

Prof. dr Stanislava Acin Sigulinski
Ekonomski fakultet u Subotici

EKONOMSKA ŠPIJUNAŽA DEO MOĆNE "PRIVREDNE" IGRE

"Biti pobeđen je moguće opravdati, ali biti
iznenađen je neoprostivo"
Napoleon

Rezime

Industrijska špijunaža je traženje, dobijanje i prenošenje putem lažnih sredstava ili lažnih izgovora industrijskih ili trgovačkih informacija za industrijske, trgovinske, političke ili podrivne svrhe. Veoma starog porekla i tehnika koja se danas često koristi u krađi industrijskih tajni je "spavač". Postoje četiri pristupa koja se najčešće koriste u industrijskoj špijunaži: a) lažni intervju b) podrivna osoblje c) ubacivanje i d) agresivno istraživanje tržišta.

Summary

Industrial espionage is the seeking, obtaining and transmitting through secret means or false pretences of industrial or commercial information for industrial, commercial political or subversive political purposes. Of very ancient origin and a technique commonly used today in the theft of industrial secrets, is the "sleeper". There are broadly four approaches most commonly used in industrial espionage: a) mock interviews b) subversive staff c) infiltration and d) aggressive market research.

Industrijske tajne su oblik svojine koje su često mnogo stabilnija imovina nego zgrada i mašinerija ili čak držanje novca u banci. Izgubiti detalje nekog tajnog procesa, planove promotivnih aktivnosti ili marketinške planove nekog predloženog novog proizvoda može biti nepopravljiva katastrofa. Savremene ekonomski jake kompanije imaju posebno razvijene obaveštajne službe čiji je osnovni zadatak otkrivanje tuđih i zaštita sopstvenih poslovnih tajni.

Većina šefova Savremenih obaveštajnih službi smatra da je ekonomska špijunaža prioritetni, dugoročni cilj savremenih obaveštajnih službi. Tako je bivši direktor CIE-e Robert Gejts ustanovio da će gotovo polovina obaveštajnih aktivnosti u periodu koji sledi biti usmeren na oblast međunarodne ekonomije. Slično mišljenje je imao i raniji šef CIE-e Stesfild Tarner koji je smatrao da špijuniranje u svrhu ekonomske bezbednosti zemlje nije ništa manje značajno od špijuniranja u korist vojne bezbednosti. Direktor CIE-e Jems Vusli, prema podacima sa Interneta, potvrdio je ovaj stav ističući da američka obaveštajna mreža radi na prikupljanju podataka ekonomske prirode koji su i te kako značajni za moćne američke korporacije, a time i za državu i njenu bezbednost. Pored toga, ovi subjekti se angažuju i na poslovima

kontrašpijunaže, čime ova dva segmenta čine nerazdvojnu celinu. Cilj savremene ekonomske špijunaže je da se dođe do podataka koji ukazuju na određene inovacije, nove proizvode i rešenja kao i tehnološke postupke za čije je realizovanje utrošen ogroman kapital. Ovim aktivnostima iz razvijenih preduzeća odlivaju se tajne koje, bez ikakve nadoknade, odlaze u ruke vlasnika konkurentskih firmi čime se stvaraju ogromni gubici. Zato se stvaraju posebni organi, čiji je osnovni zadatak kontraobaveštajni rad na polju ekonomije. Obaveštajni komitet američkog Senata, na primer, organizuje sastanak sa rukovodiocima vodećih američkih korporacija u cilju koordiniranja borbe protiv ekonomske špijunaže. U jednoj analizi urađenoj u SAD gotovo 90% firmi je potvrdilo da se posebno obučeni službenici bave ekonomskom špijunažom. Kao uži oblik ekonomske špijunaže, industrijska špijunaža je trenutno najrasprostranjeniji oblik obaveštajnog rada. Zaštita svih njenih oblika (poslovne tajne, žigovi, oznake porekla, zaštita imena itd.) postala je primarni zadatak vandržavnih obaveštajnih službi a to važi i za njihovo saznavanje.

