

R O Č N Á  
S P R Á V A  
2 0 0 3



# Obsah

Orgány spoločnosti Orange Slovensko, a.s.	4
Akcionári spoločnosti Orange Slovensko, a.s.	5
Manažment	7
Príhovory	8
Orange Slovensko v roku 2003	13
Telekomunikačný trh na Slovensku v roku 2003	17
Sme členmi globálnej skupiny Orange	23
Nové služby - vyššia kvalita pre našich zákazníkov	27
Starostlivosť o zákazníkov	33
Kvalita siete – najlepšia investícia	39
Hospodárske výsledky za rok 2003	45
Orange v znamení filantropie	49
Zamestnanci sú hlavným faktorom úspechu	53

# Orgány spoločnosti Orange Slovensko, a.s.

## Sídlo spoločnosti

Prievozská 6/A, 821 09 Bratislava

## Dátum vzniku

3. septembra 1996

## Právna forma

akciová spoločnosť

## Dozorná rada

**Chantal Crave**  
predseda

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

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

**Jerome Sebastien Berger**  
člen

**Christophe Boivineau**  
člen

**Ing. Ľuboš Brozman**  
člen

**Frédéric Pierre Maurice Debord**  
člen

**Dominique Garnier**  
člen

**Mgr. Iveta Jurigová**  
člen

**Ing. Ľubor Lancoš**  
člen

**Daniel Lynch**  
člen

**Ing. Zuzana Popluhárová**  
člen

## Predstavenstvo

**Ing. Ladislav Reháč**  
predseda

**JUDr. Erika Csekés**  
podpredseda

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

**Bruno Marie Edmond Duthoit**  
člen

**Pierre Mellinger**  
člen

**Thierry Baudon**  
člen

# Akcionári spoločnosti Orange Slovensko, a.s.

Meno akcionára	Podiel akcionára na upísanom imaní	
	Počet akcií	%
Wirefree Services Belgium S.A. (Orange group)	21 567 429	63,88
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	2,39
PART'COM S.A.	673 982	2,00
Metropolitan Life Insurance Company	673 982	2,00
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	0,28
Ing. Ladislav Reháč	65 333	0,19

Údaje sú platné k 31. 12. 2003.



# Manažment spoločnosti

## 1 | Ing. Pavol Lančarič, CSc.

generálny riaditeľ

Narodil sa v roku 1963. Titul kandidáta vied získal na Ekonomickej univerzite v Bratislave. Po skončení štúdia pôsobil najskôr v akademickej sfére a bol tiež zodpovedný za viaceré výskumné projekty na Protimonopolnom úrade SR. Od roku 1990 bol členom poradného výboru predsedu vlády SR na Úrade vlády SR. Riadiace funkcie zastáva od roku 1993. V spoločnosti Orange Slovensko pôsobí od roku 1997, najskôr v pozícii obchodného riaditeľa spoločnosti Globtel GSM, a.s., neskôr Globtel, a.s., a Orange Slovensko, a.s. Od roku 1999 je jej generálnym riaditeľom.

## 2 | Frédéric Pierre Maurice Debord, MBA

zástupca generálneho riaditeľa, riaditeľ finančného úseku

Narodil sa v roku 1964. Absolvoval štúdium na Univerzite Orleáns vo Francúzsku, kde v roku 1986 získal titul Master of Finance and Management. Titul MBA získal v roku 1994 na Institut d'Etudes Politiques v Paríži. V oblasti financií pôsobí od roku 1987. V spoločnosti France telecom zastával od roku 1994 viaceré manažérske funkcie v oblasti finančného manažmentu a od roku 2000 pôsobil ako Chargé d'affaires pre riadenie medzinárodných financií skupiny France telecom. Bol zodpovedný za finančné operácie zahraničných pobočiek skupiny a ako člen predstavenstva skupiny zastupoval spoločnosť France telecom v zahraničných pobočkách. Od roku 2001 pôsobí v pozícii riaditeľa finančného úseku a zástupcu generálneho riaditeľa spoločnosti Orange Slovensko.

## 3 | Ing. Ivan Golian, CSc.

riaditeľ úseku informačných technológií a operácií

Narodil sa v roku 1964. Vyštudoval Slovenskú technickú univerzitu v Bratislave, titul kandidáta vied získal na Katedre aplikovanej informatiky a automatizácie STU v Bratislave v roku 1993. Po skončení vysokoškolského štúdia pôsobil v Závodoch ťažkého strojárstva v Detve, odkiaľ v roku 1988 odišiel na Katedru aplikovanej informatiky a automatizácie Slovenskej technickej univerzity v Bratislave. V rokoch 1993 až 1995 pôsobil v belgickom Gente na Katedre elektroniky a automatizácie KIH. V rokoch 1995-1997 pracoval v slovenskom zastúpení americkej počítačovej firmy Digital Equipment Corporation. Od roku 1997 je členom najvyššieho vedenia spoločnosti Globtel, neskôr Orange Slovensko, kde pôsobí ako riaditeľ pre informačné technológie a operácie.

## 4 | Ing. Andrea Kopná

riaditeľka úseku ľudských zdrojov

Narodila sa v roku 1967. Je absolventkou Ekonomickej univerzity v Bratislave. V oblasti riadenia ľudských zdrojov pôsobí od roku 1991. Od roku 1996 zastávala pozíciu zástupkyne riaditeľa úseku ľudských zdrojov v spoločnosti Globtel GSM, neskôr Globtel, a.s., a Orange Slovensko, a.s. Od roku 2003 pôsobí ako riaditeľka úseku ľudských zdrojov spoločnosti Orange Slovensko.

## 5 | Ing. Dana Prekopová, MBA

riaditeľka technického úseku

Narodila sa v roku 1967. Je absolventkou Vysokej školy dopravy a spojov v Žiline. Titul MBA získala v roku 1993 na Ecole Nationale Supérieure des Postes et Télécommunications v Paríži. Od roku 1994 pôsobila v spoločnosti France Telecom ako členka tímu zodpovedného za rozvoj projektu GSM v Slovenskej republike. Od roku 1996 bola zodpovedná za koordináciu výstavby siete GSM spoločnosti Globtel GSM, a.s., a od roku 1998 za riadenie systému kvality a údržby siete a služieb. Od roku 2001 pôsobí v pozícii riaditeľky technického úseku spoločnosti Orange Slovensko, a.s.

## 6 | Ing. Ivan Marták

riaditeľ úseku stratégie a regulačných vzťahov

Narodil sa v roku 1964. Absolvoval štúdium žurnalistiky na Filozofickej fakulte Univerzity Komenského v Bratislave. Technické vzdelanie v oblasti telekomunikácií získal na Slovenskej technickej univerzite v Bratislave. Od roku 1992 pôsobil v Medzinárodnej telekomunikačnej únii, kde okrem iného absolvoval stáž v oblasti efektívneho riadenia telekomunikácií a v roku 1995 v Kanadskom inštitúte manažmentu telekomunikácií v Montreale. Oblasť telekomunikácií sa venuje od roku 1987. Od roku 1993 zastával viaceré riadiace funkcie v spoločnosti Slovenské telekomunikácie, š.p., postupne ako riaditeľ divízie technologického rozvoja, riaditeľ pre marketing a predaj, riaditeľ divízie technického plánovania a riaditeľ divízie strategického plánovania. V spoločnosti Orange Slovensko pôsobí od roku 2001 ako riaditeľ úseku stratégie a regulačných vzťahov.

