

# 2002 | Výročná správa



Orange Slovensko, a.s.

Prievozká 6/A, 821 09 Bratislava

[www.orange.sk](http://www.orange.sk)



# Pohľady

na cestu rokom 2002

7

Orange Slovensko v roku 2002

13

Slovenský telekomunikačný trh v roku 2002

19

Zmena na značku Orange

25

Investície v roku 2002

31

Nové technológie a služby

37

Starostlivosť o zákazníkov

42

Hospodárske výsledky

46

Charitatívna a sponzorská činnosť

51

Starostlivosť o zamestnancov

56

Orgány spoločnosti Orange Slovensko, a.s.





pohľad prvý

Pohľad späť  
nás posúva dopredu

## Orange Slovensko v roku 2002

Každý deň nás svet okolo zahŕňa množstvom podnetov. Usilujeme sa na ne odpovedať, triediť ich, ukladať. A z času na čas treba urobiť inventúru. Pozrieť sa na to, čo sme urobili, zhodnotiť to, čo za nami zostalo.

Sme veľmi radi, že hneď na začiatku možno konštatovať, že rok 2002 bol pre našu spoločnosť skutočne úspešný. Odštartovali sme ho z pozície najväčšieho mobilného operátora na Slovensku, ktorý od začiatku svojej existencie – od roku 1997 - zaznamenával rozmach a rast. A členstvo v globálnej komunikačnej skupine Orange vystupňovalo očakávania akcionárov a zákazníkov, že tento trend bude i ďalej pokračovať.

S týmto vedomím sme pristúpili k dôležitému momentu vo vývoji spoločnosti – v marci 2002 sa uskutočnila zmena značky Globtel na Orange, čím bola završená naša úplná integrácia do celosvetovej skupiny. Z pohľadu našich zákazníkov sme sa zmenili z večera na ráno, v skutočnosti však rebrandingu predchádzala dlhodobá príprava. Hodnoty značky Orange a jej filozofia, ktoré spoľahlivo fungujú v 20 krajinách sveta, sa nám všetkým museli dostať „do krvi“, stať sa bežnou súčasťou nášho života, aby sme ich mohli odovzdávať ďalej, a to nielen našim zákazníkom, ale aj celej slovenskej spoločnosti. Starostlivo sme pripravili komunikačnú kampaň, ktorá najviditeľnejšie v slovenských médiách sprevádzala uvádzanie značky Orange. Precíznosť stratégie sa oplátila: na konci roku 2002 značku Orange spontánne poznalo až 70% Slovákov. Značka Orange tak úspešne nahradila pôvodnú značku a nadviazala na jej úspechy.



**Ing. Ladislav Rehák**  
predseda predstavenstva

**Ing. Pavol Lančarič, CSc.**  
generálny riaditeľ



Členstvo v globálnej telekomunikačnej skupine nám prináša nielen zvuk svetového mena, ale aj ďalšie výhody. Nemusíme objavovať už objavené, netreba opatrne skúšať to, čo v iných krajinách už funguje. V sieti si vymieňame nápady a môžeme sa poučiť zo skúseností, ktoré naši zahraniční kolegovia nadobudli na ich domácich trhoch. A naopak, my im poskytujeme naše riešenia, ktoré sú pre nich zaujímavou inšpiráciou.

Orange je na Slovensku jednoducho úspešný. Čo môže byť presvedčivejšie ako reč čísel? V priebehu roku 2002 si Orange Slovensko za svojho mobilného operátora vybralo 742 547 ľudí. Na konci roka využívalo naše služby až 1 713 370 zákazníkov. V porovnaní s predchádzajúcim rokom ich bolo o 42,2% viac. Dlhodobu si udržiavame vysoký podiel na penetrácii trhu. V roku 2002 predstavoval 60,70%. Podarilo sa nám potvrdiť, že nová značka budovaná na dobrých základoch sa dokáže na slovenskom mobilnom trhu presadiť a obhájiť si čelné postavenie.

Úspechy sa dostavili aj v oblasti finančných výsledkov: výnosy v porovnaní s rokom 2001 stúpili o 31,3%, EBITDA o 43,4%. Čistý zisk sa medziročne zvýšil o 19%. V uplynulom roku stúpili aj naše investície, ktoré zväčša smerovali do sieťovej infraštruktúry. Ich medziročný nárast sa približuje k 51%. Jednoducho: z každej koruny, ktorú sme utŕžili od zákazníkov, sme takmer 50 halierov investovali do budúcnosti našich služieb. Doteraz Orange celkovo preinvestoval už viac ako 21 miliárd korún.

V novembri minulého roku sme museli preukázať zhodu s požiadavkami normy ISO 9001, ale už podľa novej revízie normy z roku 2000, ktorá je zákaznicky a procesne orientovaná. Druhýkrát v krátkej histórii našej spoločnosti nám bol udelený Certifikát systému manažérstva kvality podľa normy ISO 9001:2000. Znovu sme tak potvrdili garanciu stability a trvalého zlepšovania kvality našich služieb. Externá audítorská spoločnosť Det Norske Veritas, a.s., vysoko ohodnotila systém manažérstva kvality a konštatovala neustále zlepšovanie a zvyšovanie efektivity procesov v spoločnosti Orange Slovensko.

Počas šiestich rokov pôsobenia v tomto odvetví sme získali dosť skúseností i pozíciu na to, aby sme vedeli odhadnúť a určovať vývoj mobilnej komunikácie na Slovensku. Jej budúcnosť je v kvalite: v kvalite siete, kvalite poskytovaných služieb, v kvalite starostlivosti o zákazníkov. A my v spoločnosti Orange Slovensko žijeme túto budúcnosť už dnes.

Spomínali sme investície do rozvoja technologickej základne. V polovici roku 2002 sme sprevádzkovali tisícú základňovú stanicu (BTS). Rozširuje sa tak pokrytie územia Slovenska naším signálom, takže v súčasnosti v jeho dosahu žije až 97,5% obyvateľstva.

Usilujeme sa byť na čele pri uvádzaní nových služieb, ktoré pozitívne ovplyvňujú všetky oblasti života našich zákazníkov. V minulom roku sme do bežnej prevádzky ako prví na slovenskom trhu uviedli viaceré služby - napríklad profily Prima variant, s ktorými zákazníci s predplatenou kartou

Prima telefonujú a posielajú SMS správy výhodnejšie, alebo službu Prenosné minúty, ktorá im umožňuje bezplatne si preniesť neprevolaný čas do nasledujúceho mesiaca. Boli sme prvým mobilným operátorom, ktorý na Slovensku zaviedol sekundovú tarifikáciu aj pre medzinárodné hovory, takže naši zákazníci získali skutočne bezkonkurenčnú výhodu. Uvedením Lokalizačných služieb sa klienti jednoducho a rýchlo môžu dostať k informácii o tom, kde sa v danom čase nachádzajú ich príbuzní alebo zamestnanci.

