove (Zavodi za statistiku, Zavodi za patente, poslovna udruženja i drugo, sakupljaju od preduzeća razne informacije koje mogu biti interesantne ekonomskim špijunima)

– Javni servisi (veliki izvori informacija su dnevne i nedeljne novine, specijalizovani časopisi, Internet)

– Formalni sastanci (kompanije u određenim periodima organizuju sastanke sa svojim zaposlenima, gde osim dnevnog reda ima i drugih materijala koji mogu doći do konkurenata)

– Neformalni sastanci (zaposleni se sastaju posle radnog vremena i raspravljaju o poslu u restoranu, kafiću, preko telefona i sl.)

Kompanije se u današnjim uslovima tržišnog privređivanja i ekspanzivne konkurencije moraju suočiti sa rizikom, tj. moraju shvatiti opasnost od ekonomske špijunaže da bi mogle preuzeti određene mere za zaštitu svojih važnih podataka od «slučajnih posetilaca» tj. špijuna.

Opasnost kompaniji mogu predstavljati pojedinci, organizacija, događaj, okolnosti itd. Najznačajnije potencijalne opasnosti za kompaniju su:

- loša obuka kadrova
- lica koja svakodnevno dolaze u kompaniju (tzv. insajderi)
- konkurentske kompanije
- strane obaveštajne službe
- organizovani kriminal
- «sitni» kriminal
- terorizam
- dobavljači
- potrošači
- novinari
- prirodne katastrofe.

Slabo obezbeđenje kompanije. Razlikujemo četiri kategorije:

1. Operativne (propusti u poslovanju, slučajne greške zaposlenih, način davanja informacija,

upotreba Interneta, telefona, faksa itd.)

2. Fizičke (slaba obučenost ljudi iz obezbeđenja, nepostojanje ulazno/izlazne kontrole, neuredni stolovi, računari bez šifri, nezaključane kancelarije itd.)

3. Kadrovske (propusti pri zapošljavanju novih kadrova obrazovanje, iskustvo, lični problemi itd.)

4. Tehničke (nezaštićena baza podataka u računarima, prenos podataka, prisluškivanje telefona i sl.)

## 5. Informacija kao cilj ekonomske špijunaže

Informacije koje predstavljaju interes pri sakupljanju i analizi podataka u ekonomskoj špijunaži<sup>2</sup>:

a) Informacije komercijalne sadržine:

- podaci o konkurenciji, njihove slabe strane;
- podaci o dobavljačima;
- podaci o tržištu;
- uslovi finansijskog poslovanja;
- tehnološko-proizvodne tajne;
- mere koje preduzima konkurencija prema svojim protivnicima;
- podaci o potencijalnim partnerima, provera njihovog poštenja;
- informacija o mestu čuvanja tereta, vremenu i maršruti prevoza;
- otkrivanje osetljivih odnosa među saradnicima; otkrivanje lica pogodnih za vrbovanje putem otkupa, ucene ili na drugi način;
- veze i mogućnosti rukovodstva;
- utvrđivanje kruga stalnih posetilaca.

b) Informacije lične prirode:

- izvori prihoda;
- pravi odnosi prema ovim ili onim društvenim događajima, prema vladajućim strukturama;
- način ličnog života rukovodioca i članova njegove porodice;
- raspored i mesta susreta – poslovnih i ličnih;
- podaci o veličini finansijskog blagostanja;
- informacija o ljudskim slabostima;
- opasne sklonosti;
- štetna seksualna orijentacija;
- podaci o prijateljima, prijateljicama, mestima odmora, putanjama kretanja;
- informacije o mestima čuvanja dragocenosti;
- adresa prebivališta;
- bračna neverstva;
- problemi između roditelja i dece.

Preventivne mere zaštite kompanije, 4 kategorije:

1. Operativne mere (upoznavanje zaposlenih sa postojanjem pretnji i njihova obuka; klasifikovanje informacija na one koje su «poverljive»; stroga uputstva o informacijama koje se mogu iznositi u javnost, po sektorima PR, Marketing, Prodaja; izveštaji o osobama sa kojima se stupa u kontakt i provera boniteta potencijalnih poslovnih partnera; odvojene telefonske linije za važne poslovne razgovore itd.);

<sup>2</sup> Vidi, <http://megatrender.blog.co.yu/blog/megatrender/megatrender-2/2007/09/07/dimenzije-ekonomske-spijunaze2>

2. Fizičke mere (svakodnevno zaključavanje kancelarija, stolova; instaliranje šifri na važnim računarima (serverima); postavljanje video uređaja; zapošljavanje dobro obučeni ljudi za posao obezbeđenja);

3. Kadrovske mere (provera diplome o obrazovanju; provera postojanja policijskog dosijea; uvođenje polaganja psiho-testova; uvođenje intervju sa zaposlenima; kategorizacija zaposlenih jer ne mogu svi imati pristup važnim informacijama);

4. Tehničke mere (instalacija antivirus programa; kontrola pristupa programima i računarima; izbor pouzdanog partnera za servisiranje računarskih mreža).