## 7 | Ing. Zuzana Nemečková

riaditeľka obchodného úseku

Narodila sa v roku 1970. Ukončila štúdium na Obchodnej fakulte Ekonomickej univerzity. V roku 1993 začala pracovať ako asistentka riaditeľa, neskôr ako marketingová manažérka v spoločnosti Tchoibo Slovensko, s.r.o. V roku 1996 sa stala vedúcou úseku predaja, marketingu a komunikácie v spoločnosti Rajo, a.s. Od roku 2001 pracuje v spoločnosti Orange Slovensko (predtým Globtel) na pozícii riaditeľky obchodného úseku.

## 8 | Ing. Libor Malota

riaditeľ úseku služieb zákazníkom

Narodil sa v roku 1960. V oblasti riadenia kvality služieb zákazníkom pôsobí od roku 1983, kedy pracoval v oblasti cestovného ruchu, kde zastával rôzne pozície od referenta až po riadiace funkcie. Od roku 1993 podnikal v oblasti cestovného ruchu a služieb. V spoločnosti Orange Slovensko, a.s. pracuje od roku 1996, keď bol najskôr zodpovedný za vybudovanie oddelenia služieb zákazníkom spoločnosti Globtel GSM, a.s. Od roku 1997 pôsobí ako riaditeľ úseku služieb zákazníkom spoločnosti Orange Slovensko (predtým Globtel).



# Clara pacta, boni amici

Dobré účty robia dobrých priateľov – táto stará pravda platí nielen v súkromnom živote, ale určite aj v podnikaní. Som veľmi rád a som hrdý, že vo chvíli, keď podčiarkujeme „záverečný účet“ spoločnosti Orange Slovensko za rok 2003, môžeme k nemu pripísať slovo úspech – úspech finančný, úspech morálny. A to je iste príjemné konštatovanie pre akcionárov spoločnosti, pre manažment, pre zamestnancov a i pre celú globálnu skupinu Orange.



Ing. Ladislav Rehák  
predseda predstavenstva

Rok 2003 potvrdil, že trendy, ktoré boli stanovené v predchádzajúcich obdobiach vývoja spoločnosti, sú správne a perspektívne. Uplynulé obdobie ukázalo, že spoločnosť i naďalej dokáže zvyšovať svoj náskok pred konkurenciou a zároveň si upevňuje vedúce postavenie na trhu.

Z hľadiska vývoja spoločnosti Orange Slovensko bolo veľmi dôležitým momentom v histórii firmy rozhodnutie akcionárov o vyplatení dividend. Stalo sa to prvýkrát v dejinách spoločnosti a toto rozhodnutie potvrdzuje skutočnosť, že finančná pozícia firmy je v súčasnosti lepšia ako kedykoľvek predtým.

Pozitívny trend vývoja dokazuje aj účtovná uzávierka roku 2003. Celkový obrat sa medziročne zvýšil o viac ako pätinu, zisk spoločnosti pred zdanením, odpismi a úrokmi (EBITDA) v porovnaní s predchádzajúcim rokom vzrástol o štvrtinu a čistý zisk spoločnosti narástol až o 37%.

Spoločnosť neustále investuje do nového technologického zabezpečenia, cieľom ktorého je zlepšovanie siete, kvality služieb a rozširovanie ich ponuky. Celkové investície v kumulatívnej výške viac ako 21 miliárd korún stavajú Orange Slovensko na popredné miesto medzi najväčšími privátnymi investormi na Slovensku, pričom tržová hodnota tejto investície sa počas pôsobenia firmy niekoľkokrát zvýšila. Treba podotknúť, že v súčasnosti takmer desatinu výnosov generujú dátové služby. Týmto parametrom sa približujeme k takým vyspelým trhom, ako je, napríklad, Francúzsko.

Všetky tieto údaje v historickom kontexte minulých rokov naznačujú, že nastolený trend je udržateľný a hodnota spoločnosti sa bude naďalej zvyšovať. Pri posudzovaní hospodárenia spoločnosti netreba zabúdať na fakt, že spoločnosť dokazuje vynikajúce výsledky v prostredí, kde sú ceny za poskytované služby niekoľkonásobne nižšie ako v krajinách západnej Európy, pričom technológie, ktorých odpisy tvoria podstatnú časť nákladov firmy, sa nakupujú za svetové ceny.

Náročné investičné zámery nás čakajú aj v nadchádzajúcom období. Vyžiada si ich nástup mobilných sietí tretej generácie. Som presvedčený, že manažment spoločnosti dokáže svoje investičné zámery obhájiť a aj naďalej zabezpečovať trvalý rast a rozvoj firmy.

Pri dosahovaní tohto cieľa možno naplno využiť príslušnosť firmy ku globálnej telekomunikačnej skupine Orange. Skúsenosti a výskumy z partnerských krajín pomáhajú slovenskému manažmentu a zamestnancom efektívnejšie prinášať novinky aj na náš telekomunikačný trh.

Celosvetová skupina Orange je priekopníkom niekoľkých technológií, ktoré čoskoro budú môcť využívať aj zákazníci na Slovensku. Vďaka programu Top Sourcing možno účinnejšie komunikovať s dodávateľmi a pri veľkých objednávkach pre celú skupinu zabezpečiť výrazné zľavy, prejavujúce sa aj na cenách mobilných telefónov pre našich zákazníkov.

Skupina Orange je v súčasnosti v štádiu príprav na vytvorenie medzinárodnej aliancie mobilných operátorov FreeMove, do ktorej by okrem členov skupiny Orange mali patriť aj operátori T-Mobile, Telecom Italia Mobile a Telefonica Móviles. Vytvorenie tzv. „domáceho prostredia“ (Virtual Home Environment) bude znamenať ďalšie výhody a viac pohodlia aj pre slovenských zákazníkov: každý z členov aliancie im poskytne rovnaké služby ako v domácej krajine, teda napríklad aj hlasovú poštu alebo užívateľský servis.

Podčiarkujeme minuloročný účet a s optimizmom hľadíme do budúcnosti. Orange Slovensko je zdravá, perspektívna firma, ktorá spolu s nami bez obáv vstupuje do Európy. Preto naša vďaka patrí manažmentu spoločnosti a všetkým jej zamestnancom, ktorí svojim pracovným nasadením a odhodlaním prispievajú k rozvoju firmy a k upevňovaniu jej vedúceho postavenia.

Ing. Ladislav Rehák  
predseda predstavenstva  
Orange Slovensko, a.s.

# Zvyšujeme náskok

Rok 2003, ktorý bilancujeme, sa zapísal do histórie pôsobenia spoločnosti Orange Slovensko dôležitými udalosťami a pozitívnymi výsledkami v rôznych oblastiach našej činnosti. S hrdosťou konštatujem, že naša firma opäť určovala trendy na slovenskom telekomunikačnom trhu a že stále kráčame o krok vpredu pred konkurenciou.



Ing. Pavol Lančarič, CSc.  
generálny riaditeľ

V roku 2003 sme vstúpili do šiesteho roka nášho komerčného pôsobenia na trhu. Hospodárske výsledky spoločnosti za toto obdobie sú skutočne veľmi pozitívne a opäť potvrdili trend zvyšovania náskoku pred konkurenciou v takmer všetkých ukazovateľoch. Celkový počet zákazníkov našej spoločnosti vzrástol medziročne o viac ako pätinu a ku koncu roka naše služby využívalo viac ako 2 060 000 zákazníkov. Znamená to, že sme v tomto roku dosiahli ďalšiu dôležitú metú – naše služby využíva viac ako 2 milióny klientov. Využili sme všetky cesty, ako získavať nových zákazníkov. Príkladom efektívnosti našej práce je nový užívateľský program Paušál 30 mini, ktorý sa stal najúspešnejšou komerčnou ponukou v našej histórii. V uplynulom roku si ho aktivovalo 163 tisíc užívateľov z radov nových zákazníkov, ako aj spomedzi užívateľov predplatenej služby Prima.

