

در آمدی بر وضعیت هوشمندی رقابتی در فدراسیون روسیه

نادر نقشینه*

طاهره علومی**

مقدمه

هوشمندی رقابتی یا Competitive Intelligence عبارت از فن شناسایی، گردآوری، تحلیل و ارائه اطلاعات کنش مدار در رابطه با رقبا یا محیط رقابت برای پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران نهاد یا سازمانها در رابطه با رسم برنامه راهبردی می باشد.

بازارهای جمهوری فدرال روسیه و کشورهای مستقل مشترک المنافع برای ایران بسیار جذاب و بالقوه درآمدزا هستند. اما در عین حال برای سرمایه گزاران ایرانی، بخصوص در بخش های با کاربرد مضاعف دفاعی می تواند ناپایدار و حتی نامفهوم تلقی شود. این مسئله بخصوص در بعد علمی و فنی غامض تر است چرا که در پست ترین لایه با وجود مراودات ایران و روسیه در طی ۳۵۰ سال گذشته، رخنمونی از این ابر قدرت سابق در دستگاه علمی ایران موجود نیست.

روس و ایران در یک ویژگی ملی با هم مشترک هستند و آن دل مشغولی مشترک نسبت به تهدید امنیتی بلوک غرب و در راس آن آمریکا است. این نکته در تعامل نویسندگان با الکساندر ایگناتوف^۱ یکی از مشهور ترین دست اندرکاران اطلاعات هوشمندی رقابتی در این منطقه به نظر رسید.

اساسا در روسیه هوشمندی رقابتی به شدت در ساختار جاسوسی نظامی و جاسوسی دولتی ریشه دارد که در اواخر دوران اتحاد جماهیر شوروی سابق رونق و رواج داشت. با عنایت به این بنیانها، هوشمندی رقابتی امروزین روسیه دارای مرزهای گنگ و مبهم بسیاری است. حتی

1. Alexander Ignatov

* عضو هیئت علمی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران
** دانشیار، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران

بسیاری از واضعین هوشمندی رقابتی در غرب، اغلب به اشتباه هوشمندی رقابتی در روسیه را چیزی فراتر از جاسوسی اقتصادی تلقی نمی کنند. اینکه بسیاری از دست اندرکاران این رشته در روسیه دارای پس زمینه نظامی، اطلاعاتی و یا پلیسی بوده اند به این شبهه دامن می زند. علاوه بر این نظام آموزشی و تعلیماتی برای هوشمندی رقابتی در روسیه تنها بوسیله روشهایی آموزش داده می شوند که با آکادمیهای نظامی و جاسوسی متعلق به دولت متناظر است.

با این همه هوشمندی رقابتی در این کشور تلاش دارد تا میراث بجای مانده از اتحاد شوروی را به کناری افکند. بین سالهای ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۱، شرکتها در روسیه سعی نمودند تا نسبت به مقوله هوشمندی رقابتی رویکردی تازه و غیر جاسوسی داشته باشند. افراد جدیدی در طی دو سه سال اخیر سعی نموده اند تا در این بازار برای خود جای پای باز کنند.

این مسئله از آنجا حائز اهمیت است که سنت دیرینی از اتحاد جماهیر شوروی سابق در رابطه با بکارگیری سامانه‌های جاسوسی در اقتصاد دولتی به ارث رسیده بود (کولپاکیدی و پروخورف ۱۹۹۹)^۱. مشتری اصلی این اطلاعات کنش مدار باصطلاح مجتمع نظامی- صنعتی

بود که تبلور تمامی اقداماتی بود که در رابطه با توسعه و تولید جنگ افزار صورت می گرفت. در طی دهه ۱۳۵۰ برای دولت لئونید برژنف روشن شده بود که اتحاد شوروی به لحاظ اقتصادی- بخصوص در صنایع پر تکنولوژی- از اقتصادهای غربی واپس افتاده است. از اینرو گردآوری اطلاعات رقابتی راجع به فناوریهای نو و برنامه های تحقیقاتی غرب بعنوان یک وظیفه کلیدی دستگاه جاسوسی اعلام شد. علاوه بر این اقتصاد شوروی سابق شدیداً به قیمت نفت و سایر منابع طبیعی وابسته بود که منابع اصلی جریان ورود ارز را تشکیل می دادند. از اینرو، تامین اطلاعات رقابتی در مورد رخدادهایی که بر روی قیمت جهانی منابع ارزی می توانستند اثر گذار باشند بصورت دومین هدف مهم دستگاههای جاسوسی درآمد.

