

Mladá veda

Young Science



Asociácia doktorandov Slovenska

Determinanty pracovnej mobility na Slovensku

Úvod do problematiky nákupných centier

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 8, ročník 5., vydané v decembri 2017

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Pltník v Pieninách. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišín, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

Mgr. Martin Hajduk (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSŠ UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

ANALÝZA ODLIVU ZÁKAZNÍKŮ FIRMY MTC, A.S. V MONGOLSKU

ANALYSIS OF CUSTOMER DEFICIENCY MTC, A.S. IN MONGOLIA

Tsolmon Jambal ¹

Autorka působí jako odborný asistent na katedře managementu Vysoké školy technické a ekonomické v Českých Budějovicích. Jejím hlavním profesním zaměřením jsou řízení kvality a procesní management.

The author works as an Associate Professor at the Department of Management at the Institute of Technology and Business in Ceske Budejovice. Her main focus is on Quality management and Process management.

Abstract

This article focuses on the Mongolian information and telecommunication market. The first part of the paper deals with the general situation of the telecommunication market in Mongolia. The aim of paper is to identify the causes of the loss of customers of MTC Inc., which operates as the largest service provider in the field of telecommunication technologies in Mongolia. The research was done in October 2015 using a questionnaire survey of all former customers. In case of land lines, 81.6% of clients MTC Inc. have left for financial reasons, which is also related to a higher price of call charge per minute.

Key words: telecommunications in Mongolia, mobile network, fixed telephone, churn of customers, Pareto's rule

Abstrakt

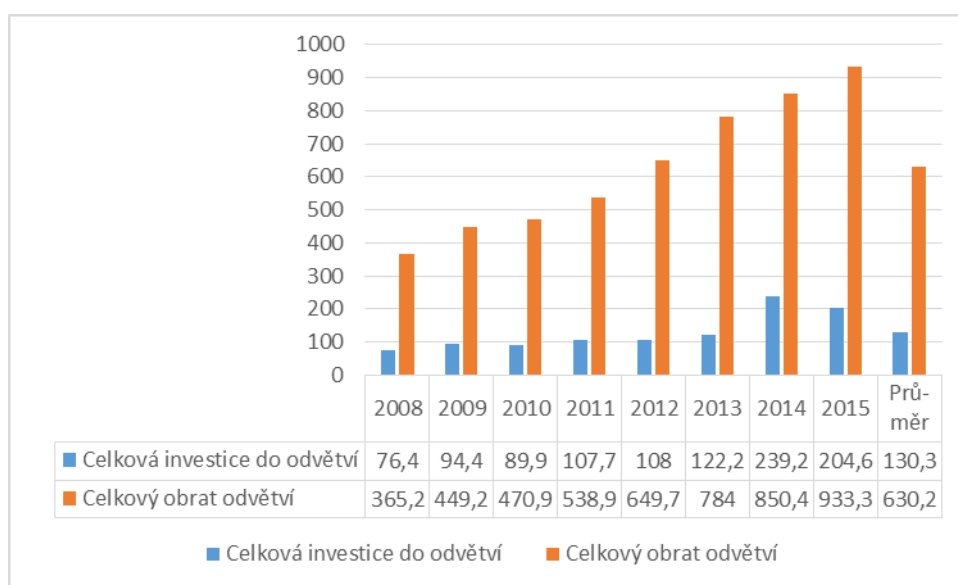
Příspěvek se zaměřuje na mongolský informační a telekomunikační trh. První část příspěvku je věnována celkové situaci telekomunikačního trhu v Mongolsku. Cílem příspěvku je zjistit příčiny odchodu zákazníků firmy MTC a.s., která působí jako největší poskytovatel služeb v odvětví telekomunikačních technologií v Mongolsku. Výzkum byl proveden v říjnu roku 2015 pomocí dotazníkového šetření u všech odcházejících zákazníků. U pevné linky 81,6 % klientů firmy MTC a.s. odchází z finančních důvodů, což je spojeno i s vyšší cenou hovorného za minutu.

Klíčové slova: telekomunikační trh v Mongolsku, mobilní síť, pevná linka, odliv zákazníků, Paretovo pravidlo

¹ Adresa pracoviště: Ing. Jambal Tsolmon, Ph.D., Institute of Technology and Business in České Budějovice, Okružní 517/10, 370 01 České Budějovice, ČR
E-mail: jambal@mail.vstecb.cz

Úvod

Odvětví informačních a komunikačních technologií v Mongolku je v dnešní době spojeno s vysoce konkurenčním a neustále se měnícím prostředím a velkým tlakem na inovace, které tvoří dynamickou souhru příležitostí, ale i nástrah. Udržet se mezi špičkou v oboru vyžaduje volbu správné technologie, udržení stálých zákazníků, vhodné obchodní strategie a další žádoucí opatření. V období 2008-2015 podíl celkového ročního obrátu tohoto odvětví na HDP v Mongolsku se pohyboval na úrovni 3,5 %. V průměru ročně zainvestovalo 130,3 mld. MNT, což představuje 1/5 celkového obrátu. Ve stejném období průměrný roční obrát dosahoval 630,2 mld. MNT s meziročním nárůstem 14,53 % (graf 1).



