|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | | | |
| **احصاء** | | | |
| **أحمد عباس علوان** | | | |
|  | | | |
| **Professor** | **Assistant Professor** | **Lecturer** | **Assistant Lecturer** |
| PhD | | Master | |
| **تطبيق سلاسل ماركوف في مجال الاتصالات باستخدام أسلوب المحاكاة** | | | |
| **1428هـ 2007م** | | | |
| **تعد البيانات أساساً يستند عليه متخذي القرار في عملية أعداد الخطط المستقبلية لتحقيق التنمية الاقتصادية وأحد هذه المجالات الاتصالات وشركات الهواتف الجوالة وللمنافسة المتزايدة بين الشركات توجه قادة الشركات وأصحاب القرار إلى البحث عن طرق علمية لمعرفة الواقع الذي تمر به هذه الشركات وما يتطلب من خطط مستقبلية لمواجهة الظروف التي قد تمر بها هذه الشركات لذلك ارتأى الباحث دراسة سلاسل ماركوف ومصفوفة ماركوف لتحديد توازن اعداد الزبائن بين الشركات في المستقبل وتحديد أهم التوزيعات الاحتمالية المستخدمة في مجال الهواتف الجوالة ومن الوسائل التي استخدمت بالبحث هي مصفوفة ماركوف وكيفية حسابها من خلال استخدام أسلوب ماركوف في تحديد سلوك المستهلكين بعد توليد مصفوفة عملاء أول الشهر ومصفوفة الكسب ذات التوزيع ذي الحدين ثم الاستفادة منها في حساب خطوات ماركوف وتم استخدام برامح المحاكاة للاستفادة منها في توليد بيانات تتوزع توزيع بواسون والتوزيع الاسي لتحديد معدل المكالمات الهاتفية وأطول الفترات الزمنية للمكالمات واستخراج معيار متوسط مربعات الخطأ (Mean Square Error MSE) الذي من خلاله يتم تحديد أي من وجبات العمل للشركة هي الافضل اداء من خلال قراءة أقل MSE للوجبات وتوصلت الدراسة الى اهمية اسلوب ماركوف في تحديد المنافسة بين الشركات وأهمية الاسلوب العلمي في تحديد سياسة الشركات.** | | | |