УДК 33

ОБЩАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ ПРИ АДАПТАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ОТДЕЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ НА НОВОМ РЫНКЕ

Б.Э. Чарчян

Локализованы элементы, при соприкосновении с которыми возникают факторы, являющиеся причиной возможной опасности, обусловленной как внешними, так и внутренними факторами; в соответствии с чем приведена общая классификация видов риска при адаптации регионального отделения фармацевтической компании в зависимости от области их возникновения.

Ключевые слова: риск, виды риска, внешняя и внутренняя среда, фармацевтическая компания.

B.A. Charchyan

General risk classification at the application of regional subsidiary of pharmaceutical company on new market

The elements are localized in the interaction with which there are factors that are the reasons of possible danger predetermined both by external and internal factors; accordingly it is presented the general classification of risk types at adapting the regional subsidiary of pharmaceutical company concerning the sphere of their occurrence.

Key words: risk, types of risk, internal and external spheres, pharmaceutical company.

Литература

1. *Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Черенков В.И.* Международный маркетинг: Учебник для вузов. СПб., 2009.
2. *Бухалков М.И.* Планирование на предприятии: Учебник. М., 2009.
3. *Бычкова С.М., Растамханова Л.Н.* Риски в аудиторской деятельности / Под ред. С.М. Бычковой. М., 2003.
4. *Кулагин О.А.* Принятие решений в организациях: Учебное пособие. СПб., 2001.
5. *Найт Ф.Х.* Риск, неопределенность и прибыль / Пер. с англ. М., 2003.
6. *О' Шонесси Дж.* Конкурентный маркетинг: стратегический подход. СПб., 2002.
7. *Смит М.С., Коласса Е.М., Перкинс Г., Сикер Б.* Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика / Пер. с англ. Н.Г. Мефодовской. М., 2005.
8. *Субботин А.К.* Границы рынка глобальных компаний. М., 2008.
9. *Уваров В.В.* Стратегический менеджмент: из прошлого к будущему: Учебное пособие / Уваров В.В., Лаптев А.А. М., 2008.
10. *Юданов А.Ю., Вольская Е.А., Ишмухаметов А.А., Денисова М.Н.* Фармацевтический маркетинг. М., 2007.