

MODEL OF DECISION MAKING PROCESS OF PARTICIPATION THE INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE EXHIBITION WITH REGARD TO CONSUMER DEMAND

*N. V. Shynkarenko, Ph. D (Econ.),
SHEI «National Mining University»
nvshinkarenko@gmail.com*

Research methodology. For solving the tasks, the following methods were used: abstract-logical method – in the generalization and practical assessment of the exhibition activity; scientific analysis and systematization – to determine the factors influencing the decision-making on the participation of the company in the exhibition; economic-mathematical modeling – in the improvement of the theoretical and methodological framework of exhibition choice management for the purpose of participating in the exhibition; method of expert ratings, marketing methods.

Results. It is revealed that primary selection should be implemented on the basis of the analysis of rating indicators of exhibition activities only to form an array, from which the final selection will be carried out in the future. The selection model for participation should take into account their various informational benefits, forming potential of active sales, obtaining and distribution information, it also should allow information effects on consumers and competitors to maximize the usefulness of participating in a set of exhibitions.

The optimized economic-mathematical model which is based on the multi-attribute utility theory has been developed, it allows us to put up the utility in line with the level of the attribute index, which makes it possible to take into account the unequal importance of the attribute for various exhibitors in connection with the diversity of the purposes for participation in exhibitions and subjective views regarding the importance of an attribute. The use of the proposed model of exhibition selections for participation increases the level of validity in management decisions at exhibition activity, and increases the effectiveness of this activity.

Novelty. On the basis of exhibiting industry, optimization model selection exhibitions for participation on the basis of maximizing overall usefulness of exhibiting company of the enterprise is developed taking into account resource constraints, as well as the level of consumer demand, thus increasing the objectivity of management decisions in accordance with the range of goals set by an enterprise.

Practical value. The model allows to make a reasonable choice of exhibition events on the basis of comparison of alternative variants taking into account the level of demand for products, as well as to assess the effectiveness of participation in the exhibition. Proposals for improving the decision-making mechanism regarding the selection of exhibition events are intended for use in the practice of marketing activities at industrial enterprises of Ukraine.

Keywords: industry enterprises, exhibition activities, economic modeling, multiattributive theory of utility.

Literature

1. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч. пос. / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2003. – 524 с.
Lukianets T. I. *Marketing politika komunikatsiy* [Marketing politics communications]: navch. pos. / T. I. Lukianets. – 2-he vyd., dop. i pererob. – K. : KNEU, 2003. – 524 p.
2. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика: Монографія. / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Примак. – К. : КНЕУ, 2005. – 408 с.
Pavlenko A. F. *Marketinghovi komunikatsii: suchasna teoriia i praktyka* [Marketing communications: modern theory and practices]: Monohrafiia. / A. F. Pavlenko, A. V. Voychak, T. O. Prymak. – K. : KNEU, 2005. – 408 p.
3. Чухрай Н. І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: Монографія. / Н. І. Чухрай. – Львів : Націон. ун-т «Львівська політехніка», 2002. – 315 с.
Chukhray N. I. *Formuvannia innovatsiynoho potentsialu pidpriemstva: marketinghove i lohystichne zabezpechennia* [Formation innovative enterprise potential: marketing and logistic maintenance] : Monohrafiia / N. I. Chukhray. – Lviv : Natsion. un-t «Lvivska polltehnika», 2002. – 315 p.
4. Фарберов В. І. Формування ефективного механізму управління виставковими підприємствами : Автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / В. І. Фарберов; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2002. – 19 с. – укр.
Farberov V. I. *Formuvannia efektyvnoho mekhanizmu upravlinnia vystavkovymu pidpriemstvamy* [Formation exhibition enterprises effective mechanism management]: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk : 08.06.01 / V. I. Farberov; NAN Ukrainy. In-t ekonomiky prom-sti. – Donetsk, 2002. – 19 p. – ukr.
5. Коренной А. А. Информация и коммуникация / А. А. Коренной. – К. : Наукова думка, 1986. – 128 с.
Korennoy A. A. *Informatsiia i komunikatsiia* [Information and communication] / A. A. Korennoy. – K. : Naukova dumka, 1986. – 128 p.
6. Барнетт Дж., Мориатти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Дж. Барнетт, С. Мориатти. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
Barnett Dzh., Moriatti S. *Marketingovye kommunikatsii. Integrirovannyy podkhod* [Marketing communications. Integration approach] / Dzh. Barnett, S. Moriatti. – SPb. : Piter, 2001. – 864 p.
7. Критсотакис Я. Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации / Я. Г. Критсотакис. – М. : Ось-89, 1997. – 224 с.
Kritsotakis Ya. G. *Torgovye yarmarki i vystavki. Tekhnika uchasyiya i kommunikatsii* [Trading fairs and exhibitions. Techniques participation and communication] / Ya. G. Kritsotakis. – M. : Os-89, 1997. – 224 p.
8. Александрова Н. В. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации: учебное пособие для программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации / Н. В. Александрова, И. К. Филоненко. – М. : ПРОЭКСПО, 2006. – 382 с.
Aleksandrova N. V. *Vystavochnyy menedzhment: strpategiya upravleniya i marketingovye kommunikatsii* [Exhibition management: management strategy and marketing communications]: uchebnoe posobie dlya programm professionalnoy perepodgotovki i povysheniya kvalifikatsii / N. V. Aleksandrova, I. K. Filonenko. – M. : PROEKSP0, 2006. – 382 p.
9. Голубков Е. П. Маркетинг: выбор лучшего решения / Е. П. Голубков. – М. : Экономика, 1993. – 224 с.
Golubkov E. P. *Marketing: vybor luchshego resheniya* [Marketing: better decision choice] / E. P. Golubkov. – M. : Ekonomika, 1993. – 224 p.
10. Бердышев С. Н. Организация выставочной деятельности / С. Н. Бердышев. – М. : Дашков и Ко, 2008. – 228 с.

