

## Etički osvrt na problem poslovne špijunaže

Vladimir Tatić

**Rezime:** U ovom radu je sagledana uloga poslovne etike u odnosu na problem ekonomske špijunaže. Preduzeća koja teže stvaranju i održavanju dobrog ugleda, trebalo bi da imaju moralne norme i načela i da se njih drže. Za etičko normiranje i držanje zaposlenih u skladu sa etikom, važna je lična odgovornost i moral. Lični ili individualni moral, deo je društvenog i poslovnog morala.

Poslovanje preduzeća ne bi trebalo odvojiti od etike. Fenomen poslovne špijunaže je, takođe, važno etički normirati uprkos brojnim poteškoćama, budući da se o njemu nedovoljno govori. S druge strane, u savremenom informatičkom dobu, tajni poslovni podaci konkurenata, vrhunski su imperativ. Imajući u vidu činjenicu, da su ti podaci od suštinske važnosti za konkurentsko pozicioniranje i stvaranje održive konkurentske prednosti, mogu se razumeti pojačane aktivnosti ekonomske obaveštajne delatnosti. Poslovna špijunaža se stoga sve češće koristi u cilju postizanja poslovnih ciljeva preduzeća. U tom smislu je svakako poželjno da se sve poslovne aktivnosti, uključujući i poslovnu špijunažu, posmatraju i analiziraju sa etičkog aspekta.

**Ključne reči:** poslovna špijunaža, poslovna etika, lični moral, individualna odgovornost.

### UVOD

Svaku aktivnost pojedinca ili organizacije, uključujući i ekonomsku, poželjno je posmatrati i analizirati radi utvrđivanja da li je ona u skladu ili u suprotnosti sa opštim društvenim i moralnim načelima. Etika je nauka o moralu. Ona je pre svega filozofska disciplina koja sa svog aspekta proučava ljudsko ponašanje. Kao normativna disciplina, ona istražuje smisao i ciljeve moralnih normi, kao i kriterije za moralno vrednovanje. Moralno normiranje i vrednovanje poslovnih aktivnosti preduzeća je predmet poslovne etike. Na dalje se svaka pojedinačna ekonomska aktivnost može definisati i normirati sa aspekta etičnosti. To se odnosi i na poslovnu špijunažu. Budući da je ona kao fenomen i delatnost svojim većim delom pokrivena velom tajni, teško ju je etički normirati i analizirati. Površno etičko analiziranje same delatnosti, moglo bi dovesti do kontradiktornih zaključaka u pogledu ocene pojedinih poslovnih odluka i aktivnosti preduzeća.

Bez ulaženja u dublju analizu problema ekonomske špijunaže sa aspekta etičnosti, lako je pretpostaviti da su sve te aktivnosti nemoralne i suprotstavljene osnovnim etičkim normama i principima. Takva konstatacija se uglavnom može smatrati tačnom. Međutim pažljivijim sagledavanjem i analizom pojedinih slučajeva i načina na koji se dolazi u posed tajnih poslovnih podataka, ne bi se mogla u potpunosti potvrditi takva teza. Sama špijunaža, uključujući i poslovnu špijunažu, je veština, koja se služi tajnim metodama rada. Pri tom se služi manipulacijom, obmanama, ucenama, vrbovanjem, sredstvima korupcije, prisluškivanjem, otkupom, krađom poverljivih dokumenata i sl. Pribavljanje poslovnih tajni konkurenata, bez njihovog znanja i želje, je protivno zakonu i moralu. Međutim, postoje slučajevi u praksi, koji su složeni i sa aspekta moralnosti vrlo diskutabilni. Njih je teško definisati i sa aspekta prava i sa aspekta etike. Složenost pristupa u sagledavanju ovog problema navodi na zaključak da bi zarad objektivnosti i pravičnosti u etičkom normiranju, trebalo ići od slučaja do slučaja. I pored toga što je to složen proces, on je neophodan i koristan. Nepoštovanje etičkih normi pogoduje stvaranju ekonomskog modela koji ističe samo profit kao cilj, ali ne i brigu za ljude, okruženje i društvenu zajednicu.

Značajna je i međuzavisnost poslovne etike i morala i ličnog morala i individualne odgovornosti. Lična moralnost je od uticaja na koncipiranje i normiranje kolektivnog morala preduzeća ili poslovne etike. Istovre-

meno poslovna etika preduzeća deluje na pojedince u vidu moralne prisile ili očekivanja. Iako se očekuje vi-soka komplementarnost tih dveju kategorija, često se u praksi dešavaju njihovi međusobni konflikti, etičke prirode. Profesionalne uloge mogu ponekad da budu dograđene specifičnim obavezama koje su izvan po-drazumevanog delokruga rada i u suprotnosti sa etičkim načelima.