## 6. Ekonomska špijunaža u Srbiji

Oticanje važnih saznanja i informacija još uvek ne smatra velikom štetom u Srbiji. Bez obzira na evidentan tehnološki zaostatak, nije tačno da u privredi Srbije ne postoje veoma interesantne informacije za naše konkurente, ali mi njihovom čuvanju posvećujemo veoma malo pažnje. Čak i kada se dogodi slučaj poslovne špijunaže, kod nas se to apsolutno ignoriše ili negira. Štaviše, otkrivanje veoma važnih poslovnih informacija i ne smatra nekom većom štetom. Jer, kako objašnjavaju to nisu pare, opipljiv predmet ili neko materijalno dobro – mašina. Za razliku od takvog našeg gotovo neodgovornog odnosa, svet kao i zemlje u našem okruženju, tome pridaju veoma veliku pažnju, izdvajaju novac i obučavaju ljude. Isto tako, informacije o ljudima, njihovim znanjima i potencijalima jesu imovina vredna zlata. Za informacije se mnogi otimaju, a nama ta činjenica kao da ništa ne znači. Kod nas je, još uvek, gotovo normalna stvar da neko od vrhunskih stručnjaka ili menadžera pređe iz jedne na drugu, konkurentsku firmu, domaću ili čak stranu i da nastavi da se bavi poslom kojim se i pre bavio, kao da se ništa nije dogodilo. U mnogim razvijenim državama takvom stručnjaku ili menadžeru bi minimum dve godine bilo zabranjeno da obavlja slične poslove, da bi se na taj način sačuvala njegova važna saznanja o preduzeću iz koga je otišao.

Da sve ovo nije puka apstrakcija i da je zaštita podataka i informacija svakodnevna i životna potreba ukazuje i to da je kod nas u jeku restruktuiranje velikih privrednih sistema i odvajanje suštinskih od pratećih delatnosti, kao uvod u sutrašnju privatizaciju. Ti procesi su posebno interesantni za buduće partnere i učesnike u tom poslu, ali i dobra prilika za velike prevare – nenamensko trošenje para, finansijske i druge pronevere. Srbija, izlazeći polako iz ekonomske krize, postaje veoma interesantno područje za razne poslovne opservacije, pa je poslovna špijunaža intenzivna (stranci nas bolje poznaju nego mi sami sebe), imaju sve potrebne informacije o našim preduzećima i kreiraju strategiju i politiku nametanja uslova, dovodeći sebe i svoje vlasnike u dobru startnu poziciju kod kupovine preduzeća uz veoma povoljne uslove, jer plaćaju samo od 10 do 20 odsto njihove prave vrednosti. Osim loše klime i ukupne atmosfere privrednog kriminala, u Srbiji ne postoje stručnjaci, koji bi se suprotstavili ekonomskoj špijunaži, delujući najpre preventivno, a potom i operativno. Čak se interna kontrola i interna revizija (u okviru same firme) u našim bankama i javnim preduzećima tek pojavljuju, ali još uvek sa slabim rezultatima. U suštini, teško je uopšte naći i obučiti ljude koji bi se visokostručno bavili samo sprečavanjem „pranja“ novca, antikorporacijskim merama, sajber (kompjuterskim) kriminalom, mešetarenjem informacijama i sl. To su veoma uske specijalnosti i posebna znanja kojima se kod nas bavi mali broj ljudi, a ni društvo se, nažalost, ne trudi mnogo da ih obuči, angažuje i adekvatno plati.



## 7. Ekonomska špijunaža u industrijski razvijenim zemljama

Za razliku od našeg pristupa ovoj problematici, u pojedinim industrijski razvijenim državama već se pristupilo organizovanom obučavanju kadra za veoma složene i riskantne funkcije ekonomskog diplomate. Među prvima su to uradili Japanci i Francuzi, koji su prvi u svetu 1997. godine osnovali Školu za ekonomsko ratovanje, tzv. grupe ESLSCA, dok Japanci svoju elitu za ekonomsku diplomatiju obučavaju u okviru „Macušita škole za biznis i menadžment“ još od sredine osamdesetih godina.