Vieme, čo od nás zákazníci očakávajú: okrem kvality, spoľahlivosti a inovatívnosti aj cenovú výhodnosť. Robíme všetko pre to, aby si skutočne každý mohol dovoliť využívať naše služby. Usilujeme sa, aby sa zákazníci mohli plne spoľahnúť na všetko, čo od nás dostávajú. Od tejto myšlienky sa odvíja aj program Orange záruka kvality, ktorý sme uviedli v poslednom štvrtroku a ktorý sa stretol s veľmi pozitívnym ohlasom. Do tohto programu budú

postupne pribúdať ďalšie garancie, ktoré majú vždy jeden a ten istý cieľ: udržať si pozitívny vzťah so zákazníkom.

Pri pohľade na rok 2002 si jedným dychom so slovom „úspech“ treba povedať aj slovo „ľudia“. Bez ich vzťahu k značke, vysokého pracovného nasadenia a cieľavedomosti by sme nedosiahli to výsadné postavenie, ktoré dnes máme. V našej spoločnosti sú zamestnaní mladí, kvalifikovaní ľudia, ktorí si vážia možnosť „byť pri tom“, keď na Slovensku rastie svetová značka.

Obzeráme sa, aby sme lepšie videli pred seba. Vieme, že podnikáme v oblasti, ktorá sa každý deň mení. Nie je ľahké určovať smer a byť vždy o krok vpred pred ostatnými na trhu. Avšak práve pohľad späť nám dáva optimizmus, že i ďalej budú našu cestu lemovat úspechy a radosť z kvalitnej práce.

Podiel spoločnosti Orange Slovensko na sieťových výnosoch mobilných operátorov v SR







pohľad druhý

Sme aktívnym hráčom,  
nie divákom

## Slovenský telekomunikačný trh v roku 2002

Do roku 2002 naša spoločnosť vstupovala s vedomím, že postupná nasýtenosť trhu môže v porovnaní s minulými rokmi znamenať zníženie počtu nových aktívnych zákazníkov. Tento trend sa potvrdil, avšak naša spoločnosť si v boji o zákazníka počínala veľmi úspešne.

V roku 2002 začalo mobilnú komunikáciu na Slovensku v sieťach oboch operátorov využívať 1 245 436 nových zákazníkov. Pre služby spoločnosti Orange Slovensko sa rozhodlo 742 547, čo predstavuje podiel 59,6 %. Medziročný nárast zákazníkov prekonal naše očakávania, keď dosiahol 42%. Penetrácia slovenského trhu sa priblížila k 52,46% a Orange Slovensko má na nej viac ako šesťdesiatpercentný podiel. Tieto čísla potvrdzujú fakt, že dlhodobo si väčšina obyvateľov Slovenska za svojho operátora vyberá našu spoločnosť.

Ešte v roku 2001 sa na Slovensku začal presadzovať trend, ktorý charakterizuje aj ostatné trhy v Európe: prevaha zákazníkov, využívajúcich predplatené služby. V minulom roku si až 77% nových zákazníkov mobilných operátorov zvolilo tento typ služieb a 23% si aktivovalo niektorý z užívateľských programov. Radi konštatujeme, že sme si dokázali upevniť svoju čelnú pozíciu v oboch trhových segmentoch. Z celkového hrubého predaja predplatených kariet na Slovensku si takmer 60% zákazníkov kúpilo našu kartu Prima a viac ako 60% nových zákazníkov s mesačným programom sa stalo užívateľmi niektorého z našich užívateľských programov Paušál.



**Ing. Zuzana Nemečková**  
riaditeľka obchodného úseku



Minulý rok potvrdil, že stratégia, ktorú sme zvolili v oblasti získavania nových zákazníkov vo všetkých segmentoch trhu, je efektívna a účinná a možno ju úspešne rozvíjať aj v ďalšom období. Počas celého roka sme pripravovali atraktívne komerčné ponuky pre záujemcov o užívateľské programy, ktorí okrem toho, že mohli získať nový mobilný telefón za výhodnú cenu, dostali aj jeden mesačný poplatok zadarmo alebo, v období Vianoc, zľavu 50% na hovory, SMS správy a mesačný poplatok počas prvého fakturačného obdobia. Zákazníkom, ktorí potrebujú využívať naše služby hlavne v silnej prevádzke, bol určený nový Paušál 60 uni a tým, ktorí majú nižšie komunikačné potreby, ale nechcú používať Primu, sme ponúkli nový užívateľský program Flexi. Klientov oslovila aj komerčná ponuka Zlatý účet s možnosťou získania telekomunikačných služieb v hodnote 20 000 Sk.

Precízne a cielavedomé zhodnotenie vývoja trhu na začiatku roku 2002 sa oplátiť aj v oblasti predplatených kariet. Pre nových zákazníkov sme pravidelne

pripravovali ponuku Prima balíkov za výhodné ceny. Aj keď sme kartu Prima a jej výhody nekomunikovali tak intenzívne ako v minulosti, sila a atraktívnosť značky Orange, ktorá vie zaujať aj tento segment trhu, dokázali, že väčšina občanov Slovenska sa rozhoduje pre atraktívne služby našej spoločnosti.

Orange Slovensko v roku 2002 úspešne rástol a naše služby oslovili ďalších nových zákazníkov účinnejšie, ako sa to podarilo konkurencii. Preto celkový počet aktívnych zákazníkov spoločnosti Orange Slovensko dosiahol 1 713 370, z toho bolo 1 058 495 užívateľov karty Prima a 654 875 užívateľov mesačných programov Paušál. V roku 2002 sme dokázali to, čo si pred pár rokmi nevedeli predstaviť ani skutoční optimisti: v júli sme sa stali najväčším telekomunikačným operátorom na Slovensku podľa počtu zákazníkov, dokonca väčším ako jediný prevádzkovateľ pevnej telekomunikačnej siete. Nie je to žiadna náhoda – je to výsledok šiestich rokov cielavedomej práce.

Vývoj počtu aktívnych zákazníkov Orange (kumulatívne)



Celkový počet aktívnych zákazníkov spoločnosti Orange Slovensko v závere roka 2002 dosiahol 1 713 370 aktívnych užívateľov. Z hľadiska medziročného porovnania sa počet aktívnych užívateľov spoločnosti Orange Slovensko zvýšil v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka o viac ako 42%. Podľa medzinárodne uznávanej metodológie sa za aktívneho zákazníka považuje ten, ktorý v ostatných troch mesiacoch vykonal štyri aktívne operácie (uskutočnil hovor, odoslal SMS správu alebo sa pripojil na WAP).