Industrijska špijunaža je jak elemenat poslovne strategije. Istraživanja koja su vršena u Trgovačkoj školi na Harvardskom univerzitetu, u toku kojih je bilo ispitano preko dve stotine vodećih rukovodilaca raznih preduzeća, iznela su na videlo da se fabrička špijunaža u američkom privrednom životu smatra kao stvar koja je sama po sebi razumljiva. "Opako uho" mora se računavati pri sastavljanju poslovnog rizika, trgovačka mišljenja kreću se u svetu nepoverenja i budnosti prema svakom.

U intervju listu "Komsomolskaja pravda" Jevgenij Primakov objasnio (je) da će se, u eri posle hladnog rata, sve više pažnje posvećivati industrijskoj špijunaži.⁷⁴ Italijanski istraživač industrijske špijunaže Ivo Inga smatra da je industrijska špijunaža jedan od najunosnijih poslova.⁷⁵ Poslovni ljudi počinju da se ponašaju kao nacije koje se nalaze u ratu. Industrijska špijunaža postaje iz dana u dan sve intenzivnija, a njeni metod sve

⁷⁴ Politika,27.12.1995.

⁷⁵ Ko koga špijunira i zašto? Unosni poslovi bivših britanskih obaveštajaca.Nekad špijuni,sad poslovni savetnici, koristeći bogato iskustvo i vezu u svetu, stvorili izuzetno moćnu mrežu konsultantskih poslova koja sve više postaje „kreator međunarodnih kretanja“. Politika,30.03.2000.

suroviji. "Što je konkurencija žešća, a istraživanja skuplja, utoliko se znanje o visokoj tehnologiji (High-Tech) više krađe. Štete se procenjuju na milijarde dolara."⁷⁶ Najveća pretnja ekonomskoj konkurentnosti SAD je krađa naučnih i tehnoloških dostignuća američkih kompanija., pod pokroviteljstvom stranih vlada. Francuska, Izrael, Kina, Rusija, Iran i Kuba su zemlje koje se u SAD najviše bave ilegalnom inustrijskom špijunažom, dok se Japan bavi legalno, putem informativnih materijala otvorenih za javnost ili angažovanjem dobro pozicioniranih konsultanata .⁷⁷

Kriminolozi sveta slažu se da industrijska špijunaža postoji u ogromnoj razmeni, nudeći ovoj vrsti špijuna korist koja često prevazilazi onu koju bi oni mogli zaraditi u svetu "prostog" špijuniranja tj. u službi jedne zemlje koja špijunira drugu. Vincent Carratu, bivši detektiv Scotland Yardovog odeljenja za prevare kaže da industrijska špijunaža košta britansku industriju milione funti godišnje i, ako se ne da prioritet unutrašnjoj bezbednosti u poslovima kompanije, mnoge kompanije biće prisiljene da napuste posao. Richardson, bivši šef Interpola, opisao je industrijsku špijunažu kao međunarodnu pretnju koja zabrinjava vlasti u mnogim zemljama posebno u Francuskoj, Nemačkoj i SAD-u.

Kada su predstavnici Harvardske škole poslovne administracije ispitivali industrijsku špijunažu, otkrili su da, u ispitivanju 200 kompanija, nekih 27 posto je prijavilo da su špijuniranje ili druge vrste tajnih informacija nedavno bili otkriveni u njihovim firmama. Izvršiocima koji su špijunirali u korist proširenja svoje firme predstavljali su 6% ispitanih, mnogo veći procenat (17,5) je bilo onih koji su špijunirali protiv svoje sopstvene firme. Disparitet između ovih proporcija može biti objašnjen činjenicom da je većina ljudi spremnija da se izloži špijuniranju drugih, a znatno povučenija kada treba da prizna da oni lično špijuniraju. U istom ispitivanju 77% ispitanih rukovodilaca smatrali su da je došlo do naglog pada etičkih standarda.

⁷⁶ Privredna špijunaža, Bez mnogo prenemaganja, Nin, 2124,14.12.1992.