Graf 1 - Celkový obrát a investice odvětví informačních a komunikačních technologií v Mongolsku v období 2008-2015 (mld. MNT)

Zdroj: Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a-g

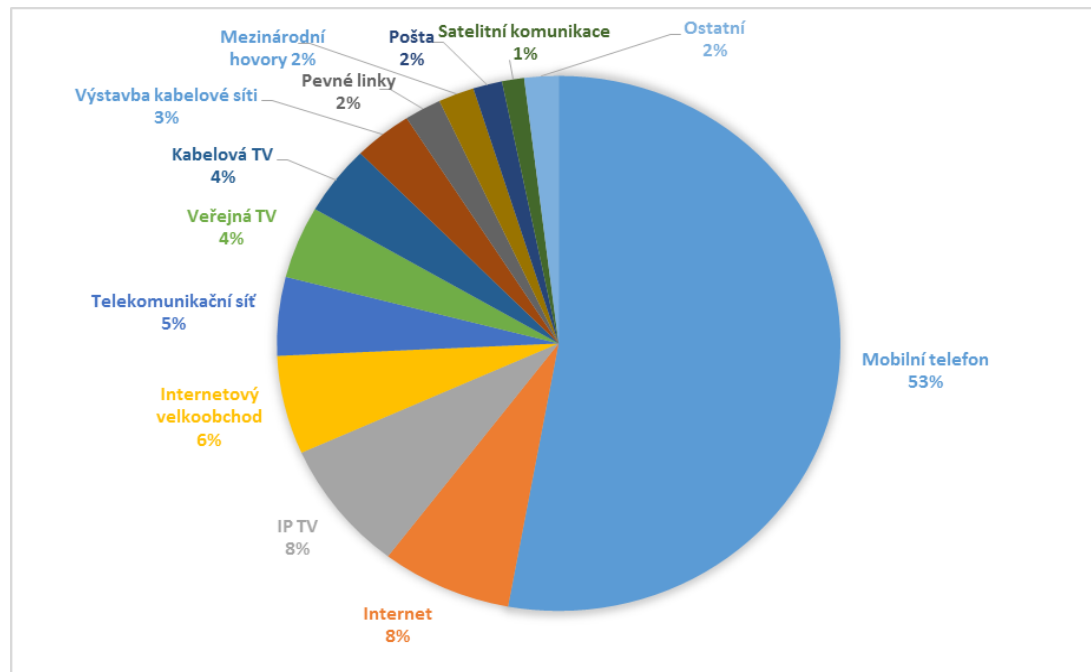
V této části příspěvku se primárně soustředím na segmenty mobilní sítě a pevné telefonní linky. Celkový obrát segmentu mobilních telefonů ve sledovaném období rostl průměrně o 12%, a to až do roku 2014 s následným poklesem o 7 % v roce 2015 (tab. 1). Naopak obrát z pevné linky vykazoval trvalý pokles s výjimkou let 2012 a 2015.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	průměr
Obrát z mobilního telefonu	271,31	310,35	347,10	373,46	424,45	454,72	530,90	493,53	400,73
Meziroční rozdíl		14,3%	11,8%	7,59%	13,6%	7,13%	16,7%	-7,04%	9,19%
Obrát z pevné linky	35,24	34,14	26,70	18,86	23,71	23,52	15,65	19,69	24,69
Meziroční rozdíl		-3,12%	-21,7%	-29,3%	25,7%	-0,8%	-33,4%	25,8%	-5,29%

Tabulka 1 - Celkový roční obrát mobilního telefonu a pevné linky v Mongolsku (mld. MNT)

Zdroj: Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a-g

Graf 2 ukazuje infrastrukturu tohoto odvětví, které se v posledních letech výrazně diferencovalo. Zatímco ji v roce 2008 tvořilo 8 segmentů, v roce 2015 je to již 13. Ještě v roce 2008 74,29 % z celkového obrátu tvořil segment mobilních telefonů, podíl pevných linek činil pouze 9,6 %.