تمامی فعالیتهای مربوط به جاسوسی اقتصادی توسط کمیسیون نظامی- صنعتی هماهنگ می شد. این کمیته بعد از بقدرت رسیدن میخائیل گورباچف در سال ۱۳۶۴ به کمیسیون اصلی مجموعه نظامی و صنعتی ارتقاء وضعیت داد. این کمیسیون همه فعالیتها در بخش پی جوئیهای اطلاعات اقتصادی و فنی را اداره می کرد. شرکتهایی که به اطلاعات هوشمندی نیاز داشتند سفارشات خویش را

1. Kolpahidi & prokhorov

به وزارتخانه های متبوع خود می دادند. برای مثال تمامی بنگاههای درگیر در تولید تجهیزات الکترونیک نیازهای اطلاعاتی خود را به وزارت صنایع رادیو-الکترونیک اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی تسلیم می کردند. بعد از گردآوری همه این درخواستها، وزارت خانه ها این درخواستهای یکپارچه شده را به کمیسیون اصلی مجتمع نظامی- صنعتی ارسال می کردند. این کمیسیون سالانه اطلاعاتی را برنامه ریزی نموده و آنها در اختیار سازمانهای جاسوسی دولتی قرار می داد.

در اواخر دوره اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی، کا.گ.ب و گ.آ.ریو (یا سازمان جاسوسی نظامی) درگیر هوشمندی رقابتی بودند اما سازمانهای دیگری نیز در این میان به فعالیت مشغول بودند که می توان در این میان از کمیته علوم و فناوری دولت، کمیته روابط تجارت خارجی دولت، بخش ویژه فرهنگستان علوم شوروی و بخشهایی از وزارت تجارت خارجی شوروی نام برد. این نظام تا زمان فروپاشی شوروی نیازهای اطلاعاتی را بطور کارآمد رتق و فتق می نمود.

تاریخ هوشمندی رقابتی در اتحاد شوروی را می توان به سه دوره زمانی تقسیم کرد. دوره اول از سال ۱۳۷۰ شروع می شود یعنی زمانی که روسیه به یک دولت خود گردان تبدیل شد. اصلاحات اساسی و زیر بنایی که در کا.گ.ب به رهبری بوریس یلستین ادغام گرفت باعث شد تا صدها افسر از سرویس مخفی کنار گذاشته شوند. بیکاری این افسران که ناشی از ترس یلستین از مخالفت سرویس مخفی بود، باعث شد تا این افراد در جامعه پس-کمونیستی روسیه به دنبال جایی و ماوایی برای خویش باشند. اکثر آنها در سرویسهای امنیتی خصوصی و سرویسهای هوشمندی رقابتی پستهایی گرفتند. از آنجا که اکثر این شرکتها به دولت تعلق داشتند نفوذ کارمندان پیشین کا.گ.ب به این شرکتها چونان دشوار نبود. این تاثیر غالب دولت بر اقتصاد به نحو چشمگیری با خصوصی سازی اکثر بنگاههای اقتصادی غیر دفاعی در روسیه زائل شد.

بین سالهای ۱۳۷۵ الی ۱۳۷۴ سرعت توسعه هوشمندی رقابتی در روسیه بالا گرفت. در این زمان صاحبان شرکتهای تازه خصوصی شده به طور مستقل از دولت شروع به برپایی سامانه های جاسوسی خود کردند. با وجود برخورداری از منابع مالی کافی برای ایجاد سرویس اطلاعاتی خاص خود، این شرکتها هنوز به کهنه کارمندان اطلاعاتی- بعضی افسران سابق اطلاعات و عملیات شوروی سابق-

وابسته بودند. این افراد روحیه کاری و روش شناسی دستگاه جاسوسی شوروی سابق را به همراه خود به این شرکت ها آوردند. در نتیجه میراث شوروی سابق در زمینه جاسوسی این مرحله از تاریخچه توسعه و تطور هوشمندی رقابتی در روسیه را تحت الشعاع قرار داد. این دوران، دورانی پر از تضادهای شرکتی، فتنه ها، اخاذیها و زور گیری هایی بود که معمولاً توسط بخشهای امنیتی شرکتها صورت می گرفت. (والرد یاسمان ۱۹۹۵).^۱ عملیاتی از قبیل گردآوری اطلاعات از منابع باز و یا تحلیلهای عمیق هوشمندی رقابتی گستردگی عام نیافته بودند چرا که جاسوسی اقتصادی روش اصلی حل مسائل و مشکلات بشمار می رفت. این دوران را دوران سرمایه گزاری لجام گسیخته در شوروی می خوانند.