Mimoriadnym úspechom je vývoj štruktúry zákazníckej bázy v prospech faktúrovaných užívateľov, ktorí v súčasnosti tvoria až 45% celkového počtu aktívnych zákazníkov. V roku 2003 prešlo z predplatených služieb na niektorý z užívateľských programov spolu takmer 130 tisíc užívateľov a zároveň sme získali viac ako 230 000 faktúrovaných zákazníkov, ktorí začali naše služby využívať prvýkrát alebo predĺžili svoj kontrakt.

Celkový obrat spoločnosti Orange Slovensko vzrástol v minulom roku medziročne na takmer 16,3 miliardy korún (o 21%) a vygenerovali sme zisk pred zdanením, odpismi a úrokmi (EBITDA) vo výške viac ako 6,9 miliardy korún.

Zlatou pečaťou, ktorá potvrdila naše úspechy na trhu, bolo ocenenie Firma roka 2003. Úspech je o to sladší, že sme tento prestížny titul získali ako prvá firma zo sektora služieb.

Sme si vedomí, že úspešnosť nášho podnikania úzko súvisí so spokojnosťou našich zákazníkov. Preto investujeme nemalé prostriedky do rozširovania a zvyšovania kvality našej siete a do nákupu nových technológií, ktoré podporujú inovatívne služby. V minulom roku sme preinvestovali takmer 3,4 miliardy korún. Tieto financie sú príslubom a zároveň zárukou, že Orange Slovensko ani v budúcnosti „nestratí dych“. V súčasnosti signál našej siete pokrýva 98,6% populácie Slovenskej republiky a 85,6% jej územia. Pripravujeme uvedenie nových produktov, zvlášť v segmente dátových služieb a pri príprave niektorých tesne spolupracujeme s kolegami z iných krajín, ktoré patria do našej globálnej skupiny.

Veľký dôraz kladieme na komunikáciu s našimi zákazníkmi. Pravidelne ich oslovujeme rozličnými tradičnými i netradičnými spôsobmi – od televíznej reklamy až po osobné listy. O tom, že naša komunikácia je skutočne úspešná, svedčí stále stúpajúca znalosť našej značky, ako i to, že v myšliach väčšiny obyvateľov Slovenska je v segmente telekomunikačných služieb na prvom mieste Orange Slovensko.

Teší nás, že aj pomerne krátky čas, počas ktorého sme členmi globálnej skupiny Orange, nám stačil na to, aby sme sa stali jej veľmi aktívnym a uznávaným členom. Toto konštatovanie potvrdzuje aj vyjadrenie najvyššieho výkonného orgánu na zasadnutí Výkonného výboru skupiny na Slovensku: „V súčasnosti je Orange Slovensko jedným z najúspešnejších operátorov v skupine. Zasadnutie Výkonného výboru sa prvýkrát konalo na Slovensku, čo dokazuje strategickú úlohu slovenskej pobočky v skupine Orange.“

Ako kľúčový hráč na trhu si uvedomujeme, že našou činnosťou ovplyvňujeme nielen našich zákazníkov, ale i širokú škálu partnerov, dodávateľov, našich zamestnancov, akcionárov a v neposlednom rade komunitu, v ktorej pôsobíme. Vieme, že našou povinnosťou je správať sa zodpovedne ku všetkým partnerom, s ktorými spolupracujeme. Stále hľadáme cesty, ako uspokojovať ich potreby a kultivovať vzájomné vzťahy. Jednou z nich je iniciatíva globálnej skupiny Orange pod názvom Korporatívny program spoločenskej zodpovednosti, ku ktorej sme sa v tomto roku pripojili aj my. Popri mnohých iných úlohách, ktoré na trhu plníme, je tento program pre nás ďalšou výzvou. V uplynulom roku sme pripravili už niekoľko projektov a stanovili viacero úloh v súlade so stratégiou Korporátneho programu spoločenskej zodpovednosti, ktoré budeme plniť aj v roku 2004.

Úspechy, ktoré sme v uplynulom roku dosiahli, sú výsledkom schopností, obetavosti a nadšenia našich zamestnancov. Ich prácu si mimoriadne vážime a sme hrdí na to, že môžeme spolupracovať s jedným z najtalentovanejších tímov na Slovensku, ktorý dokáže plniť náročné úlohy súčasnosti a zároveň vytvárať predpoklady pre ďalší úspešný rozvoj spoločnosti Orange Slovensko.

Ing. Pavol Lančarič, CSc.  
generálny riaditeľ  
Orange Slovensko, a.s.

# Orange Slovensko v roku 2003



## január 2003

- uvedenie novej informačnej služby Dopravné správy rádia Expres
- spustili sme novú Gigabit Ethernet sieť na báze optických vlákien
- spoločnosť Orange Slovensko sa stala finalistom prestížneho medzinárodného festivalu reklamy New York Fests International Television & Cinema Advertising s reklamnými televíznymi spotmi Echo a SMS

## február 2003

- Orange sprístupnil dátový roaming s prenosom dát technológiou GPRS v sieti českého operátora Eurotel Praha a rakúskej siete One operátora Connect Austria
- Orange Slovensko ako jeden z prvých operátorov na svete umožnil posielanie obrazových správ (MMS) aj do zahraničia a v roamingu

## marec 2003

- naša spoločnosť darovala svojim verným klientom 25 bezplatných SMS správ
- Orange Slovensko pripravil jedinečnú akciu - dva nové mobilné telefóny pri podpise jednej novej zmluvy
- na konferencii Mobility forum sme predstavili Dátové paušály - prvú konsolidovanú ponuku na Slovensku pre dátové prenosi
- v súťaži Zlatý klinec sme získali bronzový klinec za TV spot "Vietor" a TV spot "Toaleta", strieborný klinec za TV spot "Prehováranie"

#### apríl 2003

- uvedenie novej služby Doplnkové minúty
- výrazné zníženie cien za volania zo siete Orange Slovensko do zahraničia
- počas MS v hokeji vo Fínsku mohli zákazníci získavať aktuálne informácie prostredníctvom obrazových a SMS správ

#### máj 2003

- nový spôsob navýšenia kreditu na Prima karte – služba Prenos kreditu
- uvedenie dvoch nových lokalizačných služieb – Nájdi mesto a ulicu, Nájdi moju polohu
- spoločnosť Orange Slovensko oznámila, že počet jej zákazníkov v prvom štvrtroku vzrástol medziročne takmer o štvrtinu
- uvedenie nového Paušálu 30 mini pre lacnejšie telefonovanie v sieti Orange aj na pevné linky ST
- uvedenie novej vysokokapacitnej ústredne v Bratislave
- akcionári spoločnosti Orange Slovensko prvýkrát od jej založenia rozhodli o vyplatení dividend v celkovej výške 1 miliardy korún
- uvedenie služby Register zmeškaných hovorov cez SMS

#### jún 2003

- v rámci pomoci regiónom spoločnosť ponúkla možnosť podpory nápadov na realizáciu voľnočasových aktivít mladých ľudí v hodnote 3 000 000 korún
- spoločnosť oznámila, že uzavrela kontrakt na dodávku mobilných hlasových služieb a služieb pevnej dátovej siete so Sociálnou poisťovňou

#### júl 2003

- naša spoločnosť v spolupráci so systémovým integrátorom, spoločnosťou X-net, spol. s r.o., ako prvý telekomunikačný operátor na Slovensku oznámila úspešné ukončenie testovacej prevádzky komunikačného riešenia založeného na technológii GPRS pre autorizáciu platobných transakcií prostredníctvom platobných terminálov Tatra banky, a.s.

