



DEPARTMENT FOR STRATEGIC RESEARCH

ЕКОНОМСКОТО РАЗУЗНАВАЊЕ НАЈГОЛЕМ ПРЕДИЗВИК НА ГОЛЕМИТЕ СИЛИ

м-р Силвана Вељуслиев

д-р Митко Вељуслиев

Апстракт

Промените кои се случија во глобализираните светски движења битно влијааа на многу подрачја на човековата активност кои денес се значително поразлични од минатото. Сите промени во економските, политичките, вкупните социјални и други процеси пресудно влијаат на начинот на квалитетот на живот на современиот човек.

Новите предуслови наметнаа и потреба за барање на нови инструменти за дејствување во поинакви рамки и предизвици. Тоа не се однесува само на стратегиските инструменти на дејствување на национално и државно ниво, туку и на степенот на дејствување во поделни подрачја (на пример економијата), и одделни организациски форми (пример компании). Во тие нови побарувања и прилагодувања, новите инструменти постанаа составен дел на вкупните инструменти од спектарот на национална безбедност. Со други зборови, тие нови инструменти добија значајно место во остварувањето на националната безбедност и националните интереси и постанаа инструмент на општествена моќ. Еден од тие инструменти е економското разузнавање кое претставува израз на информациска моќ.

Денес, информациите се сметаат како извор на енергија, како што се нафтата и гасот, иако се во нематеријална форма тие имаат моќна улога во секојдневието. Лесниот пристап на економските разузнавачи претставува можност и закана. Економското разузнавање, значи паметно управување со информациите, со цел да се дознае, разбере и да се предвиди надворешната средина, (клучните конкуренти, правила, трендови ...) за да се спречат ризици. Економското разузнавање е тесно поврзано со управување со знаењето и со човечките ресурси, бидејќи луѓето имаат експлицитни и имплицитни знаења кои ќе бидат откриени само ако постои сигурен процес и вистинска мотивација во организацијата. За сите меѓународни играчи, без разлика дали се работи за големи фирми или не-државни организации, економското разузнавање е алатка за конкуренција, како и алатка за управување на националната безбедност.

Клучни зборови: разузнавање, економско разузнавање, шпионажа, информација, економска шпионажа, индустриска шпионажа.

Област: Современи безбедносни предизвици и пронаоѓање одговори за нив

Economic intelligence, biggest challenge of the great powers

Abstract

The changes that took place in the globalized worldwide movements significantly influenced many areas of human activity which nowadays are considerably different compared to previously. All changes in the economic, political, the overall social and other processes have an overriding influence on the quality of life of modern humanity.

The new preconditions imposed the need of searching new instruments for operating within different frames and challenges. This does not imply solely to the strategic instruments of operating on national and state level, but also to the level of operation in distinct fields (such as in economy) and in separate organizational forms (for example, companies). In a condition of such new necessities and accommodations, the new instruments have become an integral part of the overall instruments from the national security spectrum. In other words, these new instruments obtained an important position in the effectuation of the national security and the national interests and have become an instrument of social power. One of those instruments is the economic intelligence that presents a form of information power.

Today, information is considered as a source of energy, such as the oil and the gas are, and although being in an impalpable form, it has a powerful role in everyday life. The easy access of the economic intelligence officers presents an opportunity and a threat as well. Economic intelligence is smart managing with information with the aim of discovering, understanding and foreseeing the environment (key competitors, rules, trends...) in order to prevent risks. Economic intelligence is closely related to the knowledge and human resources management, since people have explicit and implicit know-hows that could be discovered only if there is a secure process and a real motivation within the organization. For all the international actors, regardless whether big companies or non-state organizations, the economic intelligence is a tool for being competitive, as well as a tool for managing national security.

Key words: intelligence, economic intelligence, espionage, information, economic espionage, industrial espionage.