۱- ساختار امروزی هوشمندی رقابتی

روسی
از آنجا که بنظر نویسندگان شباهت های زیادی بین رویکرد دولت های روسیه و ایران نسبت به بخش خصوصی و اقتصاد وجود دارد، بی راه نیست که به ساختار هوشمندی رقابتی در روسیه نظری داشته باشیم.

۱-۱- ساختار سازماندهی

اولین بخشهای شرکتی درگیر در

این دوران شاهد تحولی بود که هوشمندی

رقابتی را به دو بخش تقسیم می کرد. بخش اول صنعت هوشمندی رقابتی در روسیه که هنوز به شرکتهای دولتی درگیر در صنایع دفاع سرویس می داد. بخش دوم که خود را با نیازهای شرکتهای خصوصی همسو نموده بود. قسمت اول مرکب از دستگاه های جاسوسی دولتی و قسمت دوم مرکب از شرکتهای ارائه کننده خدمات امنیتی و بنگاه های مستقل

1. Waller & yassmon

فعالیت‌های هوشمندی رقابتی بین سالهای ۱۳۷۲ الی ۱۳۷۴ توسط شرکتهای بزرگ نفتی روسی مثل یوکوس تشکیل شدند. بسیاری از افسران سابق کا.گ.ب جذب این بخشها شدند. برخی از این افراد ترجیح دادند که بنگاههای باصطلاح مشاوره ای برای پوشش دادن به خدمات جاسوسی اقتصادی تاسیس کنند که خدمات خود را به خریدارانی که بالاترین پیشنهاد را ارائه می دادند عرضه می کردند. با توجه به اینکه شرکتهای بزرگ روسی

دارای حراست و حفاظت فیزیکی داخلی هستند، بین ۱۲ الی ۱۵ درصد از آنان دارای زیر گروه هوشمندی رقابتی می باشند. اگر چه به ظاهر فقط ۴ الی ۵ درصد از این شرکتهای دارای واحدهای خود مختار هوشمندی رقابتی می باشند اما این آمار گمراه کننده است. بنظر می رسد که شرکتهای بزرگ روسی مثل گازپروم و نووکامپوزیتی و آنتوانف از واحدهای تحلیل عملیات خود بعنوان پوشش برای فعالیتهای هوشمندی رقابتی استفاده می کنند (ایگناتوف و دیگران ۲۰۰۴)^۱.

در سال ۱۳۸۲ یک متخصص روسی در زمینه هوشمندی به نام الکساندر الکساندروویچ ایگناتوف در رابطه با بلوغ عملیات هوشمندی رقابتی در روسیه مدل شش سطحی را اعمال

کرد. این مدل دارای شش سطح غالب، آغازی، معمولی، رسمی، کنترل شده و بهینه سازی شده بود. اهمیت مدل ایگناتوف از این جهت است که این مدل قرابت جانبی با مدل مشابهی موسوم به کوبیت^۲ دارد که در زمینه آمادگی سازمانها برای درونی سازی فناوری اطلاعات بکار می رود. مدل کوبیت اساسا هدف گزاریهای کنترلی برای فناوری اطلاعات و فناوریهای مربوطه را مورد ارزیابی قرار می دهد. این مدل خود دارای منشای نظامی است.

در مورد شرکتهای متوسط، سطح توسعه هوشمندی رقابتی به دو عامل نوع صنعت و محل استقرار شرکت بستگی دارد. برای نمونه تقریبا تمامی شرکتهای متوسط مصرفی و متالورژی و همین طور شرکتهای مستقر در مسکو و دوازده شهر روسیه که دارای جمعیت بالای یک میلیون نفر هستند دارای سطوح منظم و حتی رسمی هوشمندی رقابتی هستند. اما در بخش سکاسب یا کسب و کارهای کوچک چنین نیست و با غیبت این خدمات روبرو هستیم.

از آنجا که در روسیه هوشمندی رقابتی بخش کلیدی از فعالیتی عام تر بنام امنیت اقتصادی محسوب می شود، معمولا به عنوان مسئولیت واحدهای امنیت اقتصادی شرکتهای

1. Ignatov & company
2. COBIT

تلقی می شود. اما وظیفه اصلی این واحد ها از قبیل امنیت پرسنل و ضد جاسوسی شرکتی از عملکردهای منابع انسانی می باشد. تنها در معدودی شرکتهای بزرگ درگیر امر صادرات شاهد وجود هوشمندی رقابتی بعنوان یک واحد مستقل هستیم.