## PREDMET, ULOGA I ZNAČAJ POSLOVNE ETIKE

U ubrzanom ekonomskom i tehnološkom razvoju ljudskog društva, pitanje poslovne etike ima sve značajniju ulogu. Kako društvene, tako i ekonomske odnose nije moguće uspostaviti, normirati i definisati isključivo pravnom regulativom. Istorijski gledano, društveni odnosi prvobitno su regulisani etičkim, a tek kasnije pravnim normama. Poštovanje pravnih normi podstaknuto je strahom od pravnih sankcija, a etičkih od moralnih sankcija. Ozbiljnost moralne sankcije, povezana je sa njenom sposobnošću, da putem osude okruženja naštetiti poslovnim interesima preduzeća. „Novija istraživanja u ovoj oblasti pokazuju da odsustvo etičkih normi u poslovanju nanosi veliku štetu kako pojedinim organizacijama, tako i ukupnoj svetskoj ekonomiji“ (Mihajlović D. i Stojanović D., 2010 str. 246). Moralne norme po formi mogu biti pisane i nepisane. Bez obzira na formu, one su obavezujuće za one koji ne žele moralnu sankciju i ekonomsku štetu. Poslovna etika je uslovljena opštim moralnim načelima koja vladaju u državi i lokalnoj sredini u kojoj preduzeće posluje. **Moral** (lat. *mos gen. moris* običaj, *moralis*, prema: Ristić S. i Aleksić R., 1980, str. 585; Kodeks poslovne etike, 2006, čl.8, stav 1, pod 1) u filozofskom smislu predstavlja skup običaja, naročito dobrih običaja, onih koji omogućuju povoljan i skladan opstanak i razvitak pojedinca i društva, ili se definiše kao vrlina, krepost, najviši zakon održanja ljudskog društva, odnosno misao kojoj je cilj da pouči, pouka. Prema Kodeksu poslovne etike (2006, .8, stav 1, pod 1), **moral** označava skup normi (pravila) koje regulišu ponašanje ljudi usmeravanjem na ostvarenje nekog dobra, a koje se spontano stvaraju i autonomno prihvataju u društvenoj zajednici. **Moral** kao skup pravila ponašanja, osnova je za kreiranje poslovnog morala preduzeća. Ono što nije moralno za društvo, nije moralno ni za preduzeće, jer je ono sastavni deo društva. Da bi se razumela i primenila poslovna etika, neophodno je razumeti pojam etike. **Etika** su pravila ponašanja u pojedinom društvu koja

se koriste da se odredi, šta je dobro ili loše, prihvatljivo ili neprihvatljivo (Milisavljević M., 2003, str. 62).

Definisanje pojma poslovne etike je uslovljeno značenjem opšteg pojma etike čiji je poslovna etika deo. „Poslovna etika označava one moralne norme (pravila) koje važe u poslovnim odnosima; obuhvata principe i standarde, spontano nastale ili postavljene, zasnovane na moralnoj vrlini i profesionalnom dobru, kojima se uređuje ponašanje lica“ (Kodeks poslovne etike, čl.8, stav 1, pod.2, 2006; Nash, 2001, str. 4). Poslovna etika predstavlja skup moralnih normi o ponašanju prema poslovnoj i socio-kulturnoj sredini. Ona putem moralnih normi reguliše odnose sa drugim ljudima sa kojima se stupa u poslovni kontakt. Poslovnom etikom se stvara poseban odnos prema dužnostima, obavezama, pravima, odgovornostima i odlučivanju u svim aspektima i sferama poslovanja. „Vremenom je etika postala sastavni deo poslovnog ponašanja, a poslovna etika se kao disciplina razvijala usklađujući opšte i konkretne vrednosti, usmeravajući pojedinca na moralni odnos prema drugima, stvarajući norme o ponašanju, primenjujući načela poslovne etike na praktično poslovno ponašanje“ (Nash, 2001, str. 4).

Poslovna etika se razvijala u skladu sa razvojem društva, pa su se u tom smislu u pojedinim periodima menjali pristupi vezani za oblast poslovne etike. „Poslovna etika je, kao i menadžment, uvek bila pod jakim uticajem društva i okruženja u kome se razvijala. Društvo je sa svojim institucijama i organizacijama, svojom kulturom, navikama i sistemom vrednosti, stvaralo odgovarajuće pravno i političko okruženje, koje je uticalo na etičnost u poslovanju“ (Nash, 2001, str. 4). Poslovna etika je posebno dobila na značaju devedesetih godina. To je bio period jake konkurencije na svetskom tržištu, spajanja kompanija, velikog smanjenja broja zaposlenih, izuzetne mobilnosti radne snage, ekonomske recesije u mnogim oblastima poslovanja i sl. U uslovima globalizacije ekonomije i ubrzanog razvoja novih tehnologija, izazovi pred razvojem poslovne etike bili su brojni društveni problemi, zagađenje prirodne sredine i uticaj na uslove života. Taj trend se nastavlja i početkom 21 veka. Kao aktuelni problemi poslovne etike u savremenom društvu označavaju se globalizacija, informatizacija i ekološka kriza.

Neetičko ponašanje koje se zasniva na ugrožavanju prava i interesa drugih se u savremenoj poslovnoj praksi ne može ni dozvoliti ni nagraditi. „Stvoren je novi koncept poslovnog ponašanja koji polazi od uvažavanja prava i interesa drugih i koji polazi od ostvarivanja opštih društvenih interesa koji, između osta-

log, obuhvataju i kvalitetno radno okruženje u kome poslovni uspeh, konkurentnost i ostvarenje profita, ne zavise ni od čega drugog osim od prava i dužnosti koje se i primenjuju u odlučivanju“ (Blanchard K. i Vincent Peale N., 1990, str. 9). Novi koncept poslovnog ponašanja zasniva se na ostvarivanju opštih društvenih interesa. U savremenoj poslovnoj praksi sve više se vodi računa o odgovornosti u svim vrstama i oblicima aktivnosti u poslovanju. Sve se češće može zapaziti nekonzistentnost pojmova legalnosti i pravičnosti. „Kao što je dokazano u poslovnom svetu, zakonitost u pojedinim aktivnostima može biti potpuno irelevantna u smislu pravičnosti. Pored toga, svaka rasprava o poslovnoj etici je subjektivna, jer svako donosi različite koncepte etičkog ponašanja za stolom“ (Business ethics):

Načela poslovne etike nisu identična u svim preduzećima. „U svakoj kompaniji važi pravilo da se ne može očekivati da svi zaposleni imaju iste etičke vrednosti, jer se svako rukovodi sopstvenim sistemom vrednosti i sopstvenim iskustvom. Ali, zato se određene vrednosti mogu razviti, pa se u tom smislu iniciraju programi za razvijanje osnovne etičke svesti“ (Drmond Dž. i Bein B., 2001, str. 12). U cilju prihvatanja etičkih normi u preduzećima razvijenih zemalja sprovode se programi i edukacije o poslovnoj etici. „Jedan od najstarijih internih programa posvećen isključivo etici, pokrenuo je sredinom osamdesetih godina 20. veka Allied-Signal, koji svake godine organizuje trodnevne programe za top menadžere. Programi imaju tri specifična cilja, i to: da osposobe rukovodioce da prepoznaju etičku komponentu poslovne odluke, da odrede šta bi sa njom trebalo činiti pošto je prepoznaju, i da nauče da predvide etička pitanja koja se mogu pojaviti“ (Mekdonald G. M. i Zep R. A., 2001, str. 238).