### *Japan*

Za ostvarenje jedinstvenog nacionalnog cilja – osvajanje svetskog tržišta, Japanci su mobilisali sve snage politike, ekonomije i društva. Težište i glavne sektore čine MITI, u okviru kojih je grupisano nekoliko ministarstava: međunarodne trgovine, industrije, finansija, spoljnih poslova i ono što na Zapadu spada pod ministarstvo unutrašnjih poslova. U MITI spadaju i državne i paradržavne agencije kao „Jetro“ (japanska spoljnotrgovinska organizacija), trgovinska društva nazvana „Šogo Soša“ u koje ulaze velike kompanije, poput „Micubišija“ i „Mitsuija“. Tome treba pridodati još desetak grupacija kompanija, asocijacija, federacija poslodavaca, sindikata. Nisu izostavljene ni državne obaveštajne službe, kao ni političari. Između svih njih razvile su se višestruke direktne veze s osnovnim ciljem stalnog ekonomskog razvoja, da bi Japan postao svetska trgovinska, industrijska i tehnološka sila. Za ostvarivanje takvog cilja neophodne su visokoobrazovne ustanove. Već navedena „Macušita škola za biznis i menadžment“ jedna je od vodećih, i to ne samo u Japanu. Jedini kriterijum za izbor kandidata je sposobnost, znanje i ingenioznost, a što im otvara ulazak u biznis i političku elitu Japana. Predavači su im najbolji domaći i strani stručnjaci, od ekonomije i političkih nauka, do upoznavanje specifičnosti vodećih japanskih takmaca u strategiji ovladavanja svetskim tržištem. Sastavni deo njihovih napora jeste temeljno pripremanje za korišćenje svih raspoloživih tehnika i resursa, odnosno instrumenata i mehanizama, za ekonomsku i poslovnu špijunažu njihovih konkurenata na sve četiri strane sveta. Ekonomska mreža Japana kombinuje brojne kanale znanja, a to se posebno odnosi na industriju i banke. Japanci dugoročno izgrađuju svoju strategiju, koja ih obavezuje da neprestano šire polje svojih znanja o kulturi država meta, njihovog načina života, potreba tamošnjih potrošača i kretanja na svetskom tržištu.

### *Francuska*

Francuska takođe ima sličan koncept po stepenu brige države za uspešnost nacionalne ekonomije, državne i privatne podjednako. U domenu odbrane od ekonomske i poslovne špijunaže od strane konkurencije, Francuzi preporučuju veliku autonomiju kompanija u odlučivanju o upravljanju ekonomskim odlukama na tom planu. Sama država ne utiče na kompanije u nastojanju da ostvare maksimalni profit, ali im savetuje stvaranje zajedničkih mreža informisanja kako bi saznali menadžerske odluke konkurencije i uspešno sačuvali delove tržišta, a istovremeno osvojili nova i tako zaštitili ekonomsku osnovu svojih preduzeća. To je bio osnovni cilj osnivanja Škole za ekonomsko ratovanje, gde su predavači za ekonomsko-obaveštajni rad iskusni generali francuske civilne i vojne obaveštajne službe – DGSE i DSST.

## 8. Zaključak

Obaveštajna aktivnost, kao nezaobilazna karika u odlučivanju kod privrednih subjekata, javlja se kao ključno oružje u ostvarivanju poslovne strategije delovanjem u potpuno legalnim okvirima. Razvoj obaveštajno-bezbednosnih aktivnosti nalazimo u privredi Japana pod okriljem Ministarstva za spoljnu trgovinu i industriju (MITI) i u Nacionalnoj spoljnotrgovinskoj agenciji (JETRO), u Švedskoj pod tehničkim atašoom (STAT), u Sjedinjenim Državama pod NEC-om, u Francuskoj INTELCOM-om... Osim vladinih agencija, i sami privredni subjekti, naterani povećanom konkurencijom i strahom za svoj opstanak na tržištu, osnivaju odeljenja koja se bave obaveštajnim i bezbednosnim aktivnostima. Kod nas u javnosti nema nikakvog traga razmišljanja o ovakvoj aktivnosti. Strategija preživljavanja i ekonomske ekspanzije jednog malog naroda (države) ne može se pripisati veličini njene oružane sile, brojnosti populacije i veličini teritorije, već savršenoj organizovanosti njenih obaveštajno-bezbednosnih službi, kao baze ekonomskih, diplomatskih i vojnih aktivnosti. Neophodno je da se na najvišem državnom nivou podstakne izgradnja nacionalnog pristupa obaveštajnim i bezbednosnim sposobnostima Srbije, kao temelja konkurentnosti i opstanaka srpske privrede. Ako želimo u Evropsku uniju, onda je zadatak Srbije da svoje naučne, ekonomske, tehnološke i privredne aktivnosti prilagodi trendovima Evropske unije.