باید توجه داشت که بر خلاف ایران، قانون فدراسیون روسیه ناظر بر فعالیتهای کارآگاهی و امنیت خصوصی به شرکتهای این حق را می دهد که واحد های امنیتی/آگاهی

شرکتی را برپا دارند. بند سوم این قانون به بخشهای امنیتی اجازه می دهد تا به تحقیق در بازار پرداخته، اطلاعات لازم برای مذاکرات را گردآوری کرده، شرکای تجاری و ورشکسته به تقصیر یا غیر قابل اتکا را شناسایی نموده و داده های بیوگرافی کارمندان را روشن کنند.

بنا به نظر میرزاوف (۲۰۰۴)^۱ این ابهام به عمد صورت گرفته است تا با پنهان کردن عملیات تجسسی در پس تعاریف حقوقی بتوان دامنه وسیعی از این عملیات را صورت داد.

با این همه واحد های امنیتی شرکتهای مجاز به ارائه سرویسهای هوشمندی رقابتی به مشتریان خارجی نیستند. این مسئله کارو کسب موسسات خصوصی فعال در این زمینه را رونق داده است. معمولا در روسیه از این

موسسات تحت نام موسسات خود مختار یاد می شود. بنا به آمار وزارت کشور فدراسیون روسیه بین سالهای ۱۳۸۲ الی ۱۳۸۳، دو سوم چنین موسساتی تحت پوشش بنگاههای کارآگاه خصوصی یا بنگاه امنیتی فعالیت می کردند. از آنجا که چنین عنوانی استفاده از تجهیزات فنی و همینطور تسلیحات را در بر دارد. این سازمانها تحت نظارت مستقیم وزارت کشور فدراسیون روسیه به فعالیت اشتغال دارند.

برای رهایی از مداخلات وزارت کشور، یک سوم شرکتهای روسی دست اندرکار هوشمندی رقابتی عطای استفاده از تجهیزات فنی را به لقای بخشیده و خود را بعنوان خدمات هوشمندی رقابتی و یا بنگاه های تحقیق در بازار به ثبت می رسانند.

۱-۲- ویژه سازی خدمات

دست اندرکاران صنعت هوشمندی رقابتی در هوشمندی رقابتی را می توان بر اساس درجه ویژگی خدمات ارائه شده به چهار گروه دسته بندی کرد.

- بخشهای هوشمندی رقابتی شرکتهای و یا بنگاه های مستقل که به تحقیق در بازار شرکتهای داخلی می پردازند (داخل روسیه)
- بخشهای هوشمندی رقابتی یا بنگاه

های مستقل که به تحقیق در رابطه با بازار کشورهای مستقل همسود و شرکتهای آن می پردازد.

• بخشهای هوشمندی رقابتی شرکتهای و بنگاه های مستقل که به تحقیق در مورد شرکتهای و هم بازارهای داخلی و خارجی مشغول هستند.

البته می توان بر اساس گروه مشتریان نیز شرکتهای را تقسیم بندی نمود که مشابه آن در ایران هم دیده می شود اما از آنجا که در این تقسیم بندی می توان ویژه سازی خدمات را بر اساس درجه انعطاف پذیری نیز تعریف کرد از این رو ترجیح داده شد تا از پیچیدگی های لاینفک مربوط به تقسیم بندی بر اساس گروه مشتریان احتراز شود.

از نقطه نظر میزان نفوذ در شاخه های مختلف اقتصادی، بنظر می رسد که بخشهای نفت و گاز، امور بانکی، صنایع متالورژی و صنایع مخابراتی دارای بیشترین ضریب نفوذ هوشمندی رقابتی هستند که در این میان سهم صنایع نفت و گاز و متالورژی به تنهایی ۶۰ الی ۷۰ درصد می باشد (کوچتکوف، ۲۰۰۲)

از نقطه نظر حجم داده های صنعتی موجود برای گردآوری و تحلیل توسط دست اندرکاران هوشمندی رقابتی، بنظر می رسد که این فعالیت از هر نوع اطلاعاتی بهره برداری کرد. تنها آن دسته از اطلاعات در این حوزه وارد می شوند که بر روی تصمیمات و عملیات شرکتهای اثر گذار باشد. یکی از اهداف اصلی هوشمندی رقابتی جدا کردن اطلاعات مفید از اطلاعات ببرد نخور است. در عین حال هم بسیار مهم است که برخی از اجزای مهم اطلاعات را در این گروه از داده های زائد گم نکنیم.