## ETIČKI ASPEKTI PROBLEMA POSLOVNE ŠPIJUNAŽE

Poslovni uspeh preduzeća u sve složenijem i dinamičnijem okruženju uslovljen je konkurentskom pozicijom koju ono ima. Vrhunski imperativ menadžmenta preduzeća je sticanje konkurentске prednosti koja se postiže posedovanjem adekvatnog znanja. Znanje je vedan resurs i neophodan činilac unapređenja i očuvanja konkurentne pozicije. Danas se više od 50% bruto društvenog proizvoda (BDP) u razvijenim ekonomijama bazira na znanju, tj. na intelektualnoj imovini i stručnosti ljudi (Dess G. G., Lumpkin G.T. & Eisner A. B., 2007, str. 124). Posedovanje dokumenata, planova i podataka konkurentskih preduzeća omogu-

ćava bolju poziciju preduzeća na tržištu. Značaj posedovanja što većeg broja poslovnih tajni konkurenata je sve veći, imajući u vidu sve brži razvoj informacione tehnologije. Budući da poslovne aktivnosti preduzeća imaju trend rasta usled širenja i pozicioniranja na globalnom tržištu, problemi čuvanja poslovnih tajni od neovlašćenog pristupa, dobili su širu dimenziju. Dakle, tajni poslovni podaci nisu predmet interesovanja samo preduzeća koje se međusobno nadmeću. Ti podaci su bez sumnje, sve učestalije predmet interesovanja i objekat špijunaže od strane nacionalnih vlada.

Način prikupljanja podataka sugeriše njegov legalitet. Nameće se pitanje, da li postoji konzistentnost u poimanju pojmova legalnosti i etičnosti. Ubrzani razvoj informacionih tehnologija i kanala za prenos informacija stvara vremenski jaz između etičkog i pravnog pristupa ovom problemu. Naime, i u razvijenijim pravnim sistemima, donošenje pravnih propisa kojim se uređuje neka oblast, u vremenskom je zaostatku u odnosu na etičke norme, pre svega nepisane, koje su dinamičke prirode i stalno se nadograđuju. Po pravilu, etičke norme su sveobuhvatnije i šire od pravnih. „Generalno, pravo predviđa minimalne standarde, često propisuje negativne sudske zabrane, navodeći šta ne bi trebalo da se uradi što bi moglo dovesti do štete drugima, umesto da ukazuje na pozitivne mere u smislu šta i koliko bi trebalo da se uradi da bi se poboljšalo ljudsko blagostanje“ (Smith N.C., 2010, str. 12).

Prilikom prikupljanja ekonomskih obaveštajnih podataka, metodologija i način sprovođenja tih aktivnosti mogu se smatrati neetičkim. Te aktivnosti mogu sadržati pretraživanje smeća, gde se mogu naći bačena dokumenta u kojima se nalaze poverljivi podaci preduzeća, angažovanje insajdera u preduzećima uz predhodno vrbovanje zaposlenih na kursovima i usavršavanjima, do upotrebe špijunskih softvera za krađu podataka. Dakle, etičkim normama se definišu načini i forme prikupljanja obaveštajnih ekonomskih podataka, koji se mogu smatrati moralno ispravnim ili neispravnim. Glavna prednost etičkih normi je širi obuhvat poslovne prakse. Sa druge strane, pravni propisi i propisane sankcije su precizniji. Etičke norme imaju smisla samo onda kada imaju širi obuhvat od pravnih i kada su moralne sankcije dovoljno snažne da odvrte pojedinca ili preduzeća od kršenja etičkih pravila. S druge strane, pravne norme mogu biti legitimne samo ukoliko nisu u koliziji sa društvenim moralom. Poslovni moral, između ostalog, određuje pravila ponašanja u preduzeću. On se svakako tiče i poštovanja etičkih standarda prilikom prikupljanja poslovnih podataka.

Fenomen globalizacije u mnogome usložnjava primenu jedinstvenih moralnih postulata u svim državama na jednaki način. S tim u vezi važno bi bilo naglasiti da nešto što je važno za jedno preduzeće, ne mora biti važno za drugo. Analogno tome, ono što u jednoj državi nije označeno kao neetičko, u drugoj jeste. To isto važi i za pravne norme. Iz toga proizilazi zaključak, da bi različito shvatanje pravnih, društvenih i etičkih vrednosti često moglo ljude da navede da nesvesno krše pravna, društvena i moralna pravila u stranoj zemlji. Kulturološke razlike koje postoje između država i naroda koji u njima žive, takođe određuju gledište na ekonomsku špijunažu. Mnogi subjekti ekonomske špijunaže neće imati etičke dileme u vezi sa tim problemom. Lideri u tehničkom i tehnološkom smislu kao što su SAD, često optužuju ruske i kineske kompanije kao vinovnike ekonomske špijunaže (Office of the National Counterintelligence Executive, 2014). Često, pored zakonskih konsekvenci, oni pominju i moralne. Za one koji prikupljaju poslovne podatke na ovaj način, ekonomska špijunaža neće biti okarakterisana kao nemoralna aktivnost. Ona će biti tretirana kao nužan element poslovne prakse, preko potreban u konkurentskom nadmetanju. Dakle, moralna osuda kod pojedinca ili grupe unutar preduzeća, neće izazvati osećaj krivice kao bitan emocionalni element. Stoga moralna sankcija neće dati traženi efekat.