Vývoj počtu aktivácií. Počet predaných SIM kariet (kumulatívne)



Mobilní operátori v roku 2002 na Slovensku aktivovali spolu 1 245 436 nových klientov. Orange Slovensko aktivoval 742 547 nových zákazníkov. To znamená, že naša spoločnosť sa na všetkých nových predajoch v roku 2002 podieľala 59,6%.

Vývoj podielu na trhu mobilnej komunikácie v SR podľa počtu aktívnych zákazníkov



V roku 2002 Orange Slovensko dosiahol najvyšší podiel na trhu mobilnej komunikácie počas celej existencie spoločnosti.



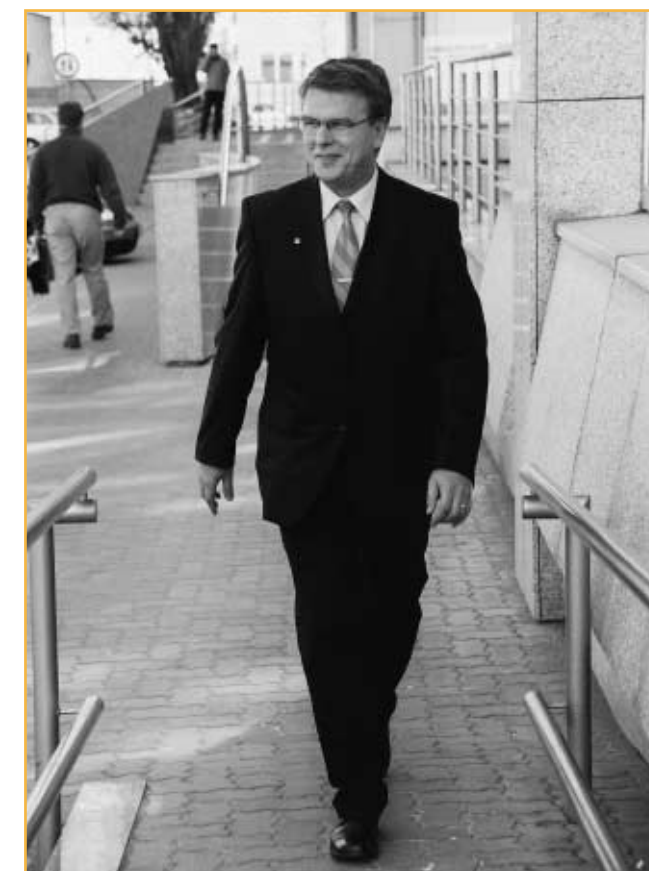
pohľad tretí

Ako sa nosí  
svetová značka

## Zmena na značku Orange

Hovorí sa, že zmena je život. Rozhodnutie akcionárov o zmene značky, ktoré sa realizovalo v roku 2002, bolo výzvou pre všetkých zamestnancov Orange Slovensko. Aj vďaka ich aktívnemu prístupu a vysokému nasadeniu svetová značka Orange v minulom roku úspešne nahradila pôvodnú lokálnu značku Globtel.

Starostlivo pripravovaný proces zmeny značky sa stal jedným z najväčších projektov v histórii spoločnosti. Zákazníci s očakávaním a sympatiami sledovali celý prechod na novú značku. Fakt, že Orange Slovensko je po viac ako roku existencie najväčším slovenským telekomunikačným operátorom, potvrdzuje správnosť rozhodnutia akcionárov i cesty, ktorú sme pri jeho uskutočňovaní zvolili.



**Ing. Ivan Marták**  
riaditeľ úseku stratégie a regulačných vzťahov



Projekt sa začal pripravovať už na začiatku roku 2001 a vyvrcholil 27. marca 2002. Pre Slovensko bola zvolená stratégia postupného uvádzania novej značky na trh. Jej uplatňovanie sa začalo vo vnútri spoločnosti, keď všetci zamestnanci prešli školiacim programom „Ambassador Training Programme“, zameriavajúcim sa na hodnoty a filozofiu značky Orange. Všetky potrebné informácie priniesol i nový interný časopis O nás a postupne sa menil i celý interiér kancelárskych priestorov spoločnosti. Doslova v jeden deň sa v duchu novej filozofie Orange zmenilo 90 značkových predajní. Podobnou zmenou prešli i všetky firemné tlačoviny používané interne i tie,

ktoré sú určené zákazníkom. Zmenili sa aj všetky externé formy prezentácie značky - svetelné logá či iné vonkajšie nosiče.

Dôležitou časťou procesu zmeny značky bola komunikácia novej značky Orange najmä smerom k existujúcim zákazníkom. Pri jej príprave bolo treba brať do úvahy dôležitý fakt, že Globtel ako jedna z najsilnejších lokálnych značiek bol lídrom na slovenskom trhu mobilných operátorov s vysokou lojalitou existujúcich zákazníkov k značke. Aj preto bola komunikácia rozdelená do troch fáz, ktoré postupne pripravili obyvateľov Slovenska na príchod

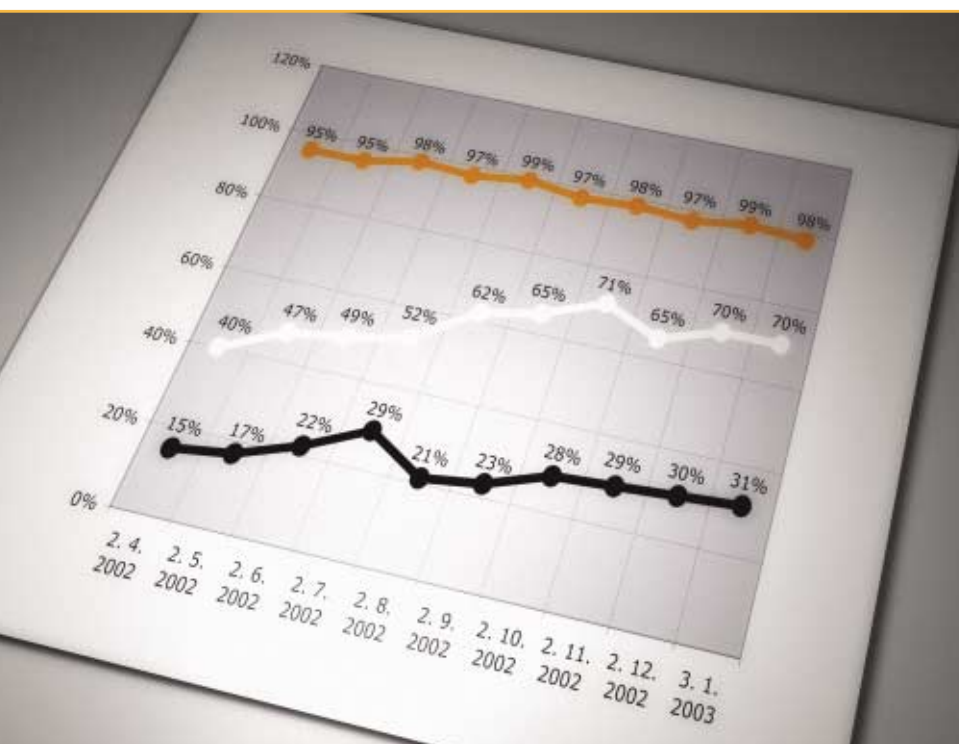
novej značky. Celú kampaň sme zavřili v marci komunikáciou tradičnými i originálnymi kanálmi. Jej cieľom bolo vytvoriť emocionálny vzťah k značke a ponúknuť zároveň aj konkrétne výhody spojené s novou značkou. Zmluvní zákazníci boli adresne oslovení mailingom s novou ponukou, prinášajúcou výhody, ktoré Orange jasne odlišili od konkurencie.