⁷⁷ Odlukom američkog kongresa-Ekonomska špijunaža krivično delo. Za krađu poslovnih tajni prethodno kazna do 25 godina i plaćanje 250 hiljada dolara.Američka privreda, zbog krađe poslovnih tajni, gubi dve milijarde dolara mesečno,Politika, 5. Oktobar 1996.

1. ŠTA JE INDUSTRIJSKA ŠPIJUNAŽA

Navešćemo nekoliko "definicija" operativaca-špijuna iz raznih međunarodnih agencija (CIA, FBI, KGB i sl.):

1. industrijska špijunaža je krađa tajni;
2. industrijska špijunaža je traženje, dobijanje i prenošenje putem tajnih sredstava ili lažnih izgovora industrijskih ili trgovinskih informacija za industrijske, trgovinske, političke ili podrivačke političke svrhe;
3. industrijska špijunaža u osnovi predstavlja dobijanje zabranjenih informacija od neke kompanije zbog dobiti;
4. industrijska špijunaža je špijunaža preduzeća sa svrhom dobijanja industrijskih informacija koje će biti od ekonomske ili političke prednosti;
5. industrijska špijunaža je "crno tržište informacija".

"Usko definisana ekonomska špijunaža je niz tajnih aktivnosti da se prikupe državne ili korporativne ekonomske tajne, koje usmerava ili orkestrira strana vlada."⁷⁸

"Ekonomska (industrijska) špijunaža predstavlja zbir veoma delikatnih, planiranih i stručno izvedenih aktivnosti na pribavljanju poverljivih ekonomskih (industrijskih) informacija od koristi za poslovne projekte sopstvene firme ili zaštitu ekonomskih interesa svoje države."⁷⁹

2. METODE I TEHNIKE PRIKUPLJANJA INFORMACIJA

Informacije se prema nekoj opštoj podeli mogu prikupiti na legalan (etičan) i ilegalan (neetičan) način. U legalne izvore spadaju "podaci do kojih se dolazi posredstvom legalnih izvora (knjiga, časopisa, dnevne štampe, radio emisije itd.), (oni) sami po sebi ne predstavljaju obaveštajne podatke, ali se njihovom obradom i sistematizovanjem

⁷⁸ Izveštaj američke agencije- Crna lista američkih špijuna, Politika, 2.8.1996.

⁷⁹ Dr Vladimir Prvulović: Ekonomska diplomatija, Grmeč-Privredni pregled, Beograd, 2001. str.99.

može doći do veoma važnih informacija.“⁸⁰ ili, kako se navodi u više izvora, u ovu vrstu izvora podataka spadaju:

- objavljeni materijali konkurentskih službenika i dobijena bez izvrđavanja,
- tržišni pregledi i izveštaji konsultanata,
- finansijski izveštaji.

Filadelfijski savetnik za menadžment (Philadelphia Management Consultant) dr Worth Wade navodi sledeće metode:⁸¹

1. objavljeni materijali i javna dokumentacija kao što su sudski spisi;
2. otkrića konkurentskih službenika i dobijena bez izvrđavanja;
3. tržišni pregledi i izveštaji konsultanata;
4. finansijski izveštaji i pregled istraživanja brokera;
5. privredni sajmovi, izložbe i brošure konkurenata;
6. analize konkurentskih proizvoda;
7. izveštaji o vlastitim asistentima prodaje i nabavljačima;
8. zakoniti intervjui za zapošljavanje sa ljudima koji su radili za konkurente;
9. kamuflažno ispitivanje i "izvlačenje napolje" konkurentskih službenika sa stručnih sastanaka;
10. direktno osmatranje pod tajnim. uslovima;
11. lažni intervjui za posao sa konkurentskim službenicima (npr. gde ne postoji stvarna namera za zapošljavanjem);
12. lažni pregovori sa konkurentom zbog dozvole;
13. iznajmljivanje profesionalnog istraživača radi dobijanja određenih informacija;
14. preuzimanje i zapošljavanje službenika od konkurenta radi dobijanja specifičnih znanja;
15. nezakonito ulaženje na imanje konkurenta;
16. podmićivanje snabdevača ili službenika konkurenta;

⁸⁰ „Vrednost primene legalnih metoda isticao je u vreme svoje vladavine američki predsednik Truman govoreći da vađenjem novinskih isečaka „neprijatelj Sjedinjenih Američkih Država može steći neizrecivo bogatstvo informacija o našim planovima i namerama, pa čak i o našim postrojenjima i opremi“, Dr Radomir Milašinović: Metode i sredstva obaveštajne službe, 4/1981, str.285'286

⁸¹ Chemical Engineering, 23.3.1996.