#### august 2003

- predstavenie najpružnejšieho profilu Prima variant – Prima variant dnes

#### september 2003

- nový mesačný program Paušál 80 my pre výhodné volania v rámci siete Orange Slovensko
- v spolupráci s rádiom Twist uvedenie ďalšej informačnej služby Spravodajstvo 9994
- predstavenie novej, prehľadnejšej a atraktívnejšej internetovej stránky www.orange.sk
- zriadenie špeciálneho informačného servisu pri príležitosti návštevy pápeža Jána Pavla II.
- Orange Slovensko oznámil, že prispeje na projekty, ktoré posilňujú pozitívne trendy vo vzdelávacom systéme základného školstva, sumou 3 000 000 korún
- naša spoločnosť spolu s partnermi iniciuje filantropický projekt Kluby darcov

#### október 2003

- návšteva najvyšších predstaviteľov spoločnosti Orange S.A. na čele s generálnym riaditeľom skupiny pánom Solomonom Trujillom, prvýkrát v histórii skupiny Orange sa stretnutie najvyššieho výkonného výboru konalo v SR
- Orange Slovensko ako prvý operátor ponúka výhodnejšie volania medzi pobočkami nadnárodných firiem, pôsobiacich na Slovensku prostredníctvom služby Medzinárodná hlasová privátna sieť
- počet zákazníkov našej siete dosiahol hranicu 2 000 000
- vyhlásili sme najväčšiu SMS hru v histórii slovenského telekomunikačného trhu o ceny v hodnote 10 000 000 Sk, účastníci sa pokúsili odhadnúť počet našich zákazníkov k 19. decembru 2003

#### november 2003

- uvedenie novej služby Pohľadnica
- vyhlásenie výsledkov fotografickej súťaže pre klientov
- týždenník Trend udelil spoločnosti Orange Slovensko prestížne ocenenie Firma roka 2003

#### december 2003

- naša spoločnosť v rámci charitatívneho projektu Darujte Vianoce už druhýkrát venovala 1 000 000 korún na realizáciu nápadov, ktoré pomohli sociálne slabšej skupine spoluobčanov prežiť príjemné vianočné sviatky
- získali sme certifikát softvérovej čistoty
- zákazníkom sme ponúkli možnosť lacnejších volaní do zahraničia počas sviatkov
- mobilná sieť Orange Slovensko spracovala počas Štedrého večera a vianočných sviatkov rekordný počet 81,9 milióna SMS správ a 26,7 milióna hovorov
- ako prvý mobilný operátor na Slovensku sme od nového roka umožnili prístup na internet takmer bez hraníc prostredníctvom služby Internet cez mobil (GPRS) 1000
- ukončenie ročného projektu výstavby nových BTS pre pokrytie GSM. Ich počet vzrástol o 171 nových BTS, čo je najviac od začiatku spustenia komerčnej prevádzky v roku 1997



# Telekomunikačný trh na Slovensku v roku 2003



Mobilná komunikácia na Slovensku, podobne ako v ostatných krajinách celého sveta, v priebehu šiestich rokov dokázala to, čo sa nepodarilo žiadnej inej novej technológii: stala sa bežnou a neoddeliteľnou súčasťou pracovného i rodinného života pre takmer 65% populácie. A Orange Slovensko je aktívne „pri tom“.

Ako líder na slovenskom telekomunikačnom trhu sme sa prepracovali do pozície, ktorá je nielen dôvodom k spokojnosti, ale aj výzvou udržať si ju. Stratégia rozvoja spoločnosti, ktorú uplatňujeme, sa v minulých obdobiach ukázala ako správna, a potvrdili sme aj skutočnosť, že dokážeme flexibilne reagovať na aktuálnu situáciu na trhu.

V uplynulom roku sme sa v súvislosti s upevňovaním našej pozície zamerali na niekoľko kľúčových bodov.

Prvým z nich bolo získavanie nových klientov z radov tých obyvateľov, ktorí ešte mobilnú komunikáciu nevyužívajú. Vzhľadom na nasýtenosť trhu sa ich počet postupne znižuje, no my sme v tejto oblasti boli opäť úspešnejší ako konkurencia: z celkového počtu 1 381 296 nových aktivácií patrí spoločnosti Orange Slovensko 794 393, z toho 361 549 bolo zmluvných zákazníkov – užívateľov niektorého z predplatených programov Paušál a 432 844 sa rozhodlo pre využívanie predplatenej Prima karty. Počet našich aktívnych zákazníkov sa tak oproti roku 2002 zvýšil o 20%. V októbri 2003 sme úspešne prekročili ďalšiu métu – počet klientov, využívajúcich naše služby, prekročil hranicu dvoch miliónov a do konca roka dosiahol hodnotu 2 065 298. Na slovenskom trhu s aktuálnou penetráciou asi 65% sme dosiahli podiel 59% a v uplynulom roku sme dosiahli najrýchlejšie tempo rastu podielu zákazníkov s mesačným programom.

Pri získavaní nových zákazníkov sme „stavili“ na osvedčenú kartu: pripraviť im výhodné ponuky, ktoré predbiehajú konkurenciu, správne ich načasovať a komunikovať. Popri už tradičných akvizíčných ponukách (mobilné telefóny za výrazne nižšie ceny, bezplatné telefonovanie a SMS správy na určité obdobie, zvýhodnené hovory v čase sviatkov a pod.) sme priniesli aj novinky: noví zákazníci získali na jedno fakturačné obdobie toľko predplatených minút, koľko ponúkame v o stupeň vyššom Paušáli. Veľký úspech u našich klientov zaznamenala aj najväčšia SMS hra v dejinách slovenského telekomunikačného trhu o ceny v hodnote takmer 10 000 000 Sk, v ktorej účastníci tipovali, koľko aktívnych zákazníkov bude mať Orange Slovensko k určenému dátumu.

Aj v oblasti predplatenej služby Prima sme tradičné akvizíčné akcie (Prima balík s cenovo výhodným telefónom a darčekom) dopĺňali novými, originálnymi službami, najmä v oblasti ponuky Prima variantov.