۲-۱- **گردآوری داده ها**
اگر چه به لحاظ اخلاقی و قانونی دایره

گردآوری داده در هوشمندی رقابتی به منابع بازی چون مقالات خبری، وب سایت‌های شرکتها، و پایگاه های اطلاعاتی آزاد محدود می شود. اما در روسیه از روشهای شبه مجرمانه و حتی مجرمانه برای گردآوری اطلاعات استفاده می شود (چرتوپ رودو^۱ ۲۰۰۳). پرداخت رشوه

تحت عنوان حق التسریع یا حق التکریم نمونه ای از این روشهای شبه مجرمانه می باشد.

روسیه، اوکراین، قزاقستان و چند کشور عضو کشورهای مستقل همسود و منطقه بالتیک دارای خبرگزاریهای ملی می باشند که اخبار اقتصادی/سیاسی محلی را به زبان خود و همینطور انگلیسی بلادرنگ پخش می کنند.

قدرتمندترین آنها خبرگزاری ایتارتاس^۲، اینترفاکس^۳ و نوستی^۴ نه تنها روسیه بلکه سایر کشورهای جامعه همسود و حوزه بالتیک را پوشش می دهند. در این میان دو خبرگزاری اینترفاکس و نوستی شدیداً بر روی شیوه های نوین خبر پراکنی چون پست الکترونیکی، تلفن همراه، خط خبر الکترونیک یا تیکرتیپ و آرشیو

اخبار الکترونیک متمرکز هستند.

البته چند پایگاه اطلاعاتی درونخطی مشابه با آنچه که در خارج با آن آشنا هستیم وجود دارند. اما عیب عمده آنان این است که اکثر اطلاعات به زبان روسی و یا برخی زبانهای

دیگر چون لیتوانی و تاتاری است. در این میان ترجمه همزمان به زبان انگلیسی یا وجود ندارد و یا از کیفیت پایینی برخوردار است. بنظر می رسد مهمترین پایگاه اطلاعاتی بر اساس میزان استناد پایگاه اطلاعاتی اینتگروم به نشانی

اینترنتی www.integrum.com است.

در این میان چند بنگاه هم هستند که یا خلاصه اخبار عمومی یا خصوصی را تهیه می کنند. این خدمات که بسیار شبیه به خدمات بریده جراید هستند غالباً فاقد ترجمه انگلیسی است. بر اساس تماس شخصی با برخی از دست اندرکاران هوشمندی رقابتی در روسیه، که از طریق واسطه ای در ایالات متحده صورت گرفت، بنظر می رسد که منابع داده های اصلی مورد استفاده جهت فعالیتهای هوشمندی رقابتی در روسیه، نسخ غیر قانونی پایگاه های اطلاعاتی رسمی دولت هستند. مناسب با کاربرد مورد نظر می توان دامنه وسیعی از پایگاه های اطلاعاتی را تهیه کرد که در اینجا چند نمونه ذکر می شود:

- ثبت شرکتهای روسی (متعلق به وزارت مالیات، کمسیون دولتی آمار)
- اطلاعات در مورد پیمانهای صادراتی و وارداتی شرکتهای روسی (کمیته دولتی گمرک)

3. Inter fax (www.interfax.com)
4. Novosti (www.en.rian.ru)
2. formalization

1. Chertuptud
2. ITAR-TASS (www.Tass.ru/eng)

• اطلاعات مربوط به حقوق رسمی کارمندان روسی که شامل نشانی و شماره پاسپورت هم می شود (صندوق بازنشستگی دولت).
 • داده های مربوط به شماره های شخصی و شرکتی

۲-۲- مصاحبه

به چند دلیل روش مصاحبه در روسیه عنوان روشی برای گردآوری داده های اصلی کارآمد نضج نگرفته است. (استاکووا ۲۰۰۱)^۱. یکی از مهمترین دلایل ماهیت دولتی بسیاری از شرکتهای عمده در روسیه است. مدیران شرکتهای عمده در روسیه معمولاً خود در مصاحبه شرکت نکرده و کار را به زیر دستان خود می سپارند. این زیر دستان نیز مجبور هستند که پاسخهای خویش را با مدیران ارشد هماهنگ کنند. این کاری زمانبر است. علاوه بر این، از آنجا که این شرکتها یا دولتی بوده و یا برای دولت کاری می کنند رژیم امنیتی نیز مزید بر علت شده است.