Graf 2 - Skladba informačního a telekomunikačního odvětví v Mongolsku dle obrátu za rok 2015

Zdroj: Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a-g

V Mongolsku se stejně jako v ČR používají 2 typy SIM karet. V roce 2011 89 % uživatelů využívalo předplacenou formu (prepaid) a 11 % smluvní (postpaid). Ve stejném období využívala v České republice více než polovina uživatelů (58%) smluvní SIM karty. V praxi platí, že zákazníci se smluvními službami mají zpravidla vyšší útratu, jsou tudíž pro mobilního operátora zajímavější. Ukazatel, který lépe porovnává skutečné využití mobilního telefonu v jednotlivých státech, je počet aktivních SIM karet na 100 obyvatel. Mongolsko překročilo hranici 100 SIM karet na 100 obyvatel v roce 2014, ČR již v roce 2004. V současnosti poskytují služby v mobilních sítích v Mongolsku čtyři operátoři, tj. Mobicom (41,81%), Unitel (31,27%), Skytel (14,99%) (MobiCom, 2016) a G-Mobile (12,33% uživatelů v roce 2015) (G-Mobile, 2016).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Počet registrovaných SIM karet	1763178	2249023	2510470	2942313	3418466	4247446	4971719	5564100
Počet aktivních SIM karet	1544983	1743518	2023049	2373049	2811529	2877594	3027243	3068200
Počet aktivních SIM karet na 100 obyvatel Mongolska	60,1	63,7	72,75	84,8	98,04	98,2	101,1	102,3
Počet aktivních SIM karet na 100 obyvatel světa	61,0	68,0	76,6	83,8	88,1	93,1	94,0	96,8

Tabulka č. 2: Počet registrovaných a aktivních mobilních čísel v Mongolsku (v kusech)

Zdroj: Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a-g

Podle statistických údajů v Mongolsku na konci roku 2015 počet aktivních mobilních čísel dosáhl hodnoty 3,07 milionů, což představuje počet aktivních SIM karet na 100 obyvatel ve výši 102,3 ks. Platí tedy, že v Mongolské republice je více aktivních SIM karet než obyvatel. Nicméně odborníci konstatují, že tento tržní segment je téměř nasycen a jejich počet v budoucnu se již nebude výrazně zvyšovat. Z tabulky č. 2 je patrné, že počet registrovaných SIM karet vzrostl od roku 2008 do roku 2015 trojnásobně (3,2 krát).

Podle výroční zprávy Mongolského telekomunikačního a regulačního úřadu (MTRÚ) za rok 2015 chytré mobily používá 62,83 % zákazníků. Podíl aktivních tarifních SIM karet na celkovém počtu aktivních SIM karet průběžně stagnuje. S mírným nárůstem počtu pevných telefonních linek, klesal v posledních letech počet z nich provolaných minut. Ještě v roce 2008 bylo provoláno 269,1 mil. minut, v roce 2015 to bylo již pouze 142,6 mil. minut, což představuje téměř dvojnásobný propad (1,9x) oproti roku 2008.

Počet klasických pevných linek v Mongolské republice v období 2008 – 2011 dosáhl průměrné hodnoty 188,6 tis. ks s velmi nízkým kolísáním v jednotlivých letech a následným poklesem v roce 2012 na 151, 9 tis. ks. Od roku 2013 se počet pevných linek postupně zvyšoval až na 255,6 tis. ks v roce 2015 díky modernizacím a zavedením IP technologií, poskytováním internetu a rozšířením služeb kabelových televizí (tab. 3).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Celkový počet pevných linek	184813	188875	193239	187561	151945	210432	228327	255634
Počet pevných linek na 100 obyvatel Mongolska	6,7	6,8	6,9	6,6	5,5	7,2	7,6	8,5
Počet pevných linek na 100 obyvatel světa	18,5	18,4	17,8	17,2	16,7	16,2	16,0	14,5

Tabulka 3 - Počet pevných telefonních linek v Mongolsku a na světě na 100 obyvatel (v kusech)

Zdroj: Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a-g

Oživení tohoto tržního segmentu s mírným růstem v posledních třech letech představuje pro soukromé operátory lákavou příležitost, kteří se snaží proniknout na tento segment nabídkou komplexnějších služeb, konkrétně formou celého balíku služeb spojením pevné linky, internetu a televize.

Na mongolském telekomunikačním trhu v oblasti pevné linky působí 6 operátorů: MTC, a.s., Železniční komunikace, Státní komunikace, Univision, Skymedia a Mobinet. Rozhodující podíl firmy MTC a.s., který činil v roce 2008 93%, se v průběhu sledovaného období postupně snižoval až na 33% v roce 2015 (tab. 4). Během šesti let firma MTC tak ztratila téměř 55 % tržního podílu. Tento značný propad signalizuje, že firma neposkytuje dostatečně konkurenceschopné produkty či služby a je nutno provést v podniku radikální změny. Na stejnou úroveň ze zastoupených firem se v roce 2015 „probojoval“ Univision s 35% v roce 2015.