Економското разузнавање претставува разузнавачка активност која подразбира процес на легално собирање на јавни достапни податоци со етички средства, нивна анализа и претворање во готови економски-разузнавачки анализи (знаење) со цел потпора на раководителите на економските дејности за да донесат и реализираат квалитетни бизнис одлуки насочени кон сочувување на постојните позиции на субјектите во работното опкружување, избегнување на закани и квалитетен напредок.

Економската разузнавачка активност може да се дефинира како збир на координирани акции на истражување, обработка и дистрибуции на информации корисни за економски афери, поради нивна експлоатација.

Економското разузнавање подразбира разузнавање за економиите на странските држави, како и за меѓународната трговија и финансии. Економското разузнавање првенствено се реализира преку отворени извори, додека тајното прибирање повеќе се применува за некои посебни (многу сензитивни, доверливи прашања од клучни стратески-економски аспекти) на микро-ниво. Дипломатската поддршка во овој контекст се користи за воспоставување на нови трговски мрежи, зачувување и обезбедување на постојните инвестиции, економските преговори и договори.

Предмет на истражување на економското разузнавање претставува разузнавање во економското подрачје и инкорпорира три карактеристики:

1. Процес на собирање на податоци и информации кои после соодветна обработка (изработка на аналитички извештаи) постануваат знаење;
2. Фокусирано е на оние информации со основа на кои може да се антиципираат идните процеси, збиднувања, активности;
3. Инструмент кој има улога на потпора во процесот на донесување на одлуки.

Денес, информациите се сметаат како извор на енергија, како што се нафтата и гасот, иако се во нематеријална форма тие имаат моќна улога во секојдневието. Лесниот пристап на економските разузнавачи претставува можност и закана. Економското разузнавање, значи паметно управување со информациите, со цел да се дознае, разбере и да се предвиди надворешната средина, (клучните конкуренти, правила, трендови ...) за да се спречат ризици. Економското разузнавање е тесно поврзано со управување со знаењето и со човечките ресурси, бидејќи луѓето имаат експлицитни и имплицитни знаења кои ќе бидат откриени само ако постои сигурен процес и вистинска мотивација во организацијата. За сите меѓународни играчи, без разлика дали се работи за големи фирми или не-државни организации, економското разузнавање е алатка за конкуренција, како и алатка за управување на националната безбедност.

Крајната цел на економското разузнавање е да произведува вредност, во два чекора: да трансформира информации во знаење, а потоа знаењата во одржлива вредност.

Концептот на економското разузнавање обединува неколку други концепти и практики: разузнавачките конкуренти, економската безбедност, управување со ризик, лобирање, јавната дипломатија, државната моќ (влади), бизнис дипломатија (компани).

Економското разузнавање, може да се дефинира како збир на координирана акција за истражување, обработка и дистрибуција на информации кои се корисни за стопанските субјекти. Овие акции се водат легално со гаранција неопходна за заштита на претпријатијата за зачувување на наследството. Корисна информација е таа која може да се искористи за различни нивоа на донесување одлуки во компанијата, или колективно, за да се елаборираат и да се воспостави кохерентна стратегија и тактика за постигнување на целите дефинирани од страна на компанијата, со цел да се подобри својата конкурентна позиција. Овие активности се под заштита на компанијата, се уредуваат со континуиран циклус, генератор на заедничката визија за целите што треба да се постигнат.

Врз основа на овие активности се подготвува стратегијата за настап и однесување на претпријатијата на пазарот. Да се биде одговорен современ менаџмент бара неговата конечна одлука за бизнис потфатите да ги донесува врз основа на проучена анализа, која се креира по добиени обработените податоци од економските разузнавачки активности на сопствените специјализирани сервиси или службите на домашни и странски специјализирани агенции. Секоја компанија е со амбиција да го освои пазарот и да остане на врвот, а тоа значи да се има посебни, добро организирани и опремени разузнавачки служби кој ќе работат за компанијата. Малите компании или фирми кои немаат материјални и човечки ресурси за организирање на континуирана работа на овие услуги, како единствено и потребно решение произлегува нарачување на такви информации во различни фази на работењето за економска разузнавачка активност.“