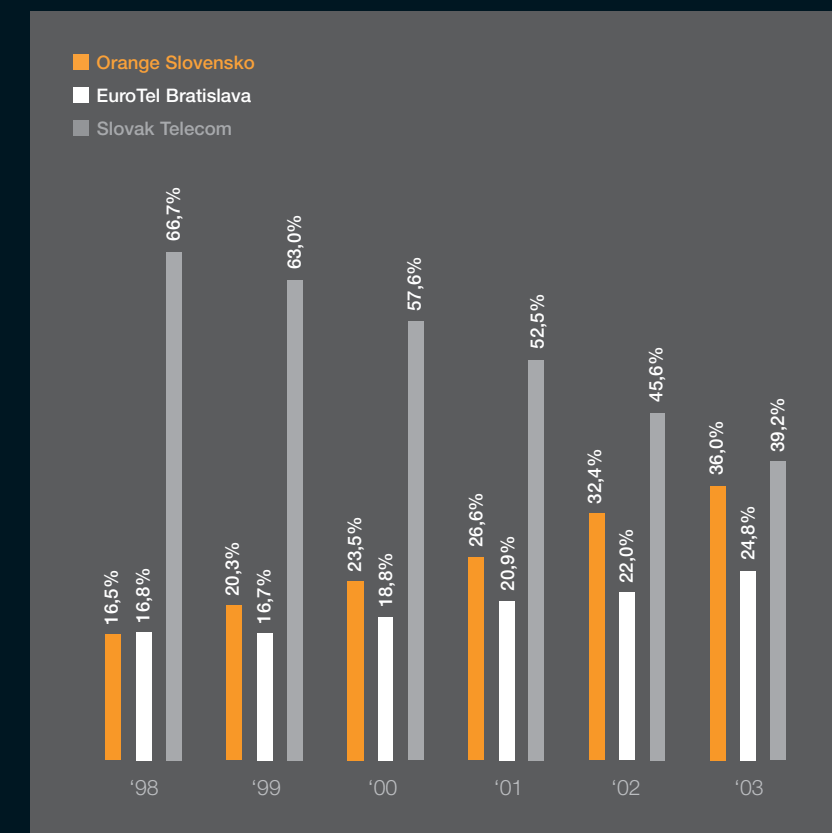
Pre rast našej spoločnosti je dôležité nielen rozširovať počet aktívnych zákazníkov, ale aj udržať si lojalitu existujúcich klientov a budovať si s nimi vzájomne výhodný partnerský vzťah. Okrem špeciálnych programov sme stálych zákazníkov pravidelne oslovovali na konci platnosti Dodatku k zmluve a prinášali im aj ďalšie možnosti. Veľký ohlas zaznamenala komerčná ponuka Dva telefóny na jednu zmluvu. Verní zákazníci pri podpise jednej novej zmluvy dostali až dva mobilné telefóny.

Po dôkladnej analýze trendov mobilnej komunikácie na Slovenskom trhu sme si určili za cieľ ponúknuť našim zákazníkom s predplatenou službou Prima také produkty a podmienky, ktoré by ich presvedčili prejsť na niektorý z užívateľských programov. Dôležitú úlohu tu zohral nový účastnícky program Paušál 30 mini, ktorý sme v máji a v septembri 2003 na obmedzený čas zaradili do našej ponuky. Ponúkli sme tak zákazníkom s menšími komunikačnými nárokmi nielen možnosť cenovo výhodnejších hlasových služieb v sieti Orange Slovensko, ale aj veľmi výhodných volaní do pevnej siete Slovenských telekomunikácií. Z celkového počtu 129 450 zákazníkov, ktorí v roku 2003 prešli z prepaidových služieb na postpaidové, si Paušál 30 mini aktivovalo až 44%. Aj vďaka tomu je štruktúra našich účastníkov v porovnaní s konkurenciou vyvázenejšia a zodpovedá predstávam spoločnosti Orange Slovensko o ďalšom rozvoji slovenského telekomunikačného trhu.

Ďalší potenciál rastu, ktorý sme na začiatku roku identifikovali, má oblasť firemných zákazníkov. Preto sme aj túto časť našej klientely oslovovali novými službami a výhodnými podmienkami používania našich služieb. A výsledky sa dostavili: až 70% firiem, ktoré na Slovensku využívajú mobilnú komunikáciu, sú zákazníkmi spoločnosti Orange Slovensko.

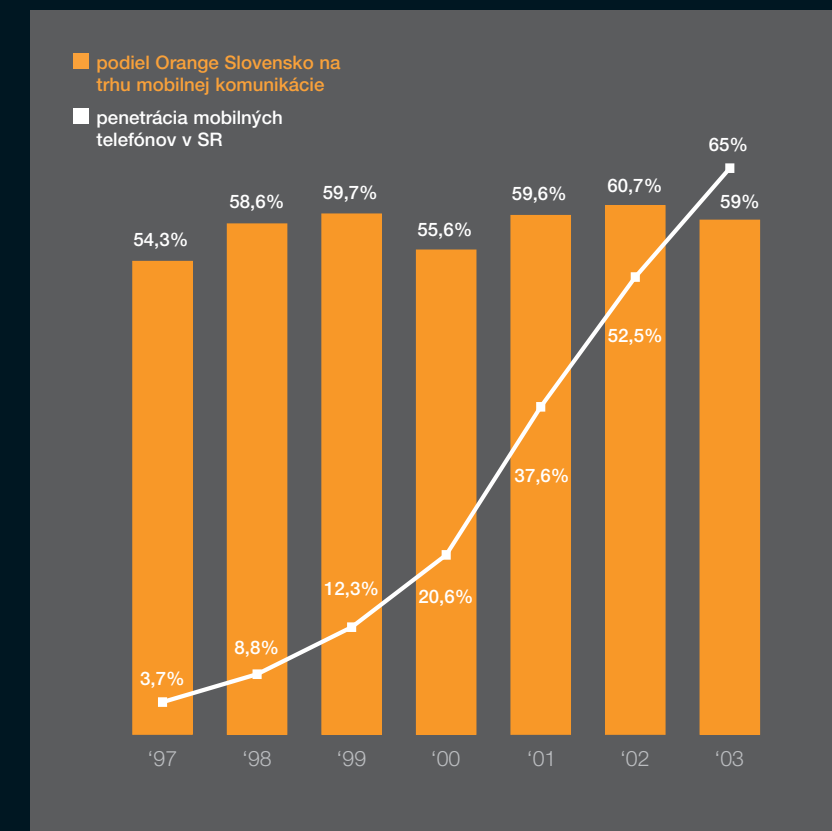
## vývoj podielu Orange Slovensko na tržbách telekomunikačného sektoru v SR v rokoch 1998-2003

Spoločnosť Orange Slovensko v priebehu svojej existencie každý rok zaznamenáva nárast podielu z tržieb na slovenskom telekomunikačnom trhu. Dôležité je spomenúť vyváženosť a kontinuitu tohto nárastu, čo je zárukou upevňovania vynikajúcej pozície spoločnosti.



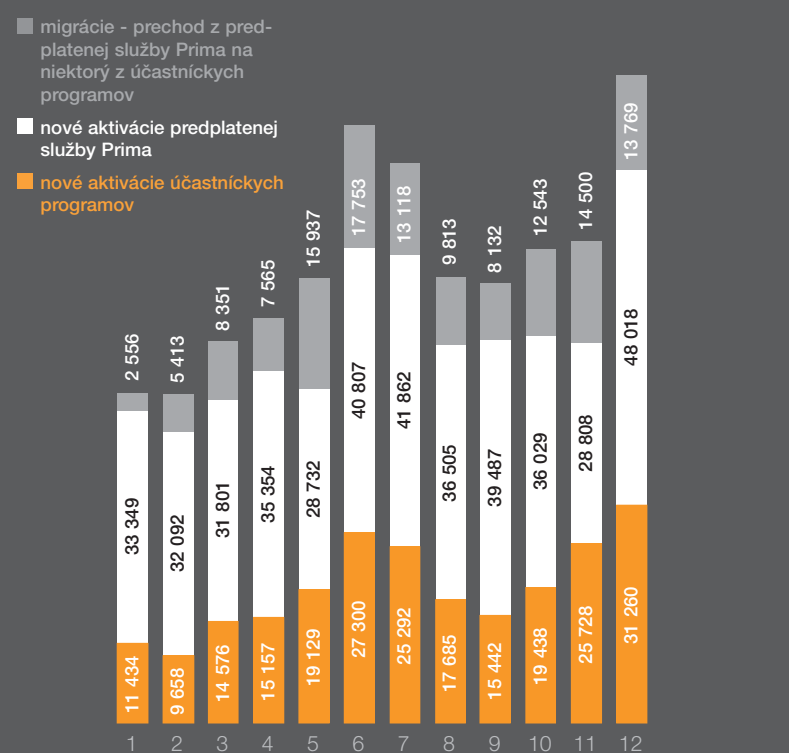
## vývoj penetrácie mobilných telefónov a podielu na trhu mobilnej komunikácie podľa počtu aktívnych zákazníkov v SR v rokoch 1997-2003

V roku 2003 sa penetrácia slovenského trhu opäť zvýšila, a to o 12,5%, takže dosiahla hodnotu 65%. Nárast počtu užívateľov mobilnej komunikácie sa oproti predchádzajúcim rokom opäť spomalil, no Orange Slovensko si dokázal udržať svoje vedúce postavenie na trhu mobilnej komunikácie.