Sređeni politički odnosi i privredni napredak značajni su činioци kako unutrašnje, tako i spoljašnje stabilnosti, a time i bezbednosti. Oni su pretpostavka za odgovarajuća neposredna ulaganja, a osnovni privredni standardi važni su kriterijumi za primanje novih članova u Evropsku uniju. Privrednu stabilnost značajno određuju svetski činioци – i u zajedničkoj igri jakih TNK i drugih organizacija među državama.

Zato unutrašnja stabilnost i bezbednost, jednostrano shvaćene, jesu stanje što manje ugroženosti države protivdržavnim delatnostima. Za svaku vladu unutrašnja bezbednost jedna je od glavnih oblasti politike, koja se više ne može posmatrati jednostrano. Štaviše, veoma brzo postaje jasna povezanost i zavisnost unutrašnje bezbednosti države od privredne, finansijske i socijalne bezbednosti. Unutrašnja bezbednost danas ima i sve veću međunarodnu dimenziju. Moglo bi se tvrditi da unutrašnju bezbednost značajno određuje ta međunarodna dimenzija. Glavne odrednice za to su uvoz kriminala, međunarodne trgovine narkoticima i ljudima, i međunarodni terorizam. Organizovani kriminal je glavni izazov unutrašnje bezbednosti. Globalizacija i informatičko doba stvorili su takoreći svetsko tržište kriminala. Zato je za borbu protiv organizovanog kriminala neophodna delotvorna međunarodna saradnja. Slična je situacija i kada je reč o globalnom ratu protiv terorizma, koga neki autori ocenjuju kao politički mit koji je propagiran za postizanje svetske hegemonije Sjedinjenih Država. Kada je snažni industrijski i tehnički razvitak obuhvatio niz zemalja u svetu, kada je na tržište izbacivan višak proizvoda, kada je iz fabrika dnevno izlazilo na stotine hiljada raznog oruđa, oružja, mašina i miliona tona robe, i počela borba za osvajanje tržišta, ekonomska špijunaža je počela da postaje sve značajniji faktor u sklopu celokupne obaveštajne delatnosti neke države. Ekonomska špijunaža je, kao i svi drugi oblici špijunaže, bila prvenstveno određena potrebama vojne špijunaže. Trebalo je utvrditi koliko i kakvog oružja proizvodi jedna fabrika, koliko brodova i aviona i druge opreme. Pored toga je trebalo doći do nacрта i planova novih vrsta oružja koje poseduje strana zemlja, do novih mašina kojima se to oružje proizvodi, da bi i sopstvena zemlja mogla da proizvodi isto takvo oružje... Tako je nastala jedna od najraširenijih špijunskih delatnosti u svetu, koja je svakim danom sve više obogaćivala svoju sadržinu rada novim zadacima, te proširivala svoju delatnost i postala toliko masovna, da nije više predstavljala samo važno pitanje delatnosti obaveštajne službe jedne zemlje, nego i jedne

