



Тактическая оборонительная операция в конкуренции – это согласованная и взаимосвязанная совокупность конкурентных действий, применяемая участниками рынка для защиты своего бизнеса и (или) его отдельных элементов от тактических соперников.

С помощью данных операций ими отстаиваются собственные позиции и интересы конкурентной среде, осуществляются тактические модели обороны. Единой общепризнанной классификации тактических оборонительных операций в настоящее время не существует (как не существует и единой классификации тактических наступательных операций). Тем не менее, сложившаяся веками практика конкуренции предпринимательстве позволяет дать им характеристику, выделив типы, способы применения и виды тактических оборонительных операций.

В соответствии с особенностями тактических задач участников рынка используются такие виды тактических оборонительных операций, как пассивная защита, активная защита и контратаки.

*Пассивная защита* заключается в поддержании участниками рынка баланса сил, который они признают приемлемым на различных участках фронта или по всему фронту. Задачами операций являются пассивные оборонительные участки фронта и сковывают действия атакующей стороны.

Первое достигается через контрразведку, второе при помощи тактических операций, в которых копируются действия соперников, или операции, которые являются зеркальным отражением наступательных операций, предпринимаемых соперниками. Противники, чьи наступательные операции остановлены таким образом, как правило, теряют свою склонность к решающим.

Например, в настоящее время внимание Министерства юстиции США основное направлено на такие виды деловой активности, как слияния и вертикальные ограничения, не касающиеся цен. Приобретение одной из компаний акций или активов другой компании-конкурента или объединение (слияние) двух конкурирующих фирм относятся к таким видам предпринимательства, которые таят в себе наибольшую вероятность оспаривания антитрестовским отделом Министерства юстиции США. Здесь существует опасность, что, несмотря на

определенное повышение в результате такого слияния коммерческой и производственной эффективности компаний, все же может возрасти монопольная власть вновь образованного объединения.

В отличие от пассивной защиты, *активные защитные операции* включают в себя конкурентные действия, которые используются не только для противодействия противникам (препятствия, препятствия), но воздействия на них (атаки, давление). Благодаря этому участники рынка обеспечивают эффект «воздействия в процессе противодействия».

Активная оборона состоит в сочетании участниками рынка помех и преград, оказания встречного давления на превосходящие силы соперников и нанесения встречных ударов. Отставание участников рынка от соперников в размерах конкурентного потенциала и силе конкурентных действий может компенсироваться более высоким качеством конкурентных действий, более высоким уровнем точности и умелости их выполнения (например, изобретательностью при их совершении).

Данные операции служат участникам рынка способом защиты бизнеса и своих интересов от конкурентного продвижения, конкурентных атак, преследования и штурмов, «наездов» со стороны тактических соперников путем лишения наступательной инициативы, притупления бдительности.

В идеале активная оборона призвана способствовать полной остановке наступления соперников и срыву их наступательных операций. В результате участники рынка обеспечивают себе как минимум передышку, как максимум создание условий для перехода к наступлению или другой тактике конкурентных действий. Соперники принуждаются изменению тактики наступления или к отказу от нее в очередном тактическом периоде участия в конкуренции.

Понятия «активная оборона» и «пассивная оборона» применяются в разных направлениях современной конкуренции: в спорте, политике, соперничестве в киберпространстве (оборона от хакеров) и др.

*Конкурентные контратаки* представляют собой совокупность встречных конкурентных действий, применяемых участниками рынка в тактической модели контрнаступления в конкуренции в ответ на действия соперников. Проводить полноценные атаки они не могут, поскольку соперники сумели создать скоростной или временной отрыв.

Пример активной обороны:

1) Одним из видов активной обороны является оборонительный прессинг, который состоит в применении участниками рынка защитных помех и преград для оказания ответного давления на наступающих тактических соперников.

Примером оборонительного прессинга может служить и оказание участниками рынка непрерывного давления на превосходящие силы соперников В различных пространствах участия конкуренции с помощью инспирируемых ими органов власти И управления, влиятельных чиновников или СМИ. Такой прессинг состоит, например, во введении формальных или неформальных реестров «ведущих производителей», официализации отраслевых союзов «ведущих производителей» и наделении их функцией контроля производителей, «окошмаривании» остальных конкурентов.

2) Далее рассмотрим следующий пример. Еще одним видом активной обороны является перехват в тактике обороны: опережение наступающих соперников, вполне вероятно, гораздо более сильных, в тех элементах их бизнеса, которые они считают контролируемыми.

Пример: несколько десятилетий назад Теодор Левитт опубликовал статью «Новаторское подражание», в которой он утверждал, что стратегия имитации Несколько продукта не менее эффективна, чем стратегия новаторского продукта. Такие компании, как Sony, несут огромные расходы на разработку нового продукта, его распространение и информирование рынка. Обычно наградой за труд и риск становится лидерство на рынке. Однако ничто не мешает другим компаниям скопировать или улучшить новый продукт. Например, Panasonic принципиально новую продукцию. Чаще всего она редко предлагает рынку копирует изобретения Sony, а затем предлагает товары по более низкой цене, получая высокую прибыль, поскольку экономит на научно- исследовательских разработках и коммуникациях с потребителями.

Таким образом, для успешной обороны недостаточно применять только тактические операции пассивной обороны, поэтому участникам рынка необходимо прибегать и к активной обороне. Так, становится возможным проводить наступления не только на своей территории, но и в тылу соперника, что дает более выгодную позицию для участника рынка.