



Основным **предметом** исследования моей будущей квалификационной работы является **конкурентоспособность страховой компании**. Одной из потенциальных задач является проработка стратегии развития компании с целью увеличения конкурентоспособности компании на рынке. Для проведения адекватного исследования в рамках работы будет необходимо изучить следующие экономические понятия: конкуренция, спрос, предложение, товарная конъюнктура, экономическое понятие качества.

Понятие конкуренции изучалось множеством учёных-экономистов, определённые позиции по отношению к нему вошли в основные догматы многих школ. Вопросы конкуренции в своих концепциях решали представители теории классической политической экономии и, например, сторонники неоклассической теории.

Первым свой вклад в теорию конкуренции сделал **Адам Смит**, который и заложил первые устои в данное понятие. Смит изложил логичную систему, которая объяснила работу свободного рынка на базе внутренних экономических механизмов, а не внешнего политического управления. Этот подход до сих пор является основой экономического образования. Самый известный афоризм Смита — **«невидимая рука рынка»**. Суть её в том, что собственная выгода достижима лишь через удовлетворение чьей-то потребности. Таким образом, рынок «подталкивает» производителей к реализации интересов других людей, а всех вместе к росту богатства всего общества. Данная метафора по сути отражает суть конкурентной среды.

Следующей персоналией, работы и концепции которого необходимо изучить – представитель неоклассического направления **Альфред Маршалл**, работавший с такими понятиями как спрос и предложение. Маршалл был первым экономистом, предложившим понятие эластичности спроса, а также автором знаменитой **модели «крест Маршалла»**, отражающий равновесие в условиях ценовой конкуренции.

Основными проблемами подходов и концепций Маршалла и Смита является то, что они подразумевают совершенную ценовую конкуренцию, которой в современной экономике нет и быть не может. Данный фактор **обязательно должен быть учтён** при анализе проблематики конкурентоспособности современной страховой

компании. Для решения данных проблем необходимо при анализе обратиться и изучить также **теории о неценовой конкуренции**. Исследованием проблем неценовой конкуренции занимались **Дж. Бьюлоу, Дж. Джинакопос, П. Клемперер, Ж. Тироль, Д. Фьюденберг** и другие.

Рассматривая вопрос неценовой конкуренции важным является обращение к **понятию качества**, исследование данного термина имело огромную популярность в XX веке. Второй важной концепцией при анализе неценовой конкуренции является **теория потребления**, вносящая в экономическую теорию такое понятие как полезность (польза) товара или услуги.

Говоря о качестве, основными концепциями, которые необходимо изучить являются теории **Дж. Харрингтона**, заключающиеся в рассмотрении качества, как удовлетворения ожиданий потребителя за цену, которую он себе может позволить, когда у него возникает потребность; и **К. Исикавы**, с похожим подходом.

**Диаграмма Каору Исикавы** является отличным инструментом для анализа проблем качества, данное утверждение подтверждается во множестве теоретических материалов по теории управлению качеством. Выбор этих теорий, а не, например, классического определения качества А. Фейгенбаума (общая совокупность технических, технологических и эксплуатационных характеристик изделия или услуги), связан, прежде всего, со спецификой страховых продуктов.

Я считаю, что данные теории и концепции, или некоторые их положения, обеспечивают полноценный объективный анализ проблемы моей будущей исследовательской работы.