Čini se da je gep koji je nastao kao posledica vremenske neusklađenosti između sve savršenije metodologije u prikupljanju tajnih poslovnih podataka i etičkih kompanijskih i društvenih normi izrazito uslovljen informacionim i tehničkim progresom. Savremena tehnologija je značajno olakšala napore preduzeća da dospeju do čuvanih poverljivih podataka konkurentskih preduzeća, uz istovremeno uvećani rizik od oticanja poverljivih podataka u posed konkurenata. Budući da je teško dokazati etički nedopustive aktivnosti konkurentskih preduzeća u ekonomskim obaveštajnim aktivnostima i špijunaži, može se desiti da one ne pruže očekivan negativan marketinški eho. Menadžeri koji nemaju u dovoljnoj meri izgrađene moralne vrednosti bi mogli doći do zaključka da je korist od moralno diskutabilnih aktivnosti, kakva je ekonomska obaveštajna delatnost i špijunaža, veća u odnosu na eventualnu štetu nastalu moralnom osudom. U tom slučaju će zarad maksimizacije profita i sticanja konkurentске prednosti, posezati za merama poslovne špijunaže usmerene prema konkurentskim preduzećima. Uvažavanje etičke odgovornosti podrazumeva nužnost da preduzeće posluje u skladu sa očekivanjima društvenog morala i etičkih normi. Dinamička komponenta društvenih i etičkih standarda

ukazuje na neophodnost uvažavanja potrebe za stalnom dogradnjom moralnih normi usvojenih od društva. I pored toga što je obavezujuća moć moralnih načela slabija u odnosu na pravna, ona nisu nepotrebna i suvišna. Pojedine moralne norme se mogu inkorporirati, a to se često čini, u pravni sistem države i pravne obavezujuće interne propise preduzeća.

## ODNOS LIČNOG I POSLOVNOG MORALA

Pridržavanjem etičkih principa i pravila u poslovanju postiže se bolji ugled preduzeća, što doprinosi poslovnom uspehu. Zato što je oblast poslovne etike pod kritičkom lupom javnosti, menadžeri ne bi smeli da olako donose odluke prema svom nahođenju. Poslovna delatnost, kao i svaka druga ljudska delatnost, vrednosno se procenjuje sa etičkog stanovišta. Etika preduzeća je pod snažnim uticajem težnje menadžmenta da se maksimira prinos na uloženi kapital. „Korporacija može biti moralno odgovorna i kada je, isto tako, moralno odgovoran svaki pojedinac te korporacije“ (Hoffman W.M., 2003, str. 61-62). Identifikovanje etičkih problema i prepoznavanje pristupa rešavanju problema može da doprinese definisanju etičkog aspekta odluka u poslovanju. Etički problemi se najčešće javljaju kao posledica konflikta između moralnih stavova i vrednosti pojedinaca, sa jedne strane i vrednosti i stavova organizacija u kojima rade i društva u kome žive, sa druge strane.

Nepridržavanje etičkih načela, sugerise da je kod pojedinaca izostala moralna obaveza i da su koristiljublje, lična dobit pogodnosti u vidu višeg položaja i slični interesi, stavljeni iznad moralnih načela. Donošenje poslovnih odluka, od strane etički nesazrelih menadžera, kojima se doseže glavni cilj – što veći profit, sasvim sigurno će imati negativni uticaj na neke aktere u poslovnom okruženju, životnu sredinu ili fiskus. Često su pod snažnim pritiskom akcionara, primorani da donose odluke na ivici dozvoljenog. Država normama uređuje poslovni ambijent, ali korupcija koja se poput metastaze raširila čitavim društvom, nagriza i normativnu i etičku dimenziju poslovnog okruženja.

Pažljivom analizom pojedinih slučajeva, može se uočiti etička nedoslednost kod pojedinaca, budući da se njihovo ponašanje prilikom donošenja odluka u krugu porodice, prijatelja, dakle u privatnom životu, razlikuje u odnosu na donošenje odluka u preduzeću i poslovnom okruženju. Pristup u rešavanju problema i principi vrednovanja kod tih lica, nisu isti na poslu i van njega. Njihova lična moralnost nije u potpunom

saglasju sa kompanijskim, kolektivnim moralom. To je naročito primetno prilikom donošenja odluka i sprovođenja poslovnih aktivnosti. „Vrednosti su lične prirode, a etika je generalizovani sistem vrednosti“ (Sharma A., 2013). Vrline koje poseduje pojedinac (kao što su poštenje, vrednoća, držanje obećane reči, poverenje, čestitost) često nisu relevantne za donosioca odluke, imajući u vidu da su pod izvesnim pritiskom od strane zainteresovanih stekholdera koji imaju svoja očekivanja u vidu maksimizacije profita, raspodele novca, položaja, moći. Pod takvim spoljašnjim i unutrašnjim pritiscima, moralna, vaspitana i tolerantna osoba iz privatnog života, prilikom obavljanja poslovnih aktivnosti i donošenja važnih poslovnih odluka, doživljava svoju transformaciju, ne retko u potpunu suprotnost. Odnos ličnog i poslovnog morala je dvosmeran i međuzavistan. Zahtevi i očekivanja preduzeća, mogli bi da navedu zaposlenog da donosi odluke koje se kose sa njegovim poimanjem šta je ispravno, a šta nije. Preduzeće bi na takav način moglo da promeni predstavu zaposlenog o moralnosti u negativnom pravcu, namećući mu potrebe i obaveze koje nisu u skladu sa opštim moralnim vrednostima.

U vremenu kada pojedini donosioci odluka vesno krše zakonske norme za koje je propisana stroga sankcija, teško je očekivati da će isti poštovati moralne norme, koje nisu propisane i za koje postoji samo moralna sankcija. Etički diskutabilne odluke menadžeri često donose pod snažnim uticajem kolektivnog subjekta. Međutim, pojedinci i sami donose odluke koje nisu etične, u cilju postizanja boljeg rezultata za kolektiv i ostvarivanja lične koristi, a da od njih to niko ne zahteva. Na takvo ponašanje utiču karakterne crte pojedinaca, ali je nezaobilazan i uticaj spoljašnjih faktora na formiranje ličnosti i njenog moralnog stava. Lični moral je opredeljujući u donošenju pravičnih i moralno ispravnih poslovnih odluka. Sposobnost zaposlenog da se odupre pritiscima preduzeća, koji ga navode da čini kompromise koji su suprotni ličnom moralu, zavisi najviše od prirode njegove ličnosti.