## skvalitňovanie štruktúry zákazníkov v roku 2003

Aj keď je v oblasti mobilnej komunikácie celosvetovým trendom prevaha užívateľov predplatených kariet, spoločnosť Orange Slovensko sa usiluje o neustále zvyšovanie podielu klientov s užívateľskými programami. V roku 2003 toto úsilie, podporené špeciálne pripravenými produktmi ako Paušál 30 mini a pod., prinieslo svoje ovocie v podobe nárastu počtu užívateľov, ktorí migrovali z predplatenej služby Prima na účastnícky program. Tieto migrácie kladne vplývajú na skvalitňovanie štruktúry našich zákazníkov i na samotný hospodársky výsledok.



Pri hľadaní ďalších možností rozvoja našej spoločnosti sme nezabudli ani na najperspektívnejšiu časť našich služieb: na dátové služby pre širokú verejnosť i pre firemných zákazníkov. Vďaka skvalitňovaniu technológií sme v priebehu roku zaznamenávali postupný nárast objemu dát prenesených prostredníctvom GPRS. Našimi dátovými klientmi sú aj také významné subjekty ako Sociálna poisťovňa, Národná banka Slovenska, Zentiva, Neusiedler/SCP a ďalšie.

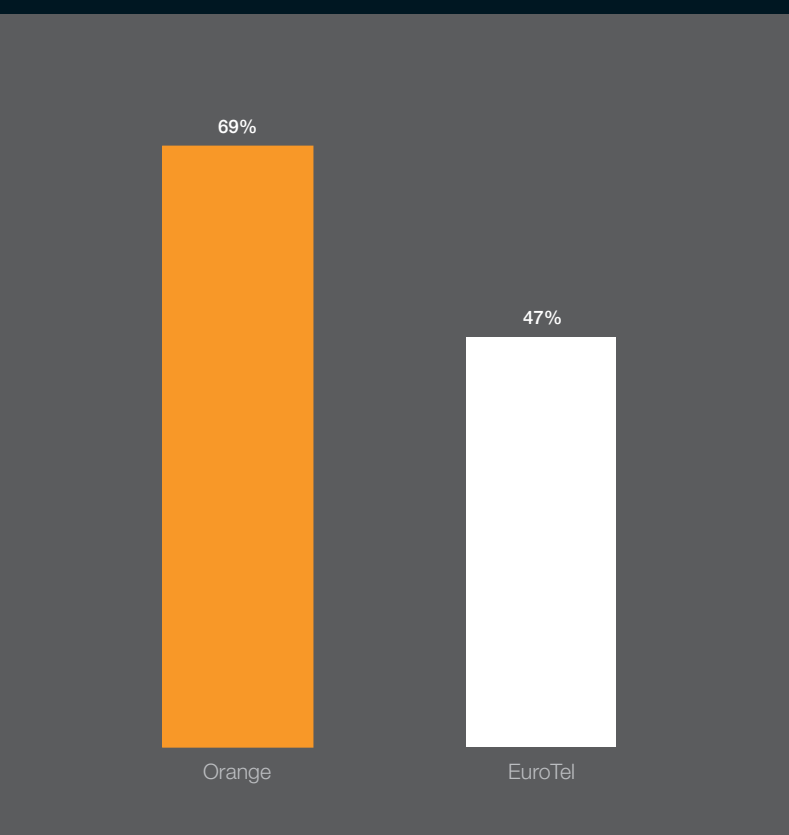
Veľmi nás teší, že podľa výsledkov syndikovaného prieskumu agentúry NFO AISA, ktorý vznikol na základe spoločného zadania troch najväčších telekomunikačných spoločností na Slovensku, takmer 70% firiem na Slovensku využíva hlasové a dátové služby našej spoločnosti. Našou ostatnou akvizíciou v tejto oblasti bola spoločnosť PSA Peugeot Citroen, ktorá si Orange Slovensko vybrala vo výberovom konaní koncom roku 2003.

Na slovenskom telekomunikačnom trhu sme siedmy rok. Za tento čas sme dosiahli významné úspechy, získali skúsenosti a vedúce postavenie. Toto všetko spolu s odhodlaním každého z nás byť vo svojej práci najlepší je zárukou toho, že Orange Slovensko bude i v ďalších rokoch jednotkou na trhu i jednotkou v myšliach zákazníkov.

## trhový podiel na korporátnom segmente

Dôležitým ukazovateľom v oblasti portfólia klientov mobilnej komunikácie je počet korporátnych klientov. V roku 2003 využívalo služby spoločnosti Orange Slovensko takmer 70% slovenských firiem. Našou výhodou pri poskytovaní tohto druhu služieb je využívanie vlastnej infraštruktúry, čo našim klientom zaručuje výhodné ceny a stabilne vysokú kvalitu služieb.

Keďže viaceré firmy využívajú služby oboch operátorov, súčet podielov je viac ako 100%.



# Sme členmi globálnej skupiny Orange



Pri vstupe do celosvetovej skupiny Orange sme všetci očakávali, čo nám i našim zákazníkom tento krok prinesie. Zároveň sme si uvedomovali, že ak chceme byť skutočne platnými členmi, musíme nielen prijímať, ale aj dávať: deliť sa o skúsenosti, nápady, inšpirovať ostatných členov skupiny. Sme veľmi radi, že sa nám v krátkom čase podarilo zaradiť sa medzi uznávaných členov skupiny a že Orange Slovensko, podľa vyjadrení najvyšších predstaviteľov Orange S.A., zohráva významnú strategickú úlohu.

Značka Orange vznikla v roku 1994 vo Veľkej Británii s ambíciou vstúpiť do novovznikajúceho, no zároveň veľmi dynamického odvetvia, akým mobilná komunikácia je, s hodnotami, ktoré zodpovedajú požiadavkám zákazníkov na konci jedného a začiatku ďalšieho milénia. Značka sa ujala a začala rásť. Dnes sa Orange nachádza v tzv. tretej etape svojho vývoja. I naďalej túto značku celosvetovo sprevádza pozitívne myslenie, viera v budúcnosť. No v tejto perióde rozvoja sa ešte väčší dôraz kladie na zákazníka, ktorý je v centre úsilia celej spoločnosti. Preto je úlohou každej národnej pobočky Orange dokonalé poznanie svojho klienta z hľadiska jeho komunikačných potrieb. Len tak budeme i naďalej schopní vytvárať služby, ktoré zodpovedajú jeho aktuálnym potrebám.

Ďalšou úlohou všetkých členov skupiny je kontinuálne zvyšovanie kvality technických kapacít, dôkladné poznanie trhu, vylepšovanie portfólia produktov a v neposlednom rade pozitívne ekonomické výsledky. A, samozrejme, na prvom mieste zostáva budovanie osobného prístupu ku každému zákazníkovi.