Мотивот за корпоративна шпионажа е да се дојде до какви било информации кои ќе и помогнат на компанијата да ги постигне зацртаните цели. Целта може да биде нов производ или имитација, развивање на нови технологии, да се зголеми уделот на пазарот, зголемување на конкурентна предност и така натаму. Компаниите одат до тој степен за намерно внесување

на конкурент базата на податоци со цел нанесување материјална штета на бизнисот на конкурентот. Исто така се користи стратегија преземање (take-over), на компанијата на која добро и оди, но оваа стратегија е сосема од непријателски карактер, а се остварува со „регрутирање“ на менаџерите или големите акционери да ги продадат своите акции од компанијата. Економските шпиони веќе се запознаени и точно знаат кој се вистинските извори за шпионажа. Тоа може да биде:

- Формални документи (планови, извештаи, норми, описи на работните процеси, техничка документација);
- Скици, кои се често игнорирани од компанијата, во смисла на тоа по правење на официјалниот документ, скицата станува безвредна. Сепак, тоа станува цел на економската шпионажа;
- Различни парчиња на фрлена хартија, како што се патни билети, разни сметки ... преку кои може да се дознаат идните бизнис потези или планирани активности на конкурентот;
- Внатрешната кореспонденција (записници од состаноци, одлуки, билтени, итн, може да се полни со детали за работењето на компанијата и идните интенции);
- Различни деловни здруженија, потоа Завод за статистика, заводи на патенти и слични институции, кои имаат одредени информации за работењето на компанијата, но ненамерно може да ги споделат со економските шпиони;
- Формални и неформални форми на комуникација во компаниите може да бидат извор на податоци за економските шпиони, особено таму каде што има некој документ како траг, како што се записниците од состаноците со агенда и слично. Вработените често невнимателно зборуваат за работата во компанијата, на ручеци и посети, не размислувајќи за тоа дека се може да се слушне и злоупотреби;
- Системи за информации од јавен карактер, како што се дневни и неделни весници, списанија, телевизија, интернет, итн, исто така може да биде соодветен извор за шпионажа.

Како резултат на тоа, компаниите во овој современ вид на пазарна економија и галопирачка конкуренција мора да се соочат со ризик, односно мора да ја сфатат опасноста од економската шпионажа, би можеле да преземат акција за да ги заштитат своите важни податоци од шпионирање.

Целта на користење на економската шпионажа е да се проучат конкурентските компании или земји, бизнис проекти и истражување на нови производи, да се постигне конкурентска позиција, отворање на нови пазари, и конкуренција во нов бизнис и „доминација“ на светскиот пазар. Првите задачи на шпионирање беа главно воени или од воена природата, кои ја поставиле основата за понатамошната експанзија на овие активности. Кога една компанија започнува со активности на економска шпионажа, има за крајна цел откривање на деловни тајни на конкурентите.

Зборот тајна (le secret), во францускиот речникот Le Petit Robert подразбира - збирка на знаење и информации кои треба да бидат резервирани за тесен круг на поединецот и на посредникот (тајни) да не ги откриваат. Во рамките на овој концепт е дефинирана како деловна тајна (le secret professionnel ou de fabrication), која го вклучува рецептот или една од формулите (начин) на производство кои мора да се чуваат во тајност и да бидат познати само на производителот. Од овој концепт се извадени и другите поими како таен агент, тајна полиција, државна тајна и други“

Една од трговските тајни претставува производствената тајна, која не е ништо повеќе од: формула, шема, или изнаоѓање на решение кое се применува во бизнисот, компанија која доаѓа до овие информации, може да ги користи за подобрување на конкурентна предност на компаниите во исти или слични активности за кои до сега не знаеле и не се применувале. Со трговски тајни се заштитени сите индустриски, комерцијални, финансиски, маркетинг и

техничко-технолошки предности на компанијата што ги има во однос на конкуренцијата на пазарот. Поради оваа причина, во секоја компанија, вработените се должни да чуваат деловни тајни за време на работниот однос во компанијата, па дури и по неговото раскинување. Трговската тајна може да се открие само поради оправдано барање на овластени лица и органи и оние кои се овластени за општите акти на компанијата.