17. stavljanjem vašeg agenta na platni spisak konkurenta;
18. prisluškivanje konkurenata (npr. putem prislušnih uređaja);
19. ucenjivanje i iznuda.

Od ovih različitih metoda dobijanja informacija o konkurentima smatra se da su prvih sedam metoda etične i legalne, dok su ostalih trinaest metoda poređane po opadajućem redosledu etičnosti i legalnosti. Na redosled mogu uticati sredstva koja se primenjuju.⁸²

Management Investigations Limited, specijalno preduzeće za borbu protiv industrijske špijunaže objavilo je u MIS Newsletter br. 7. slučaj u kom je "odliv intelektualaca" doveo do nepogrešivih dokaza o špijunaži.

Ovom prilikom navešćemo primer u vezi s tačkom 11:

Jedan službenik je prijavio -- mesec dana nakon događaja - da je dobio poverljivo pismo adresirano na njegovu kućnu adresu od kadrovske konsultantske organizacije koja traži osoblje u ime "Klienta". Službenik je bio polaskan kad je primetio da njegov korespondent ima izvanredne informacije o njegovom poreklu, kvalifikacijama i plati.

Ovaj otvoren prisiup bio je veoma primamljivo predstavljen službeniku, obećavajući mu više novca, bolje izgleda i zavidan položaj. Naseo je na mamac. Mnogi ljudi hoće da se usavrše. Svi imaju pravo na to.

Službeniku je rečeno da neće morati da promeni mesto boravka i da je "Klient" jedno britansko preduzeće. Bio je na intervjuu, kao što se od njega zahtevalo, van radnog vremena. Ohrabren činjenicom da će sebi i svojoj porodici obezbediti bolji stil života, kao i zbog želja da se što bolje proda, slobodno je govorio o svom poslu i važnoj ulozi koju je imao u razvoju novih projekata. Tada se činilo da "savetnik kadrovske" gubi interes. Jedno izvesno vreme ispitivao je kandidata, ali mu nije otkrio detalje posla koji tvrdi da mu je ponudio. Završio je sastanak pod nekim labavim izgovorom sa neodređenim obećanjima: "Ne zovite nas - mi ćemo vam se javiti". Kandidatu je ovo bilo sumljivo i izvestio je o ovoj stvari svoje poslodavce.

⁸² „Seoba mozгова mogla bi se pokazati kao presudno oružje u vojnim i ekonomskim sukobima u budućnosti: Ekonomska politika, 2077,20.jun 1992.str.50.

Istragom koja je usledila otkriveno je da su još neke njegove kolege bile na sličnom intervjuu sa istim nezadovoljavajućim rezultatima. "Preduzeće" koje je sprovodilo intervju zauzelo je prostorije u zapadnom Londonu, samo na nekoliko dana. Proverom je utvrđeno da preduzeće ne postoji. Jedan od službenika koji je intervjuisao mnogo je išao na tehničkog direktora zaposlenog kod konkurentskog preduzeća.

Zaključak: konkurent je sa prilično malim troškovima i uz pomoć asistencije spolja izveo ovu lukavu operaciju kako bi dobio informacije o razvojnim planovima konkurentskog preduzeća. Oni su kombinacijom špijunaže i lažnog izgovora ukrali neke informacije o poslovanju od njihovog konkurenta.