fabrike, kompanije, stručnih i poslovnih udruženja i organizacija u jednoj državi. Dok su svi ostali oblici špijunaže (politička, vojna itd.) rezultat delatnosti obaveštajnih organizacija jedne države, ekonomska i poslovna špijunaža poprimile su i elemente privatne špijunaže. Fabrike, kompanije, udruženja, bilo da su privatno vlasništvo, bilo da su u državnim rukama, svako na svom području i u okviru svoje specijalnosti osniva svoju službu za prikupljanje podataka o proizvodnji, planovima proizvodnje novih proizvoda, cenama, istupima na domaćem i svetskom tržištu istovrsnih preduzeća. Čvrsta povezanost i međuzavisnost privrede svih zemalja u svetu, konkurencija koja stoji iznad svega toga, uslovili su i razvitak ekonomske i poslovne špijunaže do neverovatnih razmera. Iznad svih tih delatnosti stajala je obaveštajna služba, koja je i svoju aktivnost i aktivnost drugih institucija u svojoj zemlji usmeravala u željenom pravcu, sakupljala sve informacije na jednom mestu, koristila ih u interesu cele zemlje i postajala najkorisniji deo celokupne obaveštajne delatnosti, jer se njen rad ispoljava u konkretnim materijalnim koristima za jednu zemlju. Dok sve ostale obaveštajne delatnosti samo „troše“ materijalna sredstva, ekonomska i poslovna špijunaža materijalno pomažu svoju državu. Na primer, ako neka strana obaveštajna služba dođe do planova i podataka za jednu vrstu mašine koju njeni stručnjaci nisu uspeali da konstruišu ili bi troškovi rada na njenom pronalaženju i usavršavanju bili isuviše veliki za takvu zemlju, onda je materijalna pomoć službe u tom slučaju velika. Isto tako, ako bi je kupovali kao licencu od druge zemlje, morali bi skupo da je plate. Dobijanjem podataka i svih planova o mašini putem obaveštajnih metoda, obaveštajna služba uštedi svojoj zemlji ne samo materijalna sredstva, nego i vreme koje bi ona morala da utroši da bi njeni stručnjaci proizveli takvu mašinu. A danas se zna da svaki pronalazak u industriji zastareva za tri do pet godina. Sličan primer može se navesti i u oblasti cene proizvoda na svetskom tržištu. Jedna zemlja želi da proda nekoj drugoj svoj proizvod, na primer, za četiri dolara po komadu, ali je njena obaveštajna služba svojim metodama uspešla da sazna da bi ta zemlja zbog oskudice u tom proizvodu, hitne potrebe i sl. bila spremna da plati ne samo četiri, nego i pet-šest dolara. Može se zamisliti kakve su koristi za onu zemlju čija je obaveštajna služba saznala taj podatak, ako se, na primer, radi o stotinama hiljada komada određenog proizvoda. Pri tome za privredu jedne zemlje nije bitno da li te podatke dobija obaveštajna organizacija iza koje stoji država ili privatnik, vlasnik fabrike ili kompanije, jer i privatna fabrika čini deo opšte privrede jedne države. Zato ekonomska i poslovna špijunaža predstavljaju jednu od vrlo važnih poluga celokupne politike jedne države, jer jaka privreda predstavlja zdravu i čvrstu osnovu svake zemlje, vojnu snagu, moć njene odbrane i igra vidnu ulogu u političkim odnosima s drugom državom. Iz tog razloga sve razvijene zemlje posvećuju izuzetno veliku pažnju proučavanju ekonomskih odnosa u jednoj državi, kvantitetu, kvalitetu i raznovrsnosti njene proizvodnje, snazi njene industrije, izvozu i uvozu, njenim istupima na stranim tržištima, tehničkom i naučnom napretku, sve u cilju zaštite ekonomskih interesa i privrede svoje zemlje. Interesovanje obaveštajnih službi za ekonomiju jedne države ne zaustavlja se samo na globalnim pitanjima i problemima njene privrede, već ide do takvih detalja da bi se laik upitao zašto je i kome to potrebno.

Ekonomska i poslovna špijunaža predstavljaju jednu od vrlo važnih poluga celokupne politike jedne države, jer jaka privreda predstavlja zdravu i čvrstu osnovu svake zemlje, vojnu snagu, moć njene odbrane, i igra vidnu ulogu u političkim odnosima s drugom državom.

1. General-major u penziji dr Todor Petković, „*Poslovna Špijunaža I Ekonomsko Rastovanje – Agenti presvučeni u biznismene*“, Tabloid, članak 16, 2007.
2. **Bojan Đorđević**, „*Dimenzije ekonomske spijunaže*“, Megatrender, 2007.
3. [www.en.wikipedia.org/wiki/Industrial\\_espionage](http://www.en.wikipedia.org/wiki/Industrial_espionage)
4. Zoran Petrović Piroćanac, „*Ekonomska Špijunaža*“, Draslar Partner: Jugoistok, Institut za političke studije, 2005.
5. William M. Johnson, „*101 Questions & Answers About Business Espionage*“, The Questor group, USA, 2001.
6. Allen W. Dulles, „*The Craft of Intelligence: America's Legendary Spy Master on the Fundamentals of Intelligence Gathering for a Free World*“, Joan Buresch Talley, USA, 2006.
7. Hedieh Nasheri, „*Economic Espionage and Industrial Spying*“, Cambridge Studies in Criminology, Press syndicate of the University of Cambridge, Cambridge, UK, 2005.