## **POSLOVNA ŠPIJUNAŽA I ODNOS PREMA LIČNOJ ODGOVORNOSTI I MORALU**

Fenomen odgovornosti je složen, značajan, kompleksan i podrazumeva verovatnoću da će neko odgovarati za činjenje ili nečinjenje radnje, koja može prouzrokovati posledice. Odgovornost obuhvata odnos čoveka prema društvu, ali i prema samom sebi. Menadžeri sa izgrađenim ličnim moralnim vrednostima, potrebni

su preduzeću koje neguje odgovorno ponašanje prema pojedincima i društvu. Moralno odgovorna osoba se obavezuje da posao obavi i da prihvati odgovornost za neuspeh ili grešku. „U tom smislu, moralno odgovorna osoba se obavezuje da posao obavi i spremna je da prihvati odgovornost za neuspeh ili grešku“ (Figar N., 1995, str. 586). Menadžer, pored toga što je odgovoran za svoje postupke, odgovoran je i za ponašanje drugih kojima rukovodi i na koje, svojim radom, ponašanjem i ličnim primerom može uveliko da utiče. Odgovornost može biti kolektivna i lična. Obe su zavisne od poštovanja etičkih normi. Nepoštovanje etičkih pravila zarad lične koristi, u vezi je sa ličnom odgovornošću, odnosno psihološkim odnosom pojedinca prema moralu i vrednostima koje iz njega proizilaze. Motiv devastacije lične odgovornosti na štetu etičkih načela je lična korist.

Ako pođemo od premise da je preduzeće saglasno da bude subjekt u poslovnoj špijunaži, zaključak da će se ono po svojoj prilici odreći određenih moralnih načela se na neki način nameće. Poslovna špijunaža se, po pravilu, sprovodi zarad poslovnih interesa preduzeća. Istovremeno subjekti špijunaže će imati ličnu korist materijalne i statusne prirode. Očigledno je prožimanje interesa preduzeća, njegovih zaposlenih i subjekata van preduzeća koji sprovode delatnost poslovne špijunaže. Odgovornost i etički principi lica koja sprovode poslovnu špijunažu moraju se na početku svesti na individualnu ravan, a zatim izvesti korelativna veza sa korporativnim interesom. Lična odgovornost i moral su proizvod svesti i savesti svakog pojedinca. Oni su osnova poslovne etike preduzeća. Međutim, sada je lični moral u dobroj meri erodirao u uslovima globalne ponude i potražnje, korporativnog morala rukovođenog profitnim ciljevima. On se ne retko rukovodi makijevističkom filozofskom misli da „cilj određuje sredstvo“. Takva paradigma je u potpunosti primenjiva i na ekonomske odnose u celini. Savremen čovek se kod brojnih mislilaca smatra bićem posthumanog doba. On je višestruko preoblikovan socijalnim i ekonomskim inženjeringom. Kao takav, on je instrumentalizovan i sveden na funkcionalnog izvršitelja koga ne pokreću moralne norme, već trka za novcem. Poznata je činjenica da nisu svi ljudi spremni i saglasni da svoju ličnu moralnost ponude na tržištu. Ipak, ne ulazeći u slobodno procenjivanje njihove zastupljenosti, očigledno je to, da je bilo i da će biti dovoljno onih, kojima lični moral neće činiti prepreku u toj delatnosti.

Ovi zaključci su ispravni ako se ima u vidu da preduzeće zahteva od dela svojih zaposlenih i drugih subjekata da sprovode aktivnosti poslovne špijunaže.

Budući da preduzećem upravlja menadžment, koga pak čine ljudi sa izgrađenim ili neizgrađenim odnosom prema etičkim normama, sasvim je razumljivo da će poslovna filozofija preduzeća kojim upravljaju zavisiti od njihove percepcije ličnog morala i odgovornosti. U tom smislu, centralno mesto etičkog diskursa nije smešteno u nižim slojevima hijerarhije preduzeća, nego u višim. Najviši menadžerski sloj u preduzeću određuje prioritete i ciljeve. Kroz ličnu moralnu prizmu pripadnici ovog sloja često promatraju poslovni moral. Moral se, kao sistem moralnih pravila i skup normi koje određuju čovekovo ponašanje u društvu i to prema društvu u celini, prema drugim članovima društva i prema samom sebi, može vezivati isključivo za ličnost. Lične moralne vrednosti menadžera kreiraju poslovni moral preduzeća. Zato je poslovni moral skup opštih i nepisanih, moralnih normi i vrednosti za pojedinca koje određuju njegovo ponašanje u svim poslovnim odnosima i svim vremenima. Svojom ličnom moralnošću, radom i ponašanjem, zaposleni prezentuju i poslovnu etiku organizacije u kojoj rade. Moralne norme i vrednosti svakog pojedinca predstavljaju temelj društva. Organizacije u svom radu ne bi smele da ugroze individualne moralne norme i vrednosti svojih zaposlenih. „Odluke menadžmenta bi trebalo da budu zasnovane na vrednosnim predstavama etičke orijentacije. Zadatak menadžmenta je identifikovanje vrednosne orijentacije zaposlenih, usaglašavanje tih vrednosti sa društvenim vrednostima i izgradnja vrednosnog sistema organizacije“ (Jevtić M., Radmanovac M, Mančević Z., 2002, str. 169).