Špijuni u ulozi potencijalnih kupaca ili čak novinara tražili bi da im se omogući uvid u nove modele i, ako vlasnik na trenutak ne obraća pažnju, oni će napraviti skice ili će ih brzo krišom fotografisati. Industrijska špijunaža u svetu mode postala je visoko organizovana u međunarodnim razmerama.

Tom Tullet, urednik kriminalističke rubrike u časopisu Daily Mirror. 1976. godine je sproveo istragu o metodama i broju špijuna u modi. Put je vodio od Londona do Pariza i odatle u Istočnu Evropu, Zapadnu Afriku, Hong- Kong, Japan i SAD. Otkrio je da je policija imala dokaze da su ukradena odeća otišla u Rumuniju, Jugoslaviju, Maroko, Hong-Kong gde je odeća rašivena po šavovima i korišćena kao uzorci za pravljenje ogromne količine jeftinih kopija.

Veoma starog porekla je i tehnika koja se danas često koristi u krađi industrijskih tajni SPAVAČ (Sleeper).⁸³ U tamnom svetu špijunaže "spavači", koji, nepotrebno je i reći, ne spavaju u figurativnom smislu, već su naprotiv veoma budni, ubačeni su u konkurentsku organizaciju ili teritoriju gde nastavljaju da se bave svojom profesijom dok čekaju poziv za akciju od svojih tajnih gazda, ili izgrađuju put ka uspehu dobrim radom i prihvatljivim ponašanjem, te tako dobijaju poverenje i pristup tajnama ili poverljivim informacijama. (Najočigledniji primer ovoga je Guy Burgess, čuveni britanski dupli agent. Drugi "spavač" u svetu državnih špijunaže bio je Kanadčanin

⁸³ „Interes govori sve jezike i igra sve uloge, čak i ulogu nezainterosovanosti“ (La Rochefaucauld)

Gordon Arnold Lonsdale, koji je prisvojio identitet ruskog špijuna Molody).

U moderna vremena "spavači" su temeljno obučavani da bi se kvalifikovali za ono što treba da rade.⁸⁴ Onda bivaju "ubačeni" u konkurentsku organizaciju da tamo rade, čekaju i osmatraju da se domognu položaja od poverenja i odgovornosti dok sve više i više tajni bude dostupno njima ili njihovim izvorima. Što je veličina i delokrug domaćih kompanija veći i što je rivalstvo međunarodnih udruženja, ustanova veći, ulozi su veći, planovi za informativno piratstvo ambiciozniji i bolje finansirani i sakupljene metode prefinjenije.

Kada bi tražili "spavača" unutar vaše organizacije, koje znakove bi tražili? Kao prvo, "spavač" bi bila osoba čiji bi ga posao uvek obaveštavao o politici, planovima, formulama, proizvodnim metodama ili o primljenim ili predatim detaljima. Kao drugo, malo je verovatno da će pravi "spavač" iskazati svoje mišljenje, skrenuti pažnju na sebe; kićenje, prezabavnost, očigledno prikazivanje prihoda nakitom, posedovanje skupih automobila ili uzimanje skupih odmora - nisu znakovi koji otkrivaju "spavača", premda bi sigurno podstakli sumnju. Postoje dodatna objašnjenja za prevelike troškove - dobio na kocki, nasledio, dobro prodao neku imovinu, npr. kuću kojoj je porasla vrednost. "Spavač" zna da bi takvo ponašanje privuklo pažnju na njegov tajni posao - a to nije dobro.

Međutim, "spavač" može da pokaže interesovanje za neke vidove menadžmenta, za metode i planove koji nisu povezani sa njegovim poslom u kompaniji (ili organizaciji) a koji ne iziskuju objašnjenje. Nema ničeg lošeg kada se radnik na bilo kom nivou interesuje za svog poslodavca; ali interesovanje za informacije koje mu nisu dostupne, ili za informacije koje su skrivene od svih sem od nekolicine odabranih ili osoblja ili direktora, je nešto drugo. Ili ako se osumnjičeni "spavač" vraća na temu na koju nije dobio odgovor (Jesu li dobili ugovor sa - već?" "Zašto se otvaramo ka Angoli? Mislio sam da već tamo izvozimo",)

⁸⁴ U 17. Delu knjige pod naslovom Budućnost špijuna „Zaokret prema obaveštajnom sistemu Trećeg talasa, paradoksalno, znači jaki naglasak na ljudima špijunima- jedinoj vrsti koja je postojala u svetu Prvog talasa. Samo sada špijuni Prvog talasa dolaze naoružani sofisticiranim tehnologijama Trećeg talasa“ (Alvin i Hjadi Tofler:Rat i Antirat, Paideia, Beograd,1998,str.185).