	Organizace	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	MTC a.s.	93%	89%	89%	85%	72%	52%	40%	33%
2	Železniční komunikace	7%	7%	6%	8%	6%	4%	4%	3%
3	Státní komunikace	-	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%
4	Univision	-	1%	3%	5%	17%	30%	31%	35%
5	Skymedia	-	-	-	-	3%	9%	16%	21%
6	Mobinet	-	-	-	-	-	3%	6%	7%
	Celkem	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tab. 4 - Tržní podíl jednotlivých operátorů dle obrátu v oblasti pevné linky
v Mongolku (%) v období 2008 – 2015

Zdroj: Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a-g

Metodika a cíl

Pro splnění cíle výzkumu jsem jako nejvhodnější metodu použila dotazníkové šetření. Výzkum byl proveden v říjnu roku 2015, kdy došlo k největšímu odlivu zákazníků pevných telefonních linek. Respondenty byli všichni odcházející zákazníci od firmy MTC a.s. v tomto období. Zákazníci jsou rozděleni do třech skupin dle produktu a byli cíleně osloveni telefonicky a prostřednictvím e-formuláře. K analýze a interpretaci výsledku bylo využito Paretoho pravidlo.

Paretoho pravidlo, či princip 80:20, je založený na předpokladu, že pouze malé množství položek, nejvíce 20%, často zapříčiní většinu následků - až 80%. Přínosy Paretova diagramu jsou nesporné: srovnává sledované faktory, položky, příčiny apod. podle jejich významu, umožňuje oddělit významné elementy, tj. rozhodující menšinu od nevýznamných, a tím určí priority pro řešení problému (Weber, 2016). Kolektivem autorů byl navržen následující postup, který demonstruje univerzální použití Paretovy analýzy. V postupu je zahrnuto jak tabulkové zpracování, tak i následná grafická interpretace pomocí Paretova diagramu (Kučerová et al., 2014).

Postup je následující (Kučerová et al., 2014):

1. Definice předmětu analýzy.
2. Sběr dat.
3. Vytvoření seznamu prvků analyzované veličiny.
4. Přiřazení hodnot jednotlivým prvkům.
5. Vytvoření seznamu.
6. Výpočet kumulativních součtů.
7. Určení rozhodovacího kritéria.
8. Sestrojení Paretova diagramu.
9. Identifikace nejvýznamnějších prvků.
10. Návrh nápravných opatření.

Výsledky a diskuse

Mongolská telekomunikační firma, a.s. (Mongolia Telecom Company - MTC) s téměř 95 - ti letou tradicí je největším integrovaným telekomunikačním operátorem v Mongolské republice, který poskytuje služby prostřednictvím pevné linky, a to klasické telefonování, vysokorychlostní internetové spojení a kabelovou televizi. 51 % akcií společnosti MTC a.s. vlastní stát, zbývajících 49 % pak firma Korea Telecom. Firma MTC a.s. poskytuje 75 575 zákazníkům pevnou linku, 24 176 klientům internet a 14 906 zákazníkům kabelovou televizi. 47,7 % zákazníků firmy tvoří domácnosti, 52,3 % firemní a rozpočtové organizace. Z marketingového průzkumu, provedeného v polovině roku 2015 vyplývá, že ze všech dotazovaných firemních zákazníků používá 64,5 % internet, ale jen 3,2 % kabelovou televizi. V domácnostech používá 96,5 % uživatelů pevnou linku, 71,20 % internet a 37,10 % kabelovou televizi.

Od společnosti MTC a.s. odešlo celkem v minulém roce 13 115 klientů, z toho 20 % firem a 80 % domácností. V říjnu 2015 zrušilo 837 zákazníků pevnou linku (tab. 5, graf 3), 475 zákazníků internet a 248 klientů kabelovou televizi. MTC a.s. poskytuje ve dvou technologiích pevnou linku - jednak starší technologii TDM (Time Division Multiplexing) a od roku 2007 novější technologii NGN (Next Generation Network - Síť nové generace) (MTC, a.s., 2016b).

Sloučením vlastností telefonních a datových sítí (založených na IP) a využitím výhod obou vzniká síť nové generace - NGN. Hlavními znaky NGN je paketový přenos informací a poskytování řady telekomunikačních služeb - telefonních, textových, obrazových, audio, video a data (Rudinský, 2006).

