

ZUSAMMENFASSUNG

Der vorliegende Beitrag analysiert Präferenzen russischer Fachbesucher für ausgewählte Messeleistungen. Als Methode wurde die Choice-Based Conjoint Analyse eingesetzt, die eine realitätsnahe Erfassung von Auswahlentscheidungen und somit die Abbildung des Verhaltens der Probanden ermöglicht. Mit Hilfe des Latent Class Verfahrens wurden anschließend insgesamt zwei Segmente mit unterschiedlichen Präferenzen für Eintrittspreis, Internetseite, Fachprogramm, Präsentationen sowie Besucherservice ermittelt.

JEL: Q13

Schlüsselwörter: Präferenzanalyse, Choice-Based Conjoint Analyse, Benefitsegmentierung, russische Messe.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PREFERENCES OF RUSSIAN TRADE VISITORS FOR SELECTED EXHIBIT ATTRIBUTES

This paper presents an analysis of preferences of Russian trade visitors for selected exhibit attributes. We used Choice Based Conjoint Analysis to establish realistic measurement of choice tasks and hence to determine respondents behaviour. By conducting latent class analysis we extracted two segments of Russian trade visitors with different preferences for price, web presence, business program, presentations and visitor-service.

JEL: Q13

Keywords: Preference Analysis, Choice Based Conjoint Analysis, Benefit segmentation, Russian exhibition.