Poslovni moral obavezuje sve učesnike u poslovnim aktivnostima, a posebno menadžere. Poželjno je da menadžeri budu moralne ličnosti sa izgrađenim i usvojenim unutrašnjim osećanjem moralne odgovornosti. Menadžer bi trebalo da bude obrazovana ličnost, sa izraženim upravljačkim sposobnostima, ali ako ne poseduje opšteprihvaćene etičke i ljudske vrednosti i nema izražen smisao za međuljudske odnose, sposobnost da spozna i razume društveno i prirodno okruženje, da poznaje psihologiju ponašanja, mentalitet, etičke standarde i moralne sisteme, sisteme vrednosti – on ne može biti uspešan menadžer. On bi trebalo da poseduje lične moralne vrednosti čije su osnovne karakteristike: poštovanje drugih, poverenje prema drugima, držanje obećanja i date reči, poštovanje ličnosti, zaštita dostojanstva, poštovanje različitosti, savladavanje razlika i uvažavanje interesa drugih, odgovornost i dužnost prema drugima, uzajamna pomoć. Takođe, menadžer bi trebalo da bude tolerantan, kreativan, tačan, samostalan, human, dosledan i

spreman na saradnju. Menadžeri sa navedenim moralnim vrlinama, stvaraju uslove da preduzeće posluje etično. Pravne i etičke smernice su temeljna pravila kojih bi trebalo da se drže svi zaposleni. To se odnosi i na obavljanje aktivnosti poslovnog obaveštavanja. Etička kultura organizacije trebalo bi da bude u skladu sa strogim pravnim i etičkim standardima. Etički propusti pojedinaca ili organizacije u sprovođenju aktivnosti ekonomske špijunaže, mogli bi umanjiti ugled preduzeća putem stvaranja negativnog publiciteta.

Važno bi bilo sagledati odnos ličnog morala i odgovornosti i poslovne špijunaže. Iako se lične i kolektivne moralne vrline često smatraju neprolaznim vrednostima, one su u ovom kontekstu često deklarativne prirode. Profesionalni zadaci ponekad mogu u sebi sadržati i posebne obaveze koje su antipod etičkim načelima. Lična moralnost lica je opredeljujuća u razrešenju psihološke dileme u odnosu na poslovne zadatke koji su moralno diskutabilni. Od subjekata ekonomske špijunaže može se zahtevati da zbog viših ciljeva lažu, kriju podatke, ili da koriste tajnu taktiku kako bi zaštitili svoju „masku“, metodologiju, izvore podataka i odgovornost. Budući da su poslovi poslovne špijunaže složeni u prvi plan se ističu sposobnost, znanje i stručnost lica koje je sprovode. Te osobine su primarne i važnije su od ličnog morala.

Efikasnost ekonomskog obaveštajnog rada i špijunaže često isključuje pravljenje etičkih kompromisa. Ti kompromisi su prema gledištu makijavelističke filozofije bespotrebni balast koji ih sputava. Lica koja prihvate da sprovode aktivnosti poslovne špijunaže imaju svoje motive, bilo da su oni zasnovani na dobrovoljnosti ili prinudi. Kod nekih je to želja za avanturom, uzbuđenjem i tajnošću. Ona može biti podstaknuta i željom za novcem, ali i biti posledica seksualnih ucena. Neki će se, pak, za to odlučiti zbog ogorčenosti i nezadovoljstva zbog svog položaja unutar preduzeća i karijere. Uglavnom motive čini kombinacija više faktora.

## POSLOVNA ŠPIJUNAŽA, ETIČKE DILEME I NEDOUMICE

Etičke dileme i nedoumice sa kojima se menadžeri i ostali zaposleni susreću u karijeri neodvojive su od posla koji obavljaju. Odstupanja od etičkih normi sve su češća i izraženija imajući u vidu da su one često neprecizne. Negde se sa sigurnošću nije moguće odrediti prema konkretnim pojavama. Moralni apsolutizam je stoga utopistički ideal. „Moralni apsolutizam nije održiv, jer vodi u nefleksibilnost i grubost koji stvaraju

sopstvene nepravde“ (Strahlendorf P., str. 3). Zato su moralne dileme sve izraženije. Jedno od karakterističnih područja u kome dolazi do odstupanja od etičkih normi je poslovna špijunaža. Intelektualna svojina preduzeća je njegova vredna imovina. Ona se štiti i čuva od neovlašćenog pristupa konkurentskih preduzeća i drugih zainteresovanih subjekata. Ona je rezultat uloženog rada i potpomaže ostavrenju projektovanog poslovnog uspeha. Postavlja se, međutim, etičko pitanje da li je svako dolaženje u posed intelektualne svojine konkurentskih preduzeća neetičko. Brojne su etičke nedoumice koje nije lako definisati. Samim tim ih je teško i podvesti pod ekonomsku špijunažu, a odlično su sredstvo za oticanje tajnih poslovnih podataka u posed konkurencije. Poslovna praksa daje brojne primere koji to potvrđuju. Analizirajući samo neke od njih, može se videti višeslojnost i složenost pojedinih slučajeva, i zaključiti da postoje značajne teškoće u formiranju etičkog stava i normi.

„Moralna dilema postoji kada imamo dva objašnjenja koja vode u donošenje konfliktnih moralnih odluka. Tri najčešća ishoda razjašnjavanja takvih moralnih dilema su:

1. stvaranje treće kreativne opcije koja zadovoljava oba moralna ishoda;
2. ako je moguće, delovati na svaku pojedinačno tako da se zadovolje obe dileme, ili
3. ocenjivanje kojim će se doći do najadekvatnijeg moralnog objašnjenja i odluke“ (Strahlendorf P., str. 4).