Berdyshev S. N. *Organizatsiya vystavochnoy deyatel'nosti* [Exhibition activity organization] / S. N. Berdyshev. – M. : Dashkov i Ko, 2008. – 228 p.

11. Грищенко І. М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі. / І. М. Грищенко, Н. А. Крохмальова // *Актуальні проблеми економіки*. – 2006. – № 9. – С. 113–119.

Hryshchenko I. M. *Rynkovi aspekty vystavkovoї diialnosti v Ukraini na suchasnomu etapi* [Market aspects exhibition activity in Ukraine on contemporary stage]. / I. M. Hryshchenko, N. A. Krokhmalova // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2006. – № 9. – P. 113–119.

12. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского. – СПб. : Наука, 1996. – XV+589 с.

Lmben Zhan-Zhak. *Strategicheskiy marketing. Evropeyskaya perspektiva* [Strategy marketing. European perspectives]. Per. s frantsuzskogo. – SPb. : Nauka, 1996. – XV+589 p.

13. Друкер П. Бизнес и инновации / П. Друкер. – СПб. : Вильямс, 2008. – 432 с.

Druker P. *Biznes i innovatsii* [Business and innovations] / P. Druker. – SPb. : Viliams, 2008. – 432 p.

14. Lancaster K. Competition and product variety // *Journal of Business*. – 1980. – №53. – pp. 79–103.

15. Независимая система оценки выставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.exporate.ru>

Nezavvisimaya sistema otsenki vystavok [Exhibitions evaluation independent system] [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu <http://www.exporate.ru>

16. Виставкова діяльність в Україні. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.expo.org.ua/ua/statistics.php>.

Vystavkova diyalnist v Ukraini. Statystychnyy biuleten [Exhibition activity in Ukraine. Statistic bulletin] [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.expo.org.ua/ua/statistics.php>

17. Выставки в Украине в 2011 г. [Электронный ресурс]. – режим доступа <http://www.expoua.com/Exhibition/lang/ru/region/11>.

Vyavavki v Ukraine v 2011 g. [Exhibitions in Ukraine in 2011] [Elektronnyy resurs]. – режим доступа <http://www.expoua.com/Exhibition/lang/ru/region/11>.

18. Bell D., Raiffa H. Tversky A. *Decision Making: Descriptive, normative and prescriptive interactions*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988 – 623 p.