Komunikácia si kládla za cieľ dosiahnuť do júna 2002 30% spontánnu a 90% opytovanú znalosť značky Orange (na začiatku marca 2002 bola spontánnu znalosť 5% a opytovaná 80%). Čas ukázal, že zvolená stratégia bola správna:

externý marketingový prieskum potvrdil, že spontánnu znalosť značky v tomto období dosiahla viac ako 50% a opytovaná znalosť sa vyšplhala na 97,5%.

Značka Orange tak úspešne vstúpila na trh a splnila očakávania zákazníkov, ktorí ju prijali za svoju. Projekt zmeny značky preto považujeme za mimoriadne úspešný a naša spokojnosť je o to väčšia, že ho oceňujú nielen zákazníci a zamestnanci, ale aj naši partneri v zahraničí.

### Vývoj znalosti značky Orange na Slovensku



Zdroj: Marketingový prieskum  
vzorka 1 000 obyvateľov SR  
január 2003

■ podporená znalosť  
□ spontánna znalosť  
■ top of mind

### Imidžové charakteristiky značky Orange na Slovensku



Zdroj: Marketingový prieskum  
vzorka 1 000 obyvateľov SR  
január 2003



pohľad štvrtý

Len kvalitné veci sú  
spoľahlivé



## Investície v roku 2002

Vie to každý dobrý obchodník: zákazníci idú za kvalitou a veria kvalitným značkám. Aj preto sa rok 2002 v spoločnosti Orange Slovensko niesol v znamení investícií, objem ktorých bol najvyšší od roku 1997 a dosiahol hodnotu takmer 6,4 miliárd korún vrátane nákupu licencie UMTS. Cieľom bolo zabezpečenie dlhodobého rozvoja GSM a IP dátovej siete s ohľadom na ich kapacitu a hlavne kvalitu.

Časť investícií bola venovaná rozširovaniu kapacity siete, vytvoreniu jej maximálnej bezpečnosti i spoľahlivosti a pokračovalo aj skvalitňovanie služieb. Vďaka tomu sme dokázali bez problémov spracovať hlasovú prevádzku v špičke s nárastom 48% oproti predchádzajúcemu roku, odoslané SMS správy s nárastom 54% a prijaté SMS správy s nárastom 108%.

Veľká časť investícií smerovala do rozšírenia a skvalitnenia pokrytia územia Slovenska signálom GSM. Keďže sme v uplynulom roku sprevádzkovali 128 nových základňových staníc (BTS), máme dnes najrozsiahlejšiu mobilnú sieť GSM na Slovensku. Na konci roku sme využívali 1049 BTS, z toho viac ako 300 s frekvenciou 900 aj 1800 MHz.



**Ing. Dana Prekopová**  
riaditeľka technického úseku

K vysokej úrovni kvality prenášaného zvuku prispela implementácia inteligentných echo cancellorov, ktoré pri telefonovaní potláčajú echo a hluk pozadia. Začali sme realizovať projekt zálohovania siete pod názvom "Disaster" pre prípad krízových stavov. Tak bude zabezpečená prevádzka v plnej kvalite pri výpadku napr. jednej ústredne.

V minulom roku sme sprevádzkovali dve nové ústredne v Banskej Bystrici a v Košiciach. Pripravovali sme inštaláciu novej ústredne v Bratislave a zároveň sme odpojili historicky prvú ústredňu v Banskej Bystrici. Inštalovali sme dve nové platformy pre užívateľov služby Prima založené na technológii IN (Intelligent Network) a nové signaliizačné zariadenia. Do prevádzky sme uviedli aj nový

celosieťový monitorovací nástroj CCS7 a ďalšie dohľadové systémy pre sieťový subsystém (NSS – Network Sub System) a pre služby s pridanou hodnotou (VAS – Value Added Services). Integrovali sme vlastnú sieťovú synchronizáciu a sprevádzkovali nové softvérové verzie.

V roku 2002 sme v rekordnom čase ukončili projekt výstavby vlastnej prenosovej SDH siete na báze optických vlákien v dĺžke 1800 km. Keďže sme ju začali budovať len rok predtým, rýchlosť a kvalita prác si získala uznanie odborníkov v tejto oblasti. Po ukončení tohto projektu sme presmerovali prevádzku na vlastnú SDH sieť. Dnes je na nej viac ako 1000 okruhov, ktoré sme si predtým prenajímali od iných prevádzkovateľov.

Prírastky investícií v jednotlivých rokoch (v miliónoch SK)



Okrem siete GSM využíva Orange Slovensko i vlastnú IP dátovú sieť. Pozostáva z piatich hlavných uzlov, 25 prístupových bodov (POP – Point of Presence) a ďalších menších prístupových bodov. Je prepojená s ostatnými prevádzkovateľmi internetu na Slovensku a má aj zálohované prepojenie do svetového internetu. V roku 2002 sme našim zákazníkom umožnili využívanie IP produktov a služieb na báze MPLS s garantovanou kvalitou služby, v čom sme dosiahli na Slovensku ďalšie prvenstvo.

Meradlom kvality siete a služieb s pridanou hodnotou sú nielen technické ukazovatele, ale aj prieskumy spokojnosti našich zákazníkov a štatistické vyhodnotenie simulácie správania

užívateľov základnej hlasovej služby i služieb s pridanou hodnotou. Všetky získané informácie využívame na neustále zlepšovanie kvality a návrh investícií pre ďalšie obdobie.

