

ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕРКИ ТАРИФИКАЦИИ УСЛУГ ОПЕРАТОРА СОТОВОЙ СВЯЗИ

УДК 654.033

PROBLEMS CHECK THE PRICING OF MOBILE COMMUNICATION SERVICES

ЛОКТЕВА Марина Владимировна

(Владивостокский государственный университет экономики и сервиса)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

оператор сотовой подвижной связи/the operator of cellular mobile communication, тарифный план/tariff plan, CBOSS, биллинг/billing

АННОТАЦИЯ:

Существует множество критериев, исходя из которых абоненты выбирают оператора сотовой подвижной связи (ОСПС). Среди них одним из самых приоритетных всегда была и остается стоимость услуг. Маркетинговые отделы ОСПС стараются сформировать наиболее эффективный тарифный план (ТП), который может не только соответствовать всем запросам потребителя, но и помогает избежать дебиторской задолженности. Существуют различные методы и приемы формирования привлекательного для абонентов ТП. Например, им предоставляется "скидка" — уменьшение тарифа телекоммуникационной услуги при выполнении определенных условий. Пользователю предлагаются различные варианты скидок — на период проведения рекламных акций или входящие в тарифный план и распространяющиеся на абонентскую плату [1]. Также они бывают накопительными и привязанными к акциям.

There are many criteria according to which subscribers choose the operator of cellular mobile communication (ISPS). Among them one of the most priority has always been and remains the cost of services. Marketing departments ISPS try to create the most effective tariff plan (TP), which can not only to meet all the demands of the consumer, but also helps to avoid debts. There are various methods and techniques of forming attractive to TP subscribers. For example, they are given a "discount" — the reduction of the rate telecommunications services under certain conditions. You can take different discounts during promotions or included in the plan and the applicable subscription fee [1]. They are also cumulative and linked to the shares.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дмитриев А. О скидках в тарификации// Век качества. Связь: Сертификация, управление, экономика. 2010. № 2. С. 55-69.
2. Рузанова Е.Н. Технология проведения биллинга// Телекоммуникации. 2010. № 2. С. 14-15.
3. Новинский С. HP FMS - инструмент борьбы с мошенничеством в сетях связи// Мобильные телекоммуникации. 2006. № 7. С. 41-44.