با این همه باید به این نکته توجه داشت که در مورد ۹۰ درصد شرکتهای روسی نشانی و تلفن محل ثبت قابل اتکا نیست. برخی شرکتها صرفاً نشانی و تلفنی که غالباً محل زندگی مدیر شرکت است را داده اند. برخی از شرکتها نیز ترجیح می دهند که زیاد در چشم نیامده و به معاملات غیر رسمی (و نه لزوماً

شرکتها این تعداد بخاطر مهاجران غیر قانونی از جمهوریهای آسیای میانه، مولداوی، بلاروس، اوکراین و سایر کشورهای همسود (مشترک المنافع) ۳ الی ۵ برابر بیشتر است.

مشکل همسانی نیز در داده های مربوط به درآمد وجود دارد. بیش از ۷۵ درصد درآمد مشاغل کوچک در روسیه پنهان است. برای دادن مالیات کمتر، شرکتها تمامی ارقام درآمدی خویش را ثبت نمی کنند. از اینرو روش مصاحبه از کارایی بالایی در این سناریو برخوردار نیست.

۲-۳- تحلیل اطلاعات

دومین هدف اصلی هوشمندی رقابتی تحلیل اطلاعات است. اطلاعات و داده های خام بویژه برای پشتیبانی از تصمیمات روزمره بسیار یاری رساننده هستند. قبل از استفاده از اطلاعات برای پشتیبانی از تصمیم گیری، این اطلاعات باید پردازش و تحلیل شوند.

میراث ارزشمند آکادمی ها و مدارس عالی بجای مانده از اتحاد شوروی سابق در زمینه های ریاضی، آمار، تحلیل داده ها و سیبرنتیک در این رابطه نقش ویژه ای ایفا کرده اند. متخصصین روسی فناوری اطلاعات بخاطر مهارت بالا در "فکر افزار" و همین طور توانایی برای پیدا کردن روشهای غیر متداول برای حل

مسئله شهره آفاق هستند. از این رو یک تحلیلگر روسی ترجیح می دهد که از روشهای پیچیده ای چون برنامه ریزی و تحلیل سناریو، شبیه سازی و مدل سازی، تحلیل محتوایی، تحلیل متنی، دانش یابی در پایگاه های اطلاعاتی، استدلال موردی، درخت تصمیم گیری، شبکه های عصبی، الگوریتمهای ژنتیک و برنامه ریزی تکاملی بهره گیرد. (دورونین ۲۰۰۰)^۱.

در اینجا تجربه دست اندرکاران هوشمندی رقابتی در رکن ۲ و دستگاه جاسوسی دولتی، باعث شده است تا از روشهای تحلیلی خاصی چون پویش شایعات، بازیهای جنگی و پویش محیطی نیز استفاده شود.

در اینجا باید به این نکته اشاره داشت که بنا بر بعضی از تخمینها بیش از چهار پنجم دست اندرکاران هوشمندی رقابتی در روسیه دارای سابقه رکن ۲ یا جاسوسی دولتی هستند. (لیندر ۲۰۰۳)^۲.

۳- موضوعات و مسائل کلیدی

محرمانگی همانند ایران، در روسیه نیز تفسیر عبارت محرمانگی نقش بارزی را در صنعت هوشمندی رقابتی می کند. از زمان پتر کبیر، تا اتحاد جماهیر شوروی و فدراسیون روسیه، حکومتها وسواس حفاظت از امراء دولتی را داشته اند.

1. Doronin 2000
2. Linder

از آنجا که بسیاری از زمینه های فعالیت‌های تجاری تحت نظام حفاظت از اسرار دولت قرار می گیرد، از اینرو هر فردی که اقدام به گردآوری اطلاعات در این زمینه ها را دارد در مظان اتهام افشای اسناد محرمانه دولتی قرار می گیرد.