Všetci pracovníci spoločnosti Orange Slovensko sú si vedomí toho, že v budúcnosti bude v mobilnej komunikácii v čoraz väčšej miere rozhodovať kvalita, ktorá sa musí neustále zvyšovať. Nemalé investície z roku 2002 nám dávajú istotu, že budeme vždy o krok pred konkurenciou a vždy zvládneme nároky našich zákazníkov.

Vývoj počtu BTS - základňových staníc (kumulatívne)







pohľad piaty

Odvaha urobiť krok prví

## Nové technológie a služby

Tak ako v každej oblasti ľudskej činnosti, aj v oblasti nášho podnikania platí, že všetko so všetkým súvisí. Naše hospodárske výsledky závisia od spokojnosti zákazníka, spokojnosť zákazníka je podmienená kvalitou siete a jej technického zázemia a, samozrejme, aj kvalitou i množstvom ponúkaných služieb a v neposlednom rade starostlivosťou, ktorú mu poskytujeme.

### Nové služby pre každého

Sme lídrom na trhu mobilnej komunikácie a vieme, že naši zákazníci od nás očakávajú aj prvenstvo v zavádzaní nových služieb, ktoré im pomôžu v každodennom živote. S týmto vedomím sme pristupovali k nákupu technológií, k vývoju a správkovaniu nových aplikácií, ktoré podmieňujú fungovanie vyspelých služieb vo všetkých segmentoch trhu (široká verejnosť, malí podnikatelia, firmy).



**Ing. Ivan Golian, CSc.**  
riaditeľ úseku informačných systémov



Systematickosť a dôkladná príprava nových technológií nám umožnili predstihnúť konkurenciu aj v tejto oblasti: prví na slovenskom trhu sme zaviedli sekundovú tarifikáciu aj na všetky hovory do zahraničia, ale aj službu Prenosné minúty, vďaka ktorej naši klienti neprichádzajú o predplatené neprevolané minúty. Boli sme prví, ktorí predstavili Lokalizačné služby a platby za tovar a služby prostredníctvom Orange teleplatby. V priebehu roka sme postupne možnosti služby Orange teleplatba rozširovali. Naši zákazníci sa presvedčili, že mobilný telefón v sieti Orange Slovensko má čoraz širšie využitie.

Dôležitým momentom v minulom roku bolo spustenie komerčnej prevádzky služieb založených na

technológii GPRS. Naši zákazníci začali využívať službu Orange panorama, Internet cez mobil (GPRS) a ďalšie služby, ktoré na technológii GPRS fungujú.

Zákazníkom s kartou Prima sme v priebehu roku ponúkli ďalšie možnosti pre pohodlnú a rýchlu obnovu kreditu. Priniesli sme službu Stály kredit, Pravidelný kredit a Obnovu kreditu cez internet. Ďalšou novinkou, ktorú sme na slovenský trh uviedli, bola služba Prima variant. Zákazníci si môžu vyberať až z piatich profilov podľa toho, akým spôsobom a kedy komunikujú.

### Nové služby v segmente firemných zákazníkov

Rovnako intenzívne sme pripravovali aj služby a aplikácie pre našich firemných zákazníkov. Ponuku pre tento segment sme obohatili o služby pevnej telekomunikačnej siete s predvolbou 06502, služby Orange biznis mobilná virtuálna sieť, Orange správa firemnej komunikácie, Orange dátová virtuálna privátna sieť na báze MPLS s garantovanou kvalitou služby, Pevné pripojenie do internetu a aj ďalšie IP služby. Zaujímavou možnosťou pre firmy, podnikajúce v oblasti dopravy či špedície, je využitie služby Manažment zdrojov, ktorú sme ponúkli v rámci Lokalizačných služieb. Koncom roka bola rozšírená služba Mobilná kancelária, ktorá využíva výhody mobilného prenosu dát prostredníctvom technológie GPRS.

V roku 2002 sme vďaka novým technológiám uviedli na trh najviac nových služieb a nových produktov v histórii spoločnosti. Dnes vieme, že aj tento fakt v mysliach zákazníkov posilnil silu našej značky a zvýšil ich spokojnosť.

A o to nám všetkým ide.

Produktivita práce - sieťové výnosy v Sk na jedného zamestnanca



Výnosy zo služieb (v miliónoch Sk)





pohľad šiesty

Partnerstvo  
je beh na dlhé trate



## Starostlivosť o zákazníkov

V oblasti služieb mobilnej komunikácie v silne konkurenčnom prostredí slovenského trhu je veľmi dôležitá schopnosť udržať si zákazníkov a vytvoriť u nich pozitívny vzťah k spoločnosti. Orange Slovensko preto všetkým svojim zákazníkom a obzvlášť dlhoročným, verným klientom venuje veľkú pozornosť a pravidelne im prináša zaujímavé ponuky spolu s rozširovaním programu zákazníckej lojality.

Starostlivosť o zákazníka našej spoločnosti tvorí komplexný systém, cieľom ktorého je uspokojovať požiadavky každého z nich. Už pri zmene značky v marci minulého roku sme všetkým existujúcim klientom priniesli niekoľko zaujímavých noviniek, ktoré ich ubezpečili, že so svetovou značkou prichádza i ponuka novej kvality. Zmluvným zákazníkom sme ponúkli nový program Paušál 60, ktorý za rovnaký mesačný poplatok ako dovtedajší program s 50 predplatenými minútami poskytuje o 10 predplatených minút viac. Verejnosť uvítala i Oddychové hovory na bezplatné telefonovanie po vyčerpaní preplatených minút vo vybraných časoch. Podmienky tejto služby sa potom v priebehu roka v niektorých bodoch pozmenili. Pre užívateľov Paušálov 500 a 1000 sme pripravili Víkendové hovory na bezplatné telefonovanie po vyčerpaní predplatených minút počas víkendov a sviatkov. Naši zmluvní klienti si od jari minulého roku môžu vyberať svoje odkazy z odkazovej schránky zadarmo a vo vybraných



**Ing. Libor Malota**  
riaditeľ úseku služieb zákazníkom

časoch posielajú SMS správy za zvýhodnené ceny v rámci služby Vaše SMS. Správne načasovanie tejto ponuky prinieslo výborné výsledky, ktoré sa prejavili aj v rýchлом náraste preferencií novej značky Orange u obyvateľov Slovenska.

Počas celého uplynulého obdobia sme oslovovali zákazníkov, ktorým končil dvojičný záväzok používania našich služieb. Ponúkli sme im možnosť za výhodnejších podmienok ostať v našej sieti a navyše získať okrem nového mobilného telefónu aj rozličné výhody navyše.