Ne postoji posebna vrsta osobe koja bi mogla biti "spavač". Oni mogu biti mlađi ili stari, siromašni ili bogati, inteligentni ili pomalo neodređeni. Svi su oni potkupljivi ili uhvaćeni u nekom mesijanskom delu ili u nečemu tome sličnom, ili u delu koje njima opravdava njihove postupke.

Pošto je malo verovatno da će "spavači" biti otkriveni, od daleko veće važnosti je sačuvati tajne u samom početku, kako bi ograničili rigidnost i kontrolisali stepen cirkulacija tajni, i da se stalno vode beleške kome i kada su dokumenti dostupni. Očigledno je da je dosijeima i dokumentima potrebno čuvanje.

Postoje četiri pristupa koja se najčešće koriste u industrijskoj špijunaži:

1. lažni intervju
2. podrivacko osoblje
3. ubacivanje
4. agresivno istraživanje tržišta.

Predmet naše analize biće "agresivno istraživanje tržišta". To znači, jednostavnim rečnikom, otkriti sve što je moguće od svojih konkurenata; planove, dizajne, radne smene, proizvodne nizove, izvore sirovina i rezervnih delova, formule i buduće planove za razvoj.

Mnogo toga se može odabrati iz štampanih izvora. Greška je, ipak, smatrati da jedan manji službenik može to da uradi.

Istraživanje tržišta je, kao što tvrdi Luis Moreau, samopriznati industrijski špijun i autor knjige "So you want to be an Industrial spy"?, je idealno pokriće za industrijsku špijunažu. Istraživači tržišta obično smisle upitnike sa mnoštvom pitanja. Analize takvih pitanja mogu im dati informaciju o njihovom konkurentu. Pretpostavimo da, jedan proizvođač hrane za doručak špijunira drugog; pretpostavimo da pod izgovorom da proučavamo šta ta nacija najviše voli da doručkuje, postavimo pitanje: "Da li jedete hranu za doručak - ako jedete - koju?" Ovo izgleda dovoljno direktno. Ako je to ispitivanje u celoj zemlji i ako je neuobičajen slučaj potrošnje hrane za doručak konkurentskog preduzeća primećen u određenom gradu ili zemlji, to može nagovestiti neki prodor u industrijskom obaveštavanju. Industrijski špijun će se pitati: "Zašto? Zašto baš ta regija?" Kupovina istog proizvoda u "specijalnom" području i "normalnom" području može dati odgovor. Da li postoje razlike u pakovanju? Ili se

koristi neki novi pristup pri prodaji, kao probna šema u neuobičajeno uspešnom području? Da li je neki sastojak dodat u hranu u područjima gde je najbolja prodaja, a kojeg nema u područjima gde je prodaja slabija? Možda neka laboratorijska analiza različitih paketa hrane može da pokaže da su oni koji prodaju najviše stavljeni na probu u visoko prodajnim područjima bez otkrivanja činjenica da su neke promene načinjene u formuli.

Nekada istraživanje tržišta je samo izgovor da bi se dobio prilaz poslovnoj organizaciji, izgovor da bi se razgovaralo sa zaposlenima. Pitanja poput "Gde idete na godišnji odmor", ili "Koje cigarete pušite"? mogu biti sasvim nebitna za pravu prirodu ove operacije; ona mogu biti samo uvodna smicalica uz pomoć koje se sklapa prijateljstvo sa zaposlenima, kojima se može pričati nekom drugom prilikom i od njih izvući informacije iz prve ruke o njihovoj kompaniji.