در سال ۲۰۰۳ وضعیت بدتر تر شد. تا این تاریخ در مورد این تفسیر قانون محرمانگی اتفاق نظر وجود داشت که تنها افرادی را می توان در مظان افشای اسرار دولتی قرار داد که به این اسرار دسترسی داشتند. اما در این تاریخ دادگاه های روسیه حکم کردند که حتی در صورت عدم دسترسی به این اسرار نیز می توان شهروندان روس را در مظان این اتهام قرار داد. علاوه بر این بنا به حکم این دادگاهها، منابع باز نیز می توانند حاوی اسرار دولتی باشند. به عبارت دیگر اگر فردی صرفا بر اساس منابع باز

و فنون تحلیلی شخصی در روسیه در رابطه با توسعه خطوط متالورژیکی در فلزات نادر خاکی اقدام به انتشار اطلاعات کند- حتی بدون اینکه به اطلاعات سری دسترسی داشته باشد- می توان وی را به جرم افشای اسرار دولتی به ده الی پانزده سال حبس محکوم کرد. بارزترین نمونه آن، پرونده سوتیاگین^۱ است.

۴- شفافیت

همانطور که در بخشهای قبلی اظهار شد. بسیاری از شرکتهای روسی علاقمند به انتشار اطلاعات در مورد فعالیتهای خود نیستند. حتی برخی از شرکتهای سهامی برای امتناع از قید اجبار به انتشار گزارش مالی سالانه یا توسط سهامداران خویش بصورت شرکتهای با مسئولیت محدود مجدداً به ثبت رسیده اند و یا با تاخیر زیاد گزارشات سالانه خود را منتشر می کنند تا اطلاعات یا بیات شده و یا بی ارزش شوند. تنها درصد کوچکی از بنگاه های روس که بدنبال ورود به بازارهای مالی جهانی هستند اطلاعات خویش را بصورت کامل منتشر می کنند. همین امر باعث شده است که بسیاری از دست اندرکاران هوشمندی رقابتی در روسیه، هنوز از فوت و فنهای جاسوسی استفاده کنند.

۵- الزاماتی برای شرکت ها و کشورهای طرف روسیه

سویا بخشهای نظامی و اقتصادی دولتی که بطور سنتی با روسیه بصورت دولت به دولت طرف قرارداد هستند و از اینرو از منابع خاصی برای اعتبار سنجی شرکتهای روسی و فرصتها در آن کشور استفاده می کنند، سایر بخشها فاقد امکانات همسنگ برای این اعتبار سنجی و یا شناسایی فرصتهای اقتصادی در فدراسیون روسیه هستند. در صورت اجرای

1. Sutyagin (www.sutyagin.ru)

رسمی سیاستهای اصل ۴۴ قانون اساسی،

بخصوص در بخشهای مهمی چون صنایع سطح

بالا چون مواد هوشمند و نانو، بیوتکنولوژی و

مهندسی ژنتیک، نرم افزار نویسی و شبیه

سازی، و فناوری هوا-فضا شرکتهای ایرانی

نیاز به قابلیت ویژه ای برای شناسایی و پیشینه

شناسی طرفهای روسی خود خواهند داشت. با

توجه به عدم سرمایه گذاری وزارت تحقیقات

و فناوری در بخشهایی از پیکره آموزش عالی

کشور که بطور بالقوه قادر به پر کردن این خلا

هستند و همینطور عدم اطلاع رسانی مناسب

در مورد قابلیت های دفاتر نمایندگیهای

سیاسی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران

در فدراسیون روسیه، در مقایسه با کشورهای

چون ایالات متحده، انگلستان، فرانسه و حتی

امارات متحده عربی، در حال حاضر ظرفیت

اطلاعاتی قابل اعتنایی در زمینه هوشمندی

رقابتی برای بخش خصوصی و حتی تعاونی

فراهم نیست. کشور فرانسه برای نمونه از سال

۲۰۰۴ در دستگاه دولتی خویش بخشی را در

رابطه با هوشمندی رقابتی مرکب از دستگاه

های کشوری، لشکری و اطلاعاتی بوجود آورده

است که یکی از وظایفش فراهم کردن اطلاعات

فراستی برای ارباب صنایع فرانسه می باشد.

پیشنهادها

با توجه به جبر اجتناب ناپذیر لزوم تقویت

بخش خصوصی در مورد افزایش صادرات غیر

نفتی در عین حال بالا بردن حاشیه امنیت

ملی از طریق توسعه مبادلات بازرگانی در همه

سطوح و با عنایت به این نکته که کارآفرینان

ایرانی و بازرگانان باید به خوبی نسبت به

دورنمای هر اقدام تجاری خود بر رقبا خود

برتری اطلاعاتی داشته باشد توصیه می شود

که وزارت امور خارجه و بازرگانی از طریق دفاتر

خود اقدام به ایجاد و پرورش توان هوشمندی

رقابتی نموده و در صورت فراهم نبودن امکانات

این امر با هماهنگی سازمانهای توانمندتر از

امکانات خود بعنوان نقاط گردآوری و فراهم

آوری اطلاعات برای مدیران استفاده کنند.