Aj klienti s predplatenou kartou Prima v minulom roku získali nové možnosti, ktoré im priniesli vyššiu hodnotu za rozumnú cenu. Vybraným užívateľom Prima karty sme v priebehu roku ponúkli možnosť

prejsť na Paušál, a získať tak nový mobilný telefón za dobrú cenu spolu s ďalšími výhodami a k tomu, samozrejme, aj všetky benefity zákazníkov s Paušálom.

V roku 2002 pokračoval lojalitný program pre zákazníkov, ktorí využívajú naše služby viac ako 6 mesiacov. Po tomto čase každý z nich dostal Orange kartu, s ktorou možno nakupovať so zľavami rôznych tovar a služby u viac ako 100 partnerov po celom Slovensku.

V druhej polovici roka sme uviedli program Orange záruka kvality. Verejnosti sme predstavili garanciu, s ktorou môžu pri našich službách počítať - 100% záruku dovolania sa na Zákaznícku linku 905 do 15 sekúnd.

### Spokojnosť zákazníkov

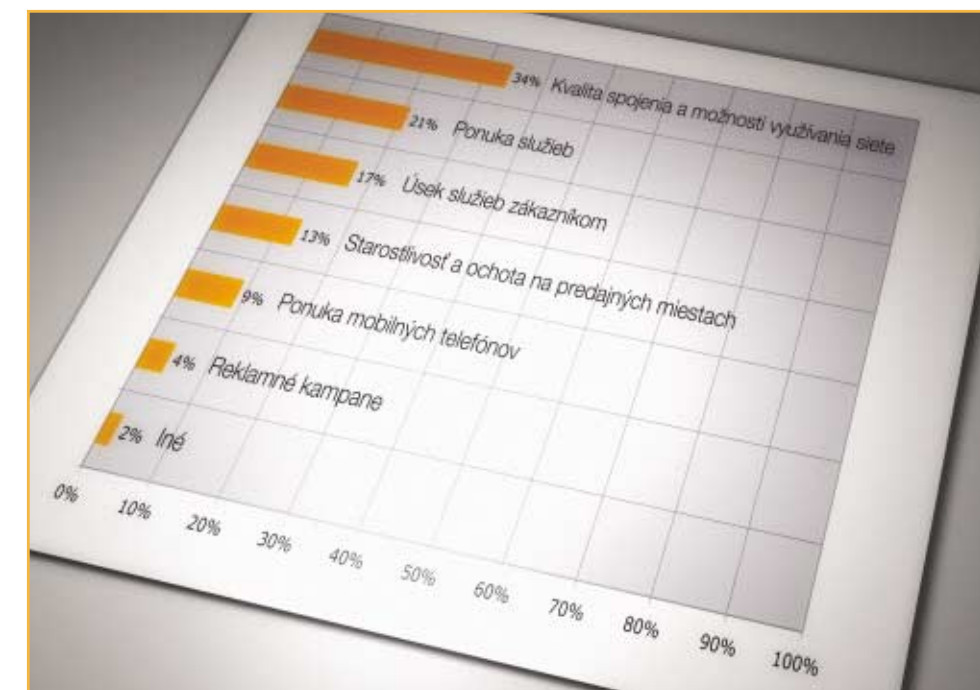


Zdroj: Marketingový prieskum vzorka 6275 zákazníkov spoločnosti Orange Slovensko marec 2003

V rámci starostlivosti o zákazníkov sme klientom pripomenuli aj skutočnosť, že v našej spoločnosti majú svojho osobného operátora, meno a telefónne číslo ktorého poznajú. Upozorňovali sme ich aj na našu ľahkú dostupnosť, veď na celom Slovensku môžu využívať služby viac ako 300 predajní.

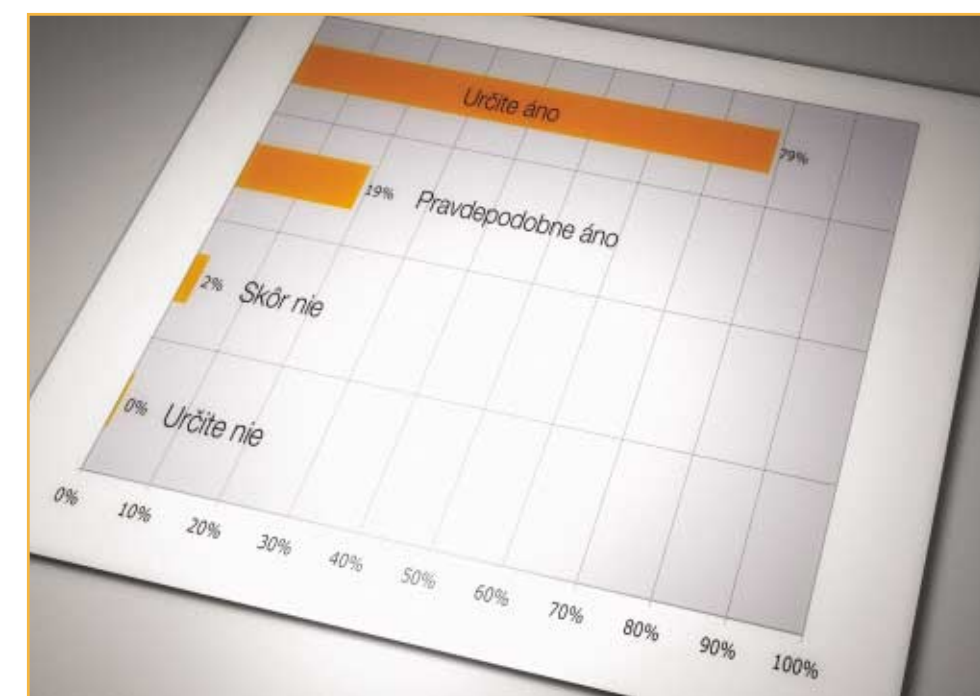
Všetci pracovníci našej spoločnosti si uvedomujú, že služby, ktoré poskytujeme, vstúpili do životov klientov a v mnohých ohľadoch ich menia. Preto nás teší fakt, že aj podľa prieskumov externých agentúr, vyjadrení zákazníkov na predajných miestach či na Zákazníckej linke 905 a aj podľa odpovedí na dotazník v zákazníckom časopise My, je veľká väčšina zákazníkov spokojná s našimi službami i starostlivosťou, ktorú im rôznymi cestami poskytujeme, a rozhodne by Orange ako mobilného operátora odporúčala aj svojim známym.