Orange Slovensko dôsledne dodržiava strategické zámery celosvetovej skupiny v každej oblasti, no zároveň využíva otvorený priestor pre vlastnú tvorivosť. Skupina Orange totiž rešpektuje lokálne zvláštnosti trhov a špecifické potreby a zvyklosti zákazníkov v jednotlivých krajinách, ktoré najlepšie poznajú lokálne pobočky.

Aktívne sa zapájame do globálnych projektov. V minulom roku sme spoluvytvárali novú službu Orange World, ktorá bude fungovať vo všetkých krajinách skupiny. Pravidelne sme predstavovali naše originálne projekty a delili sme sa o know-how s ostatnými členmi. Na druhej strane, vďaka spolupráci s ostatnými členmi skupiny, si v krátkom čase budú môcť naši zákazníci vyskúšať mnohé z noviniek, ktoré Orange predstaví na globálnej úrovni.

Skupina Orange počas svojej existencie vytvorila jedinečnú, vizuálne nezameniteľnú komunikáciu so svojimi klientmi. Orange Slovensko nielenže dokázal úspešne aplikovať tento štýl v slovenskom prostredí, ale posunul ho ešte ďalej. Naša nadlinková komunikácia (televízna reklama, inzercia, billboardy a pod.) si získala nielen ocenenie skupiny, ale aj na medzinárodných a národných festivaloch reklamy.

Vieme, kto sme, a vieme, kam smerujeme. Dokážeme brať i dávať. Orientujeme sa vo svete a dokonale poznáme svoj lokálny trh. Máme dostatok chuti pracovať a veríme v budúcnosť. Jednoducho – sme platnými členmi globálnej skupiny Orange.

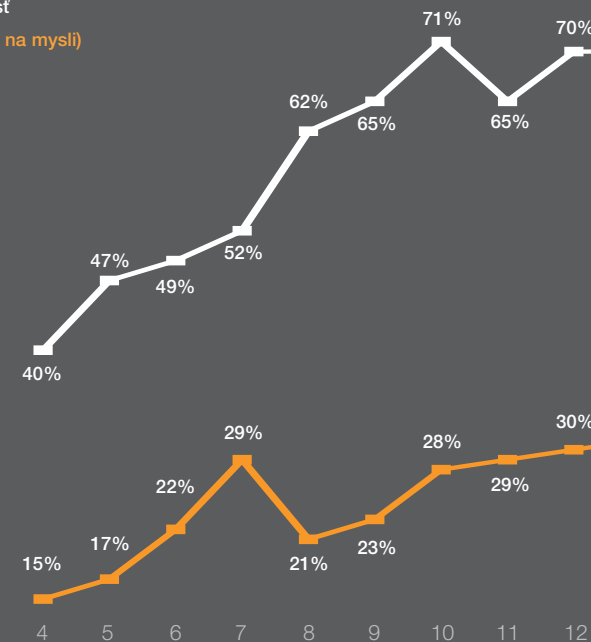
## znalosť značky

Znalosť značky Orange v priebehu rokov postupne rastie. Vďačíme za to nielen správne zvolenej stratégii a spôsobu komunikácie, ale aj precíznej výstavbe medzinárodnej značky Orange na Slovensku. Dnes možno tvrdiť, že v oblasti komunikácie s našimi klientmi Orange vytvoril nezameniteľný, jedinečný štýl a že si našiel na slovenskom trhu pevné miesto. Značka Orange dosiahla pozoruhodné výsledky už rok po svojom uvedení na slovenský trh. Potvrdzujú to aj pravidelné prieskumy, v ktorých ukazovateľ Top of Mind (prvá na mysli v rámci spontánnej znalosti značky) dosahoval v priemere 40%, zatiaľ čo konkurencia dosahovala v priemere o 10% menej.

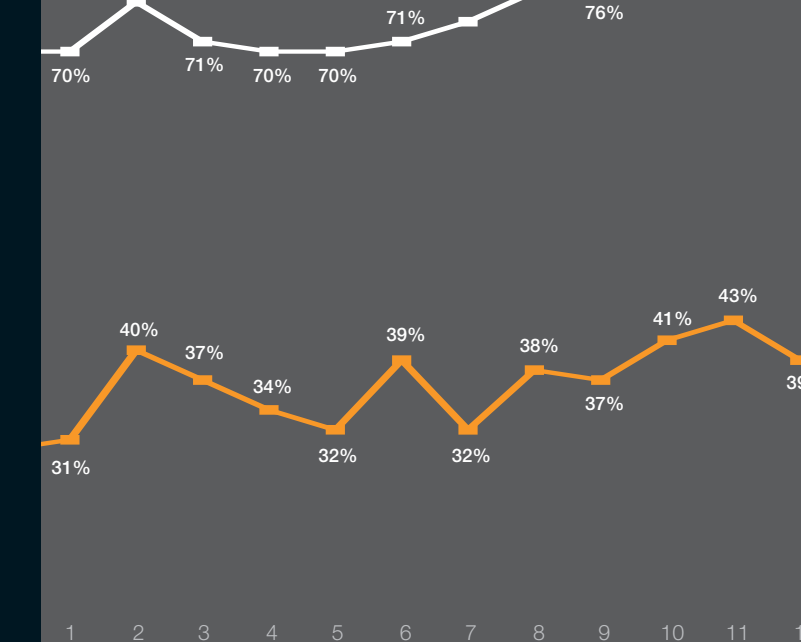
Zdroj:  
Marketingový prieskum 01/2004, vzorka 1 000 obyvateľov SR.

2002

■ spontánna znalosť  
■ top of mind (prvá na mysli)



2003



# Nové služby - vyššia kvalita pre našich zákazníkov



V období, ktoré hodnotíme, sme v súlade s globálnou stratégiou skupiny Orange pripravili a uviedli do života bohatú ponuku nových hlasových služieb i dátových riešení, a to nielen pre postpaidových a prepaidových zákazníkov, ale aj pre korporátnych klientov. Uvedeniu týchto noviniek predchádza dôsledná príprava ich technického zabezpečenia.

Spoločnosť Orange Slovensko pozorne sleduje potreby klientov a prináša im riešenia, ktoré zodpovedajú ich meniacim sa potrebám. Zákazníkom, ktorí nemajú vysoké komunikačné nároky, no chcú používať účastnícky program, sme v obmedzenom čase ponúkli možnosť aktivácie Paušálu 30 mini s predplatenými 30 minútami na výhodné volania do všetkých sietí vrátane pevnej siete ST. Program si získal veľkú obľubu, preto sme túto ponuku v priebehu roka zopakovali. Pre tých klientov, ktorí najviac telefonujú v našej sieti, sme pripravil Paušál 80 my. Ak zákazník potrebuje navyše len niekoľko predplatených minút, no kvôli nim sa mu neoplatí prechádzať na vyšší program, môže využiť službu Doplnkové minúty.

V uplynulom roku sme rozšírili možnosti bohato využívaných lokalizačných služieb. Do ponuky pribudli služby Nájdi mesto a ulicu a Nájdi moju polohu a od mája môžu účastníci prijímať výsledky lokalizácie aj vo forme obrazových správ.

Mobilný telefón v sieti Orange Slovensko sa postupne stáva skutočne univerzálnym komunikačným nástrojom. V priebehu roka si totiž službu Obrazové správy (MMS správy) aktivovalo až 120 000 zákazníkov, ktorí spolu odoslali takmer 1 000 000 obrazových správ. Na podporu tejto atraktívnej služby sme našim zákazníkom umožnili ich odosielanie bezplatne, a to takmer tri mesiace. Do ponuky mobilných telefónov sme postupne zaraďovali čoraz viac modelov s podporou tejto služby. Postupne sme rozšírili jej možnosti: obrazové správy možno odosielať aj do a zo zahraničia.