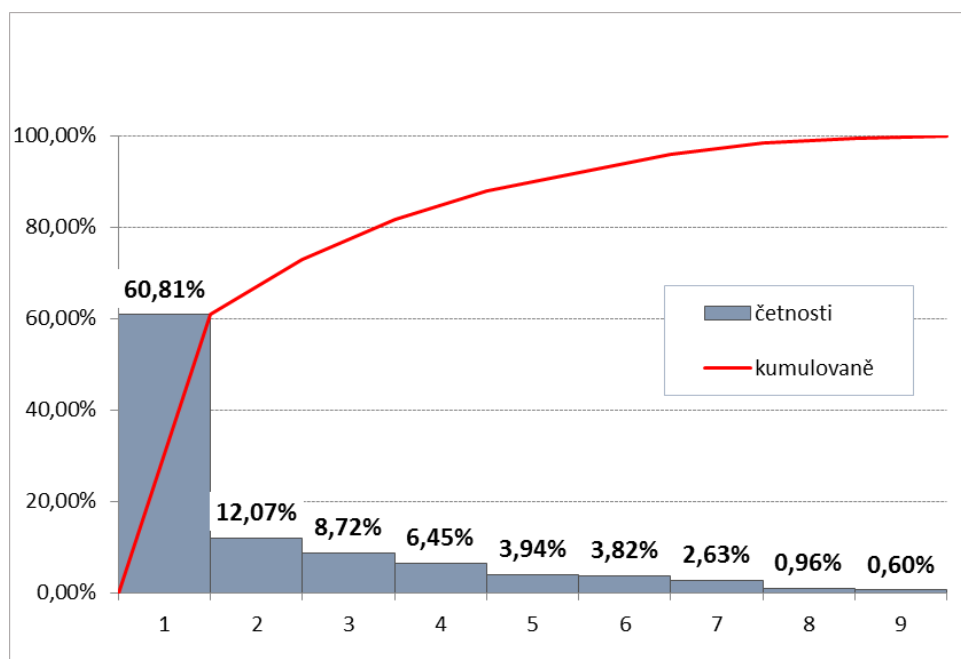
Důvod	Absolutní výskyt	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)
1 – neplatiči	509	60,81	60,81
2 – nepoužívají pevnou linku	101	12,07	72,88
3 – nepoužívají, ale platí paušál	73	8,72	81,60
4 – Univision	54	6,45	88,05
5 – odchod k jinému operátorovi	33	3,94	92,00
6 – stěhování, změna bydliště	32	3,82	95,82
7 – dočasné pozastavení provozu	22	2,63	98,45
8 – restrukturalizace organizace	8	0,96	99,40
9 – nekvalitní služba	5	0,60	100,00
Celkem	837	100,00	

Tabulka 5 - Důvody odchodu zákazníků MTC a.s. u pevné linky (rok 2015)

Zdroj: MTC a.s., 2016a.

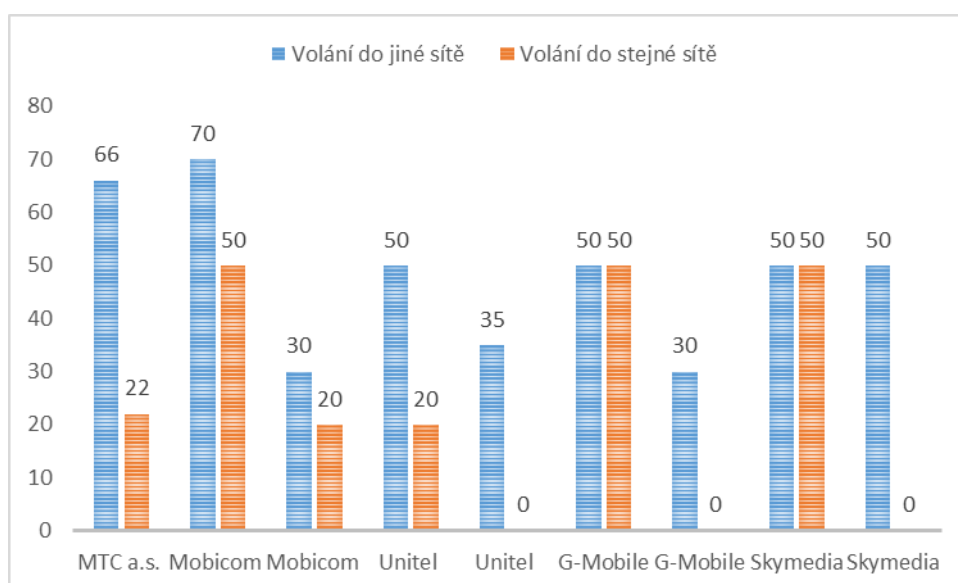
Zákazníci uvedli 9 důvodů pro zrušení pevné linky. Na 1. místě je odpojení neplatičů měsíčního poplatku - firma MTC a.s. každý 5. den v měsíci odpojuje telefonní spojení neplatičů. V tomto případě zákazník buď zaplatí stanovený poplatek a znovu obnoví službu, nebo se rozhodne ji zrušit. V současné době neplatiči dluží firmě skoro 2 miliardy tugriků (MNT), což v korunách představuje částku 24,04 milionů Kč (kurzovní lístek ČNB ke dni 7.