### Faktory, najviac ovplyvňujúce spokojnosť zákazníkov



Zdroj: Marketingový prieskum vzorka 6275 zákazníkov spoločnosti Orange Slovensko marec 2003

### Odporučili by ste svojmu známemu Orange?



Zdroj: Marketingový prieskum vzorka 6275 zákazníkov spoločnosti Orange Slovensko marec 2003





pohľad siedmy

Úspechy,  
ktoré naozaj vidno



## Hospodárske výsledky

Všetky úspechy, ktoré sme v minulom roku dosiahli, naznačujú, že strategické rozhodnutia v oblasti rozvoja spoločnosti a cesta, ktorú sme pod značkou Orange nastúpili, sú správne. Dôkazom toho sú aj rekordné hospodárske výsledky dosiahnuté v roku 2002, ktoré odrážajú dôveru našich zákazníkov.



**Frédéric Pierre Maurice Debord**  
riaditeľ úseku financií a správy

Náš podiel na tržbách mobilných operátorov na Slovensku zo služieb mobilnej komunikácie dosiahol 62,2%. Je to najvyššia hodnota v histórii pôsobenia našej spoločnosti. Dosiahli sme ju hlavne vďaka tomu, že zákazníci sú spokojní so službami, ktoré im poskytujeme, a oslovujú ich i novinky, ktoré na trh prinášame.

V porovnaní s minuloročnými ukazovateľmi sme dosiahli nárast všetkých základných ukazovateľov hospodárenia. Celkový obrat predstavoval 13 415 miliónov korún, čo znamená, že v porovnaní s rokom 2001 vzrástol o 31,3%. Zisk spoločnosti pred zdanením, úrokmi a odpismi (EBIDTA) dosiahol 5 350 miliónov korún, čo znamená medziročný nárast o 43,4%. Naša spoločnosť v minulom roku vytvorila čistý zisk 2 167 miliónov korún. Oproti roku 2001 sa tento ukazovateľ zvýšil o 19%.

Aj v oblasti investícií sme zaznamenali rapidný nárast. Smerovali hlavne do skvalitnenia siete a zvýšenia jej kapacity. Spoločnosť v minulom roku preinvestovala 6 377 miliónov korún a do tejto

sumy je zarátaný i nákup licencie UMTS. Dôležitý je aj fakt, že minuloročné investície boli plne hradené z našich vlastných zdrojov.

Keď sa pozrieme na celú doterajšiu existenciu našej spoločnosti, zistíme, že Orange na Slovensku doteraz preinvestoval viac ako 21 miliárd korún. Bol to správny krok – odmenou pre nás je rastúca spokojnosť užívateľov, ktorí čoraz intenzívnejšie využívajú naše služby. Aj vďaka tomu sme dnes najväčším telekomunikačným operátorom v krajine.

Finančné informácie zverejnené vo výročnej správe vychádzajú z auditovaných finančných výkazov spoločnosti vypracovaných podľa všeobecne uznávaných účtovných zásad v Spojených štátoch amerických (US GAAP).

**Výnosy** (v miliónoch Sk za jednotlivé roky), **počet zákazníkov** (za jednotlivé roky) a **vývoj počtu zákazníkov** (kumulatívne)



**EBITDA** (v miliónoch Sk za jednotlivé roky)



Ukazovateľ EBITDA udáva hodnotu zisku spoločnosti pred zdanením, úrokmi a odpismi.





pohľad ôsmy

Pomáhame rásť aj iným

# Charitatívna a sponzorská činnosť

Je výsadou veľkých a silných pomáhať tým, ktorí potrebujú oporu. Naša spoločnosť sa už tradične o svoje úspechy delí. S finančnou i morálnou podporou vstupujeme do mnohých oblastí nášho života.



Ing. Pavol Lančarič, CSc.  
generálny riaditeľ

## Charitatívna činnosť

Aj s novou značkou sme pokračovali v tradícii podpory charitatívnych projektov. V čase ničivých záplav sme pružne zareagovali na ťažkú situáciu mnohých občanov Slovenska a zorganizovali sme finančnú zbierku. Jej výťažok, ku ktorému prispela aj naša spoločnosť a jej zamestnanci, predstavoval sumu 2,1 milióna korún. Finančné prostriedky boli potom rozdelené 12 postihnutým obciam.

V roku 2002 pokračovala naša spolupráca s občianskym združením Návrat. Jej cieľom je pomôcť opusteným deťom, ktoré žijú v detských domovoch a ústavoch, nájsť náhradnú rodinu. Realizácia tejto myšlienky do veľkej miery závisí od podpory celej spoločnosti, preto sme sa ju usilovali dostať do povedomia ľudí putovnou výstavou fotografií na tému Najlepšie je s mamou a otcom.

Významní slovenskí fotografi zachytávali život detí v ústavoch a v náhradných rodinách.

Vianoce sú časom, keď citlivejšie vnímame všetky ľudské hodnoty. Pre toto obdobie sme pripravili zaujímavú charitatívnu akciu. Sumu milión korún sme venovali na vybrané projekty s cieľom spríjemniť vianočné sviatky tým ľuďom, ktorí by ich z rozličných dôvodov nestrávil tradične pokojným spôsobom.

## Sponzorské aktivity v kultúre a športe

Športový život predošlého roku sa niesol v znamení zimnej olympiády v Salt Lake City. Na tomto sviatku športu bola prítomná aj naša spoločnosť, pretože sme sa prvýkrát prezentovali ako generálny partner Slovenského olympijského výboru a aj Slovenského olympijského domu. Dlhodobu podporujeme aj slovenský paralympijský tím, ktorý na zimnej paralympiáde 2002 získal bohatú zbierku medailí.

Spoločnosť Orange Slovensko sa stala generálnym partnerom Slovenského zväzu kanoistiky na divokej vode. Prvýkrát bol organizovaný Orange slovenský pohár vo vodnom slalome a naša značka bola prítomná aj na majstrovstvách Európy vo vodnom slalome. Teší nás, že na vodnom kanáli v Čunove najviac úspechov zožal práve slovenský reprezentačný tím.

Jednou zo základných hodnôt značky Orange je zámer prinášať vždy nové, svieže nápady či origi-

nálne zážitky. Preto sa naša spoločnosť stala generálnym partnerom prvého veľkoformátového kina na Slovensku. Kino Orange IMAX Bratislava láka divákov všetkých vekových kategórií z rôznych kútov Slovenska, ktorí túžia aspoň raz prekročiť realitu a vstúpiť do virtuálneho sveta.

Neopakovateľný umelecký zážitok priniesol aj koncert populárnej skupiny Lucie spolu s detským zborom Bambini di Praga, komorným sláčikovým orchestrom a ďalšími hosťami v Slovenskom národnom divadle.