Да се вратиме за момент, во минатото. Моралот е стар колку и човечкото општество, бидејќи бил присутен и во првобитната човекова заедница. Се разбира, тоа не беше независна форма на општествена свест, но беше цврсто поврзана со религијата. Моралните норми, односно, правилата на однесување на луѓето тогаш имаа ексклузивно верски, мистичен карактер. Носителот на моралните стандарди било општеството како целина (род или племе), кое вршело санкции, кои биле од религиозен карактер. Затоа моралот се појавува, развива и менува во сите области на човековото живеење преку својата историја. Бизнес етика е теоретска и научна дисциплина, бидејќи ги објаснува моралните принципи во бизнисот, но во исто време тие дефинирани морални начела се спроведени во практика, преку деловни контакти и комуникација.

Бизнес етиката е од големо значење, односно организациската култура, која заедно со стратегијата и лидерството придонесува за успех во бизнисот на компанијата. Економската шпионажа е во спротивност на деловната етика. Како што е често случај во воената шпионажа и индустриската шпионажа за добивање на информации во голема мера зависи од изворот на податоци. Информациите внимателно се собираат, сортираат, анализираат а до нив најчесто се доаѓа преку „(зло) употреба“ на вработените. Тоа е неетичко преземање на персоналот, како и купување на тајни од нив. На пример, Кина беше обвинета дека на своите вработени во клучните американски компании им поклонува бесплатни летови до Кина, со цел да се зајакне лојалноста и да ги охрабри на интервјуто за работа. Таа, исто така ги праќа студентите да учат во тие сектори на американските универзитети, каде што ќе имаат пристап до информациите за кои владата е заинтересирана.

Исто така, неетички се методите за прислушување на телефон, хакирање на компјутерски системи и кражба на пронајдоци и тајните од другите луѓе. Денес следењето и прислушувањето на разговори со мобилен телефон, не е голем проблем. Овие телефони не се безбедни и работат користејќи радио-бранови кои можат да се фатат ненамерно или намерно. Таквото прислушување е незаконско и неетичко, а компаниите и сопствениците на важни телефонски разговори можат да се заштитат само ако зборуваат во шифри. Второто прашање се однесува на превртување на „ѓубрето од компанијата“. За да се спречи ова, повеќето компании користат канти за канцелариски отпад кои битните документи ги сецка во отпад. Постапката за ова уништување на доверливи документи го привлече вниманието на заинтересираните за шпионажа. Етиката, ниту ограничува чепкање по ѓубре, ниту го охрабрува моралот за таквите постапки, самите вработени се одговорни за постапката.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Claude Revel, Skema (Expert Centre in Economic Intelligence), Колумна во весникот financial times, 9/2/2012.
2. Javorovic, B., Milandzic, M. Poslovne informacije i business intelligence, Zagreb: Golden marketing-Tehnicka knjiga, 2007.
3. Krstić Randić J., Uloga poslovne etike u menadžmentu, časopis Lider, Horizont, Banja Luka, 2007.
4. Neskovic S, Ekonomska spijunaza u savremenoj megunarodnoj konstelaciji, Ekonomija, teorija i praksa, Godina IV, broj 1, 2011.
5. Petrović Z. Piroćanac, Ekonomska špijunaža, Draslar partner, Beograd, 2005.
6. Prvulović V., Ekonomska diplomatija, četvrto izmenjeno i dopunjeno izdanje, Univerzitet Megatrend, Beograd, 2010.
7. Prvulović P., Ekonomska obaveštajna aktivnost, Originalni naučni rad, Megatrend revija - Međunarodni časopis za primenjenu ekonomiju, Beograd.



CENTER FOR
SECURITY RESEARCH