روسیه یک موقعیت طلایی در این رابطه

محسوب می شود.

قدردانی: نویسندگان مایلند از آقای دکتر

بهزاد قره‌یاضی از بابت معاضدت و هم فکری

در مورد این مقاله کمال سپاسگزاری را داشته

باشند.

1. Alexandrova, A. (2001). "Hear, Comrade!" Career Magazine, 10 (October 2001): 46-49
2. Andrew, . and O. Gordievsky. (1991). KGB: The Inside Story of Its Foreign Operations from Lenin to Gorbach-ev. New York, NY: HarperCollins.
3. Babkin, V. (2003). Bank Business Intelligence. <http://www.it2b.ru/it2b2.view3.page106.html>.
4. Chertoprud, S. (2002). "Competitive Intelligence in Russia: Personnel is the Critical Factor," World of Security Magazine, 4(101)
5. Chertoprud, S. (2003). "Competitive Intelligence and Economical Espionage: Ethics of Methods," <http://profi.gateway.kg/chertoprud>.
6. CNews (2003). It's Possible to Purchase the Phone Subscribers Database only for 600 Rubles. www.cnews.ru. March 6.
7. Conflict Studies Research Center, the Defense Academy of the United Kingdom (2000). The Federal Security Service of the Russian Federation. March.
8. Doronin, A. (2000). Analytical Work in Non-governmental Security Services.
9. <http://www.bre.ru/security/14987.html>
10. Ignatov & Company Group. (2003). Evaluation of the Volume of the CI Market in Russia. Bespoke Report. (available by request).
11. Ignatov & Company Group. (2004a). Corporate Structure of the Russian TOP-100 Companies. Bespoke Report. (available by request).
12. Interiors Ministry of Russia, General Editorial Board. (2003). "Annual Statistics: Data on Registration and Control over Activity of the Private Detective and Guard Agencies in Russia for 2002."
13. Interiors Ministry of Russia, General Editorial Board. (2004). "Annual Statistics: Data on Registration and Control over Activity of the Private Detective and Guard Agencies in Russia for 2003."
14. Kochetkov, V. (2002). "The Technology of the Start: Former KGB Officer or Former Police Officer?" Vedomosti Newspaper, 126(689)
15. Kolpakidi, A.I. and D.P. Prokhorov. (1999). Empire of the GRU. Moscow, Russia: Olma-Press Publishing House.
16. Linder, J. (2001). "The Soldiers of the Invisible Fronts," Interview published at <http://www.rabota.ru/library/article311.html>
17. Mirzoev, S. (2004). "About Sad: the Russian Corporate Security Services Live According to the Laws Adopted by Themselves."
18. http://advokaty.org/vslux4_04.php
19. National Council on Corporate Governance (2003). It's Better to be Rich and Transparent. Bulletin 1(1): 11-12
20. National Council on Corporate Governance (2004a). National Corporate Governance: Overviewing Specifics. Bulletin 2(2): 2-6
21. National Council on Corporate Governance (2004b). Rating Russian Companies. 2(2): 17-20
22. Pechenkin, I.A. (2004). CI in Metallurgy. Report at conference, Information in Metallurgy, Moscow, January 15-16, 2004.

23. Potresov, S. (2003). The Database at Your Shelf.
24. <http://www.izvestia.ru/tech/article29061>
25. Sharlot, V. (2002). The Russian Database in Information-Analytical Work.
26. <http://compintel.narod.ru>
27. Starkova, J. (2001). Marketing in the Regions of Russia: Problems and Perspectives. Abercade Consulting.
28. Tokarev, B.E. (2001). Methods of Collection of Marketing Information in Russia. Jurist Publishers.
29. Tzu, Sun. (1963). The Art of War. Translated by S.B. Griffith. Oxford, UK: Cleveder Press.
30. Vus M.A. and A.V. Federova. (2003). State Secrets and Their Protection in Russia. Juridical Center Press Publishers.
31. Waller J. M. and V.J. Yasmann. (1995). "Russia's Great Criminal Revolution: The Role of the Security Services," The Journal of Contemporary Criminal Justice 11(4) December, 1995.
32. Zabello, J.Y. (2002). CI Professionals Training: Problems and Perspectives.
33. http://profi.gateway.kg/kadry_ci