

عنوان مقاله:

قیمت گذاری بسته ای خدمات تلفن همراه

محل انتشار:

دومین کنفرانس خدمات ارزش افزوده تلفن همراه در ایران (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مرجان ایزدپناه - دانشگاه تربیت مدرس

محمد رضا امین ناصری

خلاصه مقاله:

امروزه ارائه بسته های پیشنهادی و تشویقی شامل انواع گوناگون خدمات از قبیل پیامک، مکالمه درون شهری و غیره در بازار رقابتی تلفن همراه، به عنوان یک تکنیک مؤثر بازاریابی، در راستای افزایش حجم فروش ه ب شدت مورد بحث است. از اینرو در این مطالعه یک مدل ریاضی بهینه سازی برای تعیین ماهیت اینگونه بسته ها (به لحاظ نوع و حجم خدماتی که در آنها قرار می گیرند) متناسب با سلیقه های ناهمگون مشترکین و همچنین تعیین قیمت بهینه هر یک از بسته ها با در نظر گرفتن هدف حداکثر سازی در آمد بنگاه انحصارگر عرضه کننده این خدمات ارا ه ئ شده است. مدل ریاضی به صورت یک مدل برنامه ریزی عدد صحیح مختلط غیرخطی مختلط بیان شده و نتایج کار با استفاده از تحلیل پارامتری توزیع آماری تمایل به پرداخت و مصرف مشترکین بسط داده شده است. برای حل مدل مذکور باتوجه به پیچیدگی و گستردگی آن از الگوریتم فرا ابتکاری شبیه سازی تبریدی استفاده شده است

کلمات کلیدی:

خدمات تلفن همراه، قیمت گذاری بسته ای، برنامه ریزی عدد صحیح مختلط غیرخطی، شبیه سازی تبریدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/166761>