6. 2016 - 1,202 Kč =100 MNT) (ČNB, 2016). Jako druhou nejpočetnější příčinu firma uvádí, že 20,8 % zákazníků nepoužívá, nebo jen málo využívá pevnou linku. 10,5 % zákazníků odchází ke konkurentům a 8% jich uvádí jiné důvody.



Graf 3 - Důvody odchodu zákazníků u produktu pevné linky ve firmě MTC a.s. (rok 2015)
Zdroj: MTC a.s., 2016a-c

Porovnáme-li ceny volání za 1 minutu z pevné linky s konkurencí, zjistíme, že MTC a.s. má druhou nejvyšší cenu této služby mezi operátory (graf 4). Je všeobecně známo, že klienti přednostně vybírají nejlevnější tarif. Pokud firma nezlevní takto nastavenou cenu, bude se i nadále potýkat s odlivem zákazníků.



Graf č. 4: Cenové porovnávání volání za 1 minutu mezi operátory za rok 2015 (v MNT)
Zdroj: G-Mobile, 2016, MobiCom, 2016, MTC a.s., 2016, Skytel, 2016. Unitel, 2016

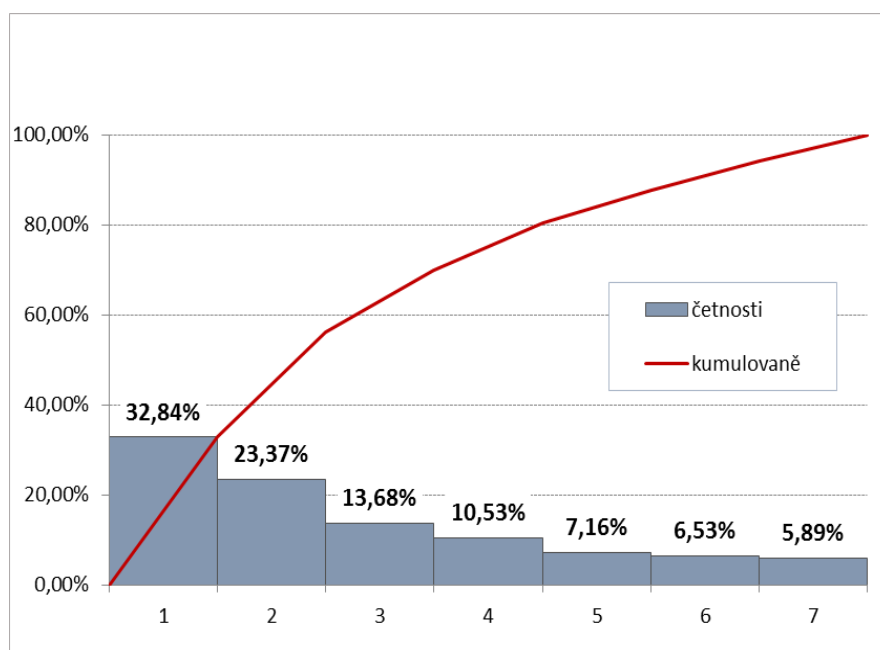
Firma MTC a. s. v roce 1996 uvedla jako první na trh v Mongolsku vysokorychlostní internetovou službu. Internet této firmy umožňuje pracovat v prostředí ADSL, FTTB a FTTH (MTC, a.s., 2016a). Zákazníci platí za internet měsíčně od 16 500 do 126 000 MNT (198 - 1514,50 Kč) podle rychlosti připojení. Náklady na první instalaci činí 12 000 MNT (144 Kč).

Důvod	Absolutní výskyt	Relativní výskyt (%)	Kumulativní relativní výskyt (%)
1 – neplatiči	156	32,84	32,84
2 – finanční potíže plátců	111	23,37	56,21
3 – zrušení pevné linky	65	13,68	69,89
4 – nová technologie	50	10,53	80,42
5 – pomalý internet	34	7,16	87,58
6 - Univision	31	6,53	94,11
7 – změna bydliště	28	5,89	100,00
Celkem	475	100,00	

Tabulka 6 - Důvody odchodu zákazníků firmy MTC a.s. u internetu (rok 2015)

Zdroj: MTC a.s., 2016a-c

Přibližně 33% zákazníků bylo odpojeno pro neplacení poplatků za užívání internetu, 23,4 % jich odešlo dobrovolně z finančních důvodů. (Většina mongolských rodin se nachází v období září - říjen ve finančních problémech kvůli placení školného dětem.) 31,37 % zákazníků zrušilo připojení k internetu z technických důvodů, 6,53 % odešlo ke konkurenční firmě a cca 6 % se odpojilo při změně bydliště (tab. 6, graf 5).