Sve svetske obaveštajne službe rade po sličnom sistemu - osnuju spoljnotrgovinsku firmu, konsultantsku, marketinšku i humanitarnu, u koju ubace svoje agente, a oni samo formalno imaju veze sa firmom u kojoj rade.⁸⁵ Na primer, firma KINTEX u Sofiji, za koju se ne zna pouzdano u čijem je vlasništvu, ali se veoma pouzdano zna da je preko nje prodavano oružje Hrvatima i Muslimanima u vreme građanskog rata na prostorima bivše SRJ. Koliko sličnih firmi postoji na prostoru SRJ?

Poznato je da ti agenti redovno posećuju kongrese, simpozijume, savetovanja, da su prisutni na svečanostima stranih ambasada, da su česti putnici turističkih ruta u obilascima raznih zanimljivosti u našoj i susednim zemljama.

Spisak raznih pokušaja kako uspešnih tako i neuspešnih koje su napravile pojedine vlade ili njihovi agenti popunio bi nekoliko knjiga.

Vincet Carratu bio je citiran kada je rekao da postoje najmanje 20 profesionalnih grupa ili preduzeća, od kojih se šest nalazi u Britaniji, angažovanih u industrijskoj špijunaži. Ukazano je da industrijska špijunaža postaje sve profesionalnija i prefinjenija i da postoje pozamašni dokazi o upetljanosti inostranih vlada.

⁸⁵ Unosni poslovi bivših britanskih obaveštajaca. Nekad špijuni, sad poslovni savetnici. Koristeći bogato iskustvo i veze u svetu stvorili izuzetno moćnu mrežu konsultantskih poslova koja sve više postaje „kreator međunarodnih kretanja“, Politika, 30. mart 2000.

Predviđanje Petera Hamiltona⁸⁶ objavljeno još 1967. godine u njegovoj knjizi da će industrijska špijunaža dobiti veću važnost čak i od vojne političke špijunaže ostvaraju se u potpunosti.

Špijuniranje kao deo moćne "privredne" igre stvara industrijsko špijuniranje neizbežnim jer svako teži da bude bolje informisan o tome šta druga strana radi (proizvodi), kako to radi i koje su to nove karakteristike procesa ili izgradnje. Ambicija svakog učesnika je da ide u korak sa konkurencijom, a zatim da ju preduhitri sa njenim sopstvenim tajnama koje efikasno štiti.

LITERATURA

1. Stanislava Acin-Sigulinski; Menadžment u međunarodnoj trgovini, Pigmalion, Novi Sad, 1999.
2. Stanislava Acin-Pigulinski: Poslovna tajna - zalag kompanije za uspeh, Ekonomske teme 2/1997.
3. Ira Winkler: Corporate Espionage, Prima Publishing, 1997.
4. S. Dedijer & N. Jequier: Doba preduzetničke inteligencije, Fineks, Beograd, 1991.
5. J. J. Fialka: War by other means: Economic Espionage in Amerika, Hardcover, 1997,
6. M. Prović: Privredna špijunaža, Bezbednost 4/98.
7. Klark, K.: Špijunaža - koji prljavi trikovi za MI6, feljton u "Ninu" sept. 1 999.
8. Hajekvon F.: Kobna ideja, CID, Podgorica, 1998.
9. Privredna špijunaža, Bez mnogo prenemaganja, Nin, br. 2124,
10. Prvulović V.: Ekonomska diplomatija, Grmeč - Privredni pregled, Beograd, 2001.
11. Milašinović R.: Metode i sredstva obaveštajne službe, Bezbednost 4/1981.
12. Chemical Engineering, mart 1966.
13. Ekonomska politika, br. 2077.
14. Tofler, Alvin i Hajdi: Rat i Antirat, Paideia. Beograd, 1998.
15. Hamilton, P.; Espionage and Subversion in an Industrial Society, Hutchinson, London, 1967.

⁸⁶ Peter Hamilton: Espionage and Subversion in an Industrial Society, Hutchinson, London, 1967.