Poslovna praksa produkuje mnoštvo etičkih dilema i nedoumica koje se tiču problema ekonomske špijunaže. Sagledavanjem pojedinih slučajeva uočava se sva kompleksnost ove problematike i nepostojanje univerzalnih rešenja. Tako, na primer, prelaženje zaposlenog iz jednog u drugo preduzeće nosi sa sobom veliki rizik da on poslovne tajne ustupi drugom, često konkurentskom preduzeću. Njegova specifična znanja su njegovo intelektualno vlasništvo. Stoga bi se korišćenje njegovog znanja od strane konkurentskog preduzeća moglo smatrati povredom intelektualne svojine preduzeća. S druge strane, takvim pristupom se ograničavaju lična prava i slobode građanina. Radeći u nekom preduzeću, zaposleni stiču znanja koja spadaju u domen poslovne tajne. Nameće se pitanje, da li i otpušteni radnici imaju obavezu da čuvaju poslovnu tajnu i koliko bi ta obaveza vremenski trajala. Konkurentska preduzeća često pribegavaju zapošljavanju takvih lica u nadi da će na taj način doći u posed poslovnih tajni svojih konkurenata. S druge strane, takvom licu konkurentska kompanija bi mogla da ponudi bo-

lje uslove rada, veća primanja, tj. bolje zaposlenje. Ako pretpostavimo da je u stvaranju određene intelektualne svojine učestvovao baš taj zaposleni, ili je on njen jedini kreator, da li je on u obavezi da takvu poslovnu tajnu čuva? Možda će to biti neformalni i nezvanični, ali i najznačajniji uslov za njegovo novo zaposlenje. Da li je etički prihvatljivo da otpušteni tehnolog koji je sam došao do znanja o određenom tehnološkom postupku ili receptu, u obavezi da tehnologiju čuva samo za sebe i da to znanje ne koristi u novom preduzeću? Njegovo znanje je njegova lična svojina, budući da ga je on stekao. Sa druge strane, preduzeće u kojem je bio zaposlen se može pozvati na to da je zaposleni do tog znanja došao korišćenjem tehničko-tehnoloških preduslova koji su mu omogućeni od strane preduzeća. U takvim slučajevima je vrlo teško omeđiti takve postupke lica sa aspekta etike. U svakom slučaju, time su omogućeni povoljni uslovi za stvaranje neloyalne konkurencije. U zavisnosti od ugla posmatranja takvi postupci se mogu smatrati moralnim ili nemoralnim.

Slična etička dilema je i pogledu određenih sposobnosti koje je zaposleni stekao radeći u preduzeću, koje mogu biti specifične i retke. Ako se one smatraju svojinom nekog preduzeća, onda se može smatrati da je zaposleni ušao u delimično ropski odnos sa preduzećem. Pitanje slobode pojedinca je osnovno etičko pitanje. Očekivanja od zaposlenih koja se tiču ograničenja primene specifičnih znanja i radnih sposobnosti, direktno zadiru u fundamentalna i temeljna prava i slobode građana. Preduzeće ih može posmatrati kao deo svog identiteta. I pojedinac može, takođe, s tim što se to može objasniti čvršćom vezom, budući da su te sposobnosti deo njega samog, odnosno njegovog identiteta. U takvim se slučajevima sukobljavaju interesi preduzeća i bivših zaposlenih. Zaposleni, čini se, ima puno pravo da raspolaze znanjem koji je stekao, jer se ono tiče njegove lične egzistencije. Drugo pitanje je psihološke prirode. Ličnost i znanje čoveka se vremenom nadograđuju i menjaju kao posledica novih znanja i iskustava. Vremenom to znanje postaje deo čovekovog bića. Sigurno je da će on delom ili u celosti koristiti stečena specifična znanja i u novom preduzeću, bio toga svesan ili ne i bez obzira na njegov etički odnos prema tom problemu.

Nisu retki ni slučajevi da zaposleni u nedostatku osnovne bezbednosne i korporativne kulture raspravljaju o poverljivim podacima preduzeća. Da li je etički ulaziti u dublju raspravu sa takvim sagovornikom i na taj način još više prodreti u tajne konkurenta? Motiv je važna kategorija koja omogućava pravednije sagledavanje ovog problema. A šta ako je on izostao i zaposleni iznosi poslovne tajne iz pukog neznanja?

Informatički razvoj stvorio je uslove da se putem društvenih mreža na Internetu vode razne rasprave koje za posledicu mogu imati i namernu ili nehotičnu raspravu o problemima koji čine poslovnu tajnu preduzeća. Negativni efekti takve prakse po intelektualnu svojinu nisu ništa manje zloćudni od direktne poslovne špijunaže. I u jednom i u drugom slučaju posledice trpi intelektualna svojina koja je povređena. Neznanje ne može čoveka osloboditi odgovornosti bilo da su one pravne ili moralne prirode. Konkurentska preduzeća će rado iskoristiti i takve mogućnosti da dođu do osetljivih podataka konkurenata. Znanje je moć, podeljeno znanje je gubitak moći. Imajući u vidu da se to pravilo može najbolje ogledati kroz pojmove poslovne tajne i intelektualne svojine, ne čudi pažnja sa kojom se pristupa ovom problemu bilo sa pravnog ili sa etičkog stanovišta. Međutim, iako je poslovna praksa u svetu pokazala da etički i pravni mehanizmi nisu dali zavidne rezultate i da je pojmu intelektualne svojine nanet težak udarac, ne bi trebalo odustati na putu njene zaštite.

## ZAKLJUČAK

Etika je neophodna za ispravno vođenje svih ljudskih aktivnosti, bilo da ih sprovodi pojedinac ili kolektivitet. Moral za svoje ishodište ima čoveka i društvo, jer su oni njegovi i subjekti i objekti. Ljudi uvek procenjuju i svoje i tuđe ponašanje sa stanovišta ispravnosti bilo pravne, bilo moralne. Etika kao mentalni odnos pruža sistematski pristup analizi i vrednovanju ljudskih aktivnosti. Kako je svaku ljudsku aktivnost moguće etički analizirati i vrednovati, sama aktivnost poslovne špijunaže je pod kritičkom lupom. Po obimu aktivnosti, koristi ili štete koju prouzrokuje, poslovna špijunaža je veoma respektabilna i zaslužuje pažnju da bude etički normirana. Međutim, poslovna praksa je ukazala na brojne teškoće za ispravno normiranje.

Ako etičko normiranje nije pravedno, ono ne može biti ni etičko. Dakle, protivi se svojoj suštini. Poslovna praksa je ukazala na zaključak da je pojedine slučajeve teško etički definisati, a da se ne povredi princip pravičnosti.