Spoločenskú sezónu v Bratislave už tradične otvárame plesom v opere. Aj hlavné mesto Slovenska má tak svoj operný ples podobne ako iné európske metropoly. Naše pozvanie prijali zástupcovia politického a spoločenského života, predstavitelia významných spoločností, umelci a športovci. Táto spoločenská udalosť je dobre zapísaná v povedomí verejnosti a vždy si získa aj širokú publicitu.

Orange Slovensko je úspešná firma, ktorá však nežije izolovane od problémov našej krajiny.

Poznáme podmienky v rôznych oblastiach života slovenskej spoločnosti, a preto sa usilujeme pomáhať tam, kde to najviac treba. Veď charitatívna a sponzorská činnosť dáva nášmu podnikaniu ďalší rozmer.





pohľad deviaty

S priateľmi  
cesta ubieha lepšie

## Starostlivosť o zamestnancov

Ak hovoríme o úspechoch, ktoré v minulom roku naša spoločnosť dosiahla, treba povedať aj to, že sa nerodia náhodne. Za každým z nich stoja naši zamestnanci. Sú to ľudia, z ktorých mnohí sú v dennom kontakte s našimi zákazníkmi a v ich myšliach sa stávajú stelesnením značky a všetkých jej hodnôt. Preto veľký dôraz kladieme nielen na výber zamestnancov, ale i na ich ďalší rast a vzdelávanie.



**Andrea Kopná**  
riaditeľka úseku ľudských zdrojov



V roku 2002 u nás v Orange Slovensko pracovalo 1136 zamestnancov, čo je o 204 viac ako v predchádzajúcom roku. Pôsobili na 9 pracoviskách po celom Slovensku. Fluktuácia v porovnaní s minulým rokom klesla až na hodnotu nižšiu ako 6%.

Zamestnanci našej spoločnosti nekončia svoje vzdelanie zatvorením brán škôl. V minulom roku sme na vzdelávanie jedného zamestnanca vynaložili priemerne 40 000 Sk. Školenia prebiehali v rôznych oblastiach, no najviac z nich sa týkalo odborného a profesijného rastu.

Práca pre Orange je skutočne náročná. Vieme o tom, a preto dbáme, aby mali naši ľudia dostatok možností na relaxáciu vo svojom voľnom čase. Ponúkame im skutočne obsiahly sociálny program. Každý zamestnanec môže sumu 700 Sk mesačne vyčerpať na návštevy rozličných relaxačných a rekondičných zariadení podľa ponuky tzv. Cafeteria systému. Ľuďom, ktorí pre nás pracujú viac ako tri roky, ponúkame raz ročne jeden rekondičný pobyt v niektorom z troch zariadení. V plnej miere je hradený našou spoločnosťou. Pre deti zamestnancov organizujeme letné tábory (sú hradené spoločnosťou), zamestnanci nad 30 rokov môžu raz ročne zadarmo

absolvovať preventívnu prehliadku alebo rehabilitačný program. Po dohode vybraní lekári prvého kontaktu i odborní lekári ošetrojú našich zamestnancov prednostne.

Sme presvedčení, že tieto investície spolu s adekvátnym finančným ohodnotením prispievajú k tomu, že naši zamestnanci sú na prácu pre Orange Slovensko hrdí a ich spokojnosť prispieva k vyšším výkonom.

Počet zákazníkov na jedného zamestnanca



Rast počtu zamestnancov



# Orgány spoločnosti Orange Slovensko, a.s.



**Sídlo spoločnosti** Prievozská 6/A, 821 09 Bratislava

**Dátum vzniku** 3. septembra 1996

**Právna forma** akciová spoločnosť

## Akcionári

Meno akcionára	Podiel akcionára na upísanom imaní	
	Počet akcií	%
Wirefree Services Belgium S.A. (Orange group)	21.567.429	63,88
Konzorcium finančných investorov vedených EBDR a AIG:		
EEIF 1 International B.V.	3.369.912	9,98
BERAKFORD HOLDINGS LIMITED	1.988.247	5,89
POLISH ENTERPRISE FUND IV, L.P.	1.684.955	4,99
European Bank for Reconstruction and Development	1.347.964	3,99
VERBENA SERVICOS E INVESTIMENTOS S.A.	808.779	2,40
PART'COM S.A.	673.982	1,99
Metropolitan Life Insurance Company	673.982	1,99
INNOVA/98 GTL HOLDING, LLC	556.035	1,65
INNOVA GTL HOLDING, LLC	556.035	1,65
TAQUISEN-PRESTACAO DE SERVICOS DE CONSULTORIA ECONÓMICA S.A.	202.195	0,60
Technologieholding Central & Eastern European Fund B.V.	173.310	0,51
Technologieholding Central & East European Parallel Fund B.V.	96.283	0,29
Ing. Ladislav Reháč	65.333	0,19

Všetky údaje sú platné k 31. 12. 2002.

## Dozorná rada

**Chantal Crave** – predseda

**prof. Ing. Milan Dado, CSc.** – podpredseda

**doc. Ing. Peter Mihók, CSc.** – podpredseda

**Jerome Sebastien Berger** – člen

**Christophe Boivineau** – člen

**Frédéric Pierre Maurice Debord** – člen

**Dominique Garnier** – člen

**Ing. Ivan Golian, CSc.** – člen

**Ing. Lubor Lancoš** – člen

**Daniel Lynch** – člen

**Ing. Dana Prekopová** – člen

**Ing. Albert Šmajda** – člen

## Predstavenstvo

**Ing. Ladislav Reháč** – predseda

**JUDr. Erika Csekcs** – podpredseda

**Thierry Baudon** - člen

**Bruno Marie Edmond Duthoit** – člen

**Ing. Pavol Lančarič, CSc.** – člen a generálny riaditeľ

**Pierre Mellinger** – člen

## Manažment

**Ing. Pavol Lančarič, CSc.**  
generálny riaditeľ

**Frédéric Pierre Maurice Debord**  
zástupca generálneho riaditeľa  
riaditeľ úseku financií a správy

**Ing. Ivan Golian, CSc.**  
riaditeľ úseku informačných systémov

**Ing. Andrea Kopná**  
riaditeľka úseku ľudských zdrojov

**Ing. Libor Malota**  
riaditeľ úseku služieb zákazníkom

**Ing. Ivan Marták**  
riaditeľ úseku stratégie a regulačných vzťahov

**Ing. Zuzana Nemečková**  
riaditeľka obchodného úseku

**Ing. Dana Prekopová**  
riaditeľka technického úseku