Graf 5 - Důvody odchodu zákazníků firmy MTC a.s. u internetu (rok 2015)

Zdroj: MTC a.s., 2016a-c

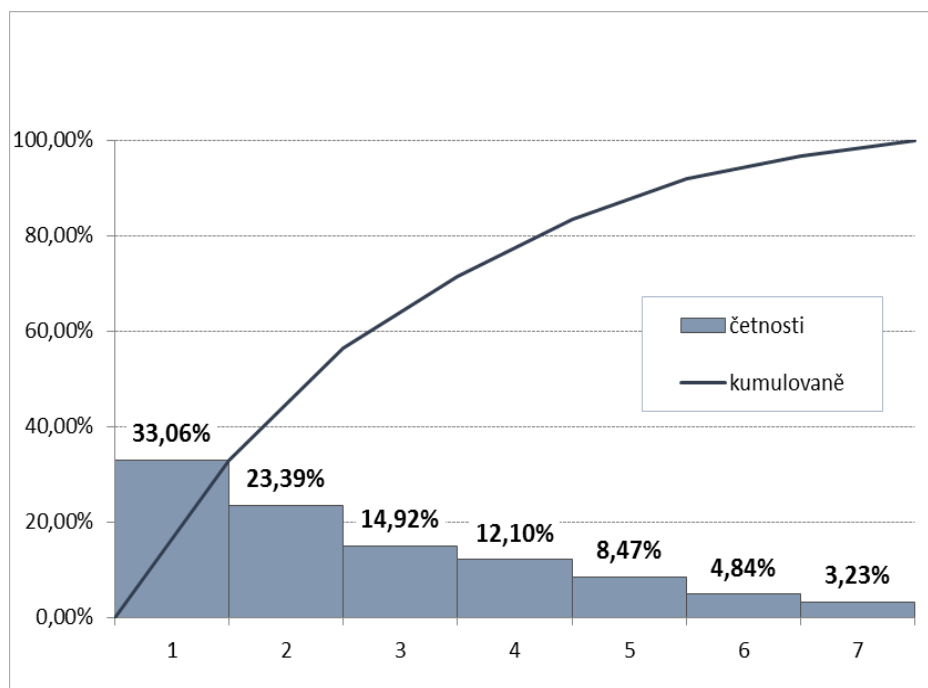
Firma MTC a.s. poskytuje rovněž službu tzv. “NATIONAL Cable television” (dále jen CaTV), která nabízí 60 mongolských a zahraničních programů. Za první připojení kabelové televize se platí 6 600 MNT (79,33 Kč), měsíční poplatky činí 5 400 MNT (64,91 Kč), což je vůbec nejlevnější produkt z nabídky na Mongolském trhu (MTC, a.s, 2016c).

Důvod	Absolutní výskyt	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)
1 – neplatiči	82	33,06	33,06
2 – finanční potíže	58	23,39	56,45
3 – změna bydliště	37	14,92	71,37
4 – Univision	30	12,10	83,47
5 – Skymedia	21	8,47	91,94
6 – nekvalitní služba	12	4,84	96,77
7 – zájem o jinou službu	8	3,23	100,00
Celkem	248	100,00	

Tabulka 7 - Důvody odchodu zákazníků u kabelové TV (MTC, a.s., rok 2015)

Zdroj: MTC a.s., 2016a-c

Stejně jako u internetu, i zde 56,45 % zákazníků má potíže s insolventností. Přibližně 15% zákazníků v šetření uvedlo, že důvodem odchodu je stěhování. 23,8 % zákazníků odešlo ke konkurenci a téměř 5% zákazníků si stěžovalo na nekvalitní připojení k internetu (tab. 7, graf. 6).



Graf 6 - Důvody odchodu zákazníků u kabelové TV (MTC, a.s., rok 2015)

Zdroj: MTC a.s., 2016a-c

Záver

I přes nárůst počtu pevných linek v Mongolsku od roku 2012 do roku 2015 se nedaří firmě MTC a.s. pozastavit ztrátu tržního podílu, který je zapříčiněn odchodem zákazníků. Tento klesající trend se bohužel nadále prohlubuje.