Poslovnom špijunažom se postiže primarni cilj u vidu sticanja održive konkurentske prednosti preduzeća i uvećanja profitabilnosti poslovanja. To je i te kako dovoljan motiv za preduzeće i ostale subjekte poslovne špijunaže da se upuste u sprovođenje ove delatnosti. Proces globalizacije i mobilnost radne snage su dodatno usložili problematiku pronalaženja pravednog rešenja za različita etička pitanja u ekonomskoj obaveštajnoj delatnosti i špijunaži. Poslovna etika je poprimila dinamičan karakter. Sledstveno poslovnoj praksi, ona se stalno nadograđuje i proširuje.

Globalizacija ekonomije kao proces, dodatno usložava lični i kolektivni odnos prema moralu i etici. To se odnosi i na proces poslovne špijunaže. Do sada se nije došlo do univerzalnog etičkog normiranja poslovne špijunaže među raznim državama sveta. Klasična špijunaža koju sprovode vlade nacionalnih država, nisu vođene etičkim načelima, već interesima. Pojedine njene akcije su i protivzakonite. Bilo kako bilo, one su nužne. Njih primenjuje većina država sa razvijenim državnim sistemom. Analogno tome, poslovnu špijunažu primenjuju i preduzeća, nacionalne države i specijalizovana preduzeća za tu vrstu delatnosti. Kada bi se etička pravila i načela strogo poštovala, tih subjekata i aktivnosti ne bi ni bilo. Ideal striktno primene etičkih načela u poslovnoj špijunaži je utopijski. Imajući to u vidu može se pogrešno zaključiti da su etička načela suvišna i nepotrebna. Ona to svakako nisu. Iako poslovna etika nije u stanju da pruži potpun efekat, ona je neophodan korektiv u oblikovanju svih ljudskih aktivnosti, uključujući i poslovnu špijunažu. Bojazan da bi bez etike društvo i poslovanje u celini zapalo u anarhizam, mogao bi se smatrati sasvim opravdanim.

## Literatura:

1. Blanchard, K., Vincent Peale, N. (1990), *Moć etičkog poslovanja*, Horvat elektronika, ČPG Delo, Ljubljana.
2. Business ethics, <http://www.referenceforbusiness.com/small/Bo-Co/Business-Ethics.html>, pristupljeno: 15.11.2013.
3. Daft, R. L (1994), *Management* (3<sup>rd</sup> ed.), The Dryden Press – Harcourt Brace College Publishers, Orlando.
4. Dramond, Dž., Bein, B. (2001), *Poslovna etika*, Klio, Beograd.
5. Figar N. (1995) „Etika menadžera – „nevidljiva“ imovina preduzeća“, *Ekonomске teme*, br. 1 – 2., str. 588-592.
6. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A.B., (2007), *Strategijski menadžment*, Data Status.

7. Hoffman, W. M. (2003), Šta je neophodno za postizanje visoke moralnosti korporacije?, „Poslovna etika“, Klio, Beograd, str. 61-62.
8. Jevtić, M., Radmanovac, M, Mančević, Z. (2002) *Etički menadžment kao nova paradigma javnog sektora*, JP „Železnice Srbije“, Beograd.
9. Kodeks poslovne etike (2006), Sl. glasnik RS, br. 1/2006.
10. Milisavljević, M. (2003), *Marketing* (21. izdanje), Savremena administracija, Beograd.
11. Mihajlović, D., Stojanović, D. (2010), „Poslovna etika i moral u biznisu“, *Ekonomске teme*, br. 2, str. 241-252.
12. Mekdonald, G. M., Zep, R. A. (2001), *Poslovna etika: praktični predlozi*, Klio, Beograd.
13. Nash, L. (2001), Otkud sad poslovna etika, „Poslovna etika“, Klio, Beograd, str. 4.
14. Smith, N.C. (2000), *Ethical guidelines for marketing practice: a reply to gaski & some observations on the role of normative marketing ethics*, London Business School.
15. Office of the National Counterintelligence Executive, [http://www.ncix.gov/publications/reports/fecie\\_all/media.php](http://www.ncix.gov/publications/reports/fecie_all/media.php), pristupljeno: 15.05.2014.
16. Ristić, S., Aleksić, R. (1980), *Milan Vujaklija, riječnik stranih riječi i izraza*, Prosveta, Beograd.
17. Strahlendorf, P. „Professional Ethics“, Ryerson University, School of Occupational and Public Health, str. 3, [http://www.bcsop.org/pdf/presentationsarticles/714\\_1.pdf](http://www.bcsop.org/pdf/presentationsarticles/714_1.pdf), pristupljeno: 15.03.2014.
18. Sharma A., „Personal values and business ethics“, <http://www.slideshare.net/AshutoshSharma28/personal-values-and-business-ethics-18931087> pristupljeno: 15.03.2014.

## Abstract:

### Ethical Review of the Problem Business Espionage

Vladimir Tatić

This study is considering the role of business ethics in relation to the problem of economic espionage. Companies that aspire to creating and maintaining a good reputation, should have the moral norms and principles and hold to them. For ethical standardization and keeping employees in line with ethics, individual responsibility and morality are important. Personal or individual moral is a part of the social and business ethics. Business enterprises should not be separated from ethics. The phenomenon of business espionage is also important to standardize ethical despite numerous difficulties, since there is not enough talk about it. On the other hand, in modern information age, business competitors' secret data are the top priority. Bear-

ing in mind the fact that exactly these data are essential for the competitive positioning and creation of a viable competitive advantages, it is understandable that there is an increase of economic intelligence activities. Business espionage is therefore more frequently used in order to achieve business goals. With that in mind, it is certainly desirable that all business activities, including business espionage, are observed and to analyzed from an ethical point of view.

**Keywords:** business espionage, ethics, business ethics, personal morality, individual responsibility.

#### Kontakt:

Vladimir Tatić

Vojnobezbednosna agencija MO  
e-mail: vladimirtatic76@gmail.com