V příspěvku byly analyzovány důvody odchodu zákazníků firmy MTC a.s. u třech poskytovaných služeb. U pevné linky 81,6 % klientů odchází z finančních důvodů, což je spojeno i s vyšší cenou hovorného za minutu. Až 62% z celkového počtu odcházejících klientů pevné linky přechází ke konkurenční firmě Univision, která v posledních třech letech zvýšila svůj podíl na trhu až dvojnásobně. Lze tedy konstatovat, že soukromý operátor Univision se stává nejvíce ohrožujícím konkurentem státního podniku MTC a.s. U internetu a kabelové televize okolo 56 % zákazníků odchází z finančních důvodů, zbývající příčiny lze připisovat technickým aspektům.

Na základě výsledků šetření lze v současné době doporučit firmě MTC a.s., aby se soustředila na neplatiče, podnikla kroky ke snížení ceny hovorného, soustředila pozornost na klíčové firemní zákazníky, a pokud je to technicky možné, poskytovala komplexní řešení komunikace firemních klientů. Dalším řešením by mohlo být hledání jiného využití současné síťové infrastruktury a poskytování služeb infolinky a call centra.

Stále je a bude těžší konkurovat v nerovném boji pevná linka versus mobilní telefon, izolované služby versus komplexní nabídka hlasových, datových a internetových služeb v oblasti pevných linek bez patřičné podpory technologických investic, správných manažerských zásahů a komerčních přístupů v rozhodování. Mnoho státních podniků včetně MTC a.s. je poznamenáno i důsledkem špatných politických rozhodnutí, lobbingem a neprofesionálními manažerskými zásahy.

Tento článok odporúčala na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:

Ing. Lenka Ližbetinová, PhD.

Použitá literatúra

1. ČNB, 2016. *Kurzovní listek ČNB/Kurzy exotických měn*. [online]. [cit. 2016-6-7]. Dostupný z <http://www.penize.cz/kurzy-men/exoticke-meny>.
2. G-Mobile, 2016. *Урьдчилсан төлвөрт үйлчилгээ шинэчлэгдлээ*. [online]. [cit. 2016-6-7]. Dostupný z <http://www.g-mobile.mn/mn/cs/3.html>.
3. KUČEROVÁ, V., V. PINKAVA a A. ZEMANOVÁ, 2014. Využití Paretova pravidla 80-20 při efektivněni prodejního sortimentu. *Trendy ekonomy a management*, Final Tisk, Olomoučany, pp. 44–56.
4. MobiCom, 2016. *Үнэ тариуф*. [online]. [cit. 2016-6-7]. Dostupný z <https://www.mobicom.mn/mn/m/759>.
5. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016a. *Салбарын 2008 оны статистик мэдээ*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/3c/23>.
6. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016b. *Салбарын 2009 оны статистик мэдээ*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/3d/23>.
7. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016c. *Салбарын 2010 оны статистик мэдээ*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/3e/23>.
8. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016d. *Салбарын 2011 оны статистик мэдээ*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/3f/23>.
9. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016e. *Салбарын 2012 оны статистик мэдээ*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/3u/23>.
10. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016f. *Салбарын 2013 оны статистик мэдээ*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/4p/23>.
11. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016g. *Салбарын 2014 оны жилийн эцсийн үндсэн үзүүлэлтүүд*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z <http://www.crc.gov.mn/k/2BV>.

12. Mongolský telekomunikační a regulační úřad, 2016h. *Салбарын 2015 оны жилийн эцсийн үндсэн үзүүлэлтүүд*. [online]. [cit. 2017-1-18]. Dostupný z < <http://www.crc.gov.mn/k/2JW>>.
13. MTC a.s., 2016a. *ADSL* [online]. [cit. 2016-10-20]. Dostupný z <http://www.telecommongolia.mn/index.php?nid=16>.
14. MTC a.s., 2016b. *NGN - суурин холбооны шинэ үеийн технологи*. [online]. [cit. 2016-10-20]. Dostupný z <http://www.telecommongolia.mn/index.php?nid=5>.
15. MTC a.s., 2016c. *Миком интернет үйлчилгээ* [online]. [cit. 2016-10-20]. Dostupný z <http://www.telecommongolia.mn/index.php?nid=14>.
16. RUDINSKÝ, J., 2006. *Sítě nové generace*. [online]. [cit. 2016-6-7]. Dostupný z <http://access.feld.cvut.cz/view.php?cisloclanku=2006050401>.
17. SKYTEL, 2016. *Суурин утасны үйлчилгээ*. [online]. [cit. 2016-6-7]. Dostupný z <https://www.skytel.mn/p/corp-phone>.
18. UNITEL, 2016. *Smart talk* [online]. [cit. 2016-6-7]. Dostupný z <https://www.unitel.mn/unitel/product/prepaid>.
19. VEBER, J. et al., 2006. *Management kvality, environment a bezpečnosti práce, Legislativa, systémy, metody, praxe*, Praha, Management Press, pp. 207.