Na komunikáciu so zahraničím môžu naši klienti využívať cenovo veľmi výhodné Medzinárodné hovory. Táto služba úplne nahradila dovtedajšiu Medzinárodnú linku G 1.

Obohatili sme aj ponuku informačných služieb. Priniesli sme službu Dopravné správy (informácie o doprave na celom území Slovenska), Spravodajstvo 9994 (možnosť vypočítať si aktuálne spravodajstvo). Naším zákazníkom sme bezplatne aktivovali službu Register zmeškaných hovorov. Ak majú vypnutý mobilný telefón alebo sú mimo dosahu siete, vo chvíli, keď sa znovu zapoja do siete Orange Slovensko, SMS správou im doručíme zoznam hovorov, ktoré k nim smerovali v čase nedostupnosti.

Zaujímavou možnosťou, ktorá pribudla k zábavným službám, je poslanie pohľadnice na Slovensko alebo do zahraničia. Zákazník zašle vlastnú obrazovú správu spolu s adresou prijímateľa na určené číslo a v určenom tvare a správa bude „pretransformovaná“ na klasickú pohľadnicu aj s textom. Vďaka rozšíreniu možností technológie GPRS aj na roaming možno pohľadnice posielat' aj zo zahraničia.

Naši zákazníci vysoko oceňovali flexibilitu, s ktorou sme reagovali na významné udalosti, čo hýbali našou krajinou. Príkladom je návšteva pápeža, pre ktorú sme pripravili špeciálny informačný servis, alebo i MS v hokeji, keď naši zákazníci mohli získavať aktuálne informácie aj prostredníctvom SMS správ, aj obrazových správ.

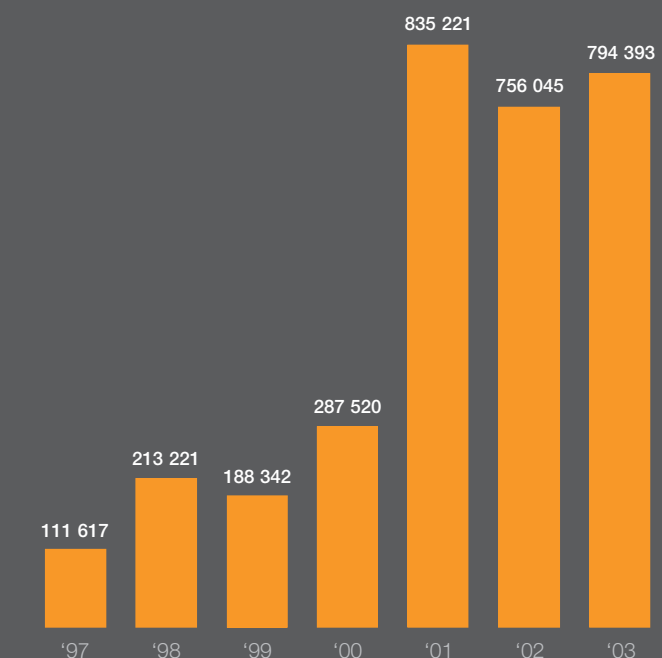
Klientom s predplatenou kartou Prima sme ponúkli ďalší spôsob navýšenia alebo obnovy kreditu prenosom z jednej karty na druhú, ako aj možnosť dobíjať si kredit v sieti bankomatov VÚB. Rozšírili sme i ponuku profilov o najflexibilnejší profil Prima variant dnes pre cenovo výhodné telefonovanie a posielanie SMS správ v priebehu jedného dňa.

V minulom roku sa potvrdila skutočnosť, že naši klienti v čoraz vyššej miere využívajú mobilný telefón v sieti Orange aj ako zdroj zábavy. Preto sme výrazne obohatili ponuku hier, a to nielen tých, ktoré sa hrajú prostredníctvom SMS správ, ale aj Java a wapových hier. Zaujímavé ceny sú iste lákadlom pre všetky vekové kategórie.

V oblasti dátových služieb sme v spolupráci so zmluvnými zahraničnými partnerskými sieťami priniesli možnosť využívania služieb na báze technológie GPRS aj v zahraničí, a to za rovnaké ceny ako v našej sieti.

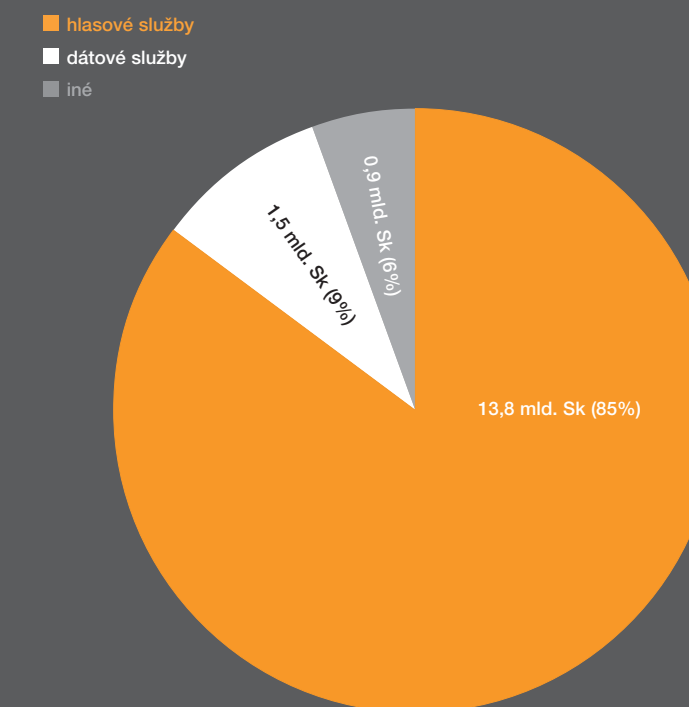
počet nových  
aktivácií  
v jednotlivých  
rokoch

Rok 2003 potvrdil naše predpoklady v oblasti nasýtenosti slovenského trhu s mobilnou komunikáciou. Napriek tomu si Orange Slovensko udržal svoje vedúce postavenie.



štruktúra výnosov  
v roku 2003

Údaje spracované podľa štandardov US GAAP.



V uplynulom roku sme ako prvý slovenský operátor uviedli na trh konsolidovanú ponuku dátových paušálov, určenú pre dátové prenosy zákazníkov s vyššími telekomunikačnými potrebami. Balíky predplatených služieb umožňujú dátovú komunikáciu prostredníctvom viacerých technológií dostupných v sieti GSM. Výhodou našich dátových paušálov je zriadenie prístupového miesta na internet.

Pri ponuke nových služieb sme nezabúdali ani na firemných zákazníkov. Medzi lokalizačné služby sme zaradili službu Manažment zdrojov na monitorovanie pohybu zásielok či služobných vozidiel prostredníctvom mobilných telefónov v našej sieti a internetu. V priebehu roka sa rozšírili aj možnosti tejto služby o lokalizáciu prostredníctvom satelitného navigačného systému GPS.

Orange Slovensko ako prvá spoločnosť na Slovensku ponúkla nadnárodným spoločnostiam, pôsobiacim aj na území Slovenska, unikátne riešenie - Medzinárodnú hlasovú privátnu sieť. Táto služba dáva priestor na vytvorenie vlastnej uzavretej skupiny mobilných telefónov a pevných liniek pripojených na pobočkovú ústredňu a stanoviť si presné pravidlá komunikácie vrátane výhodnejších cien za volania v rámci tejto skupiny. Služba je určená najmä veľkým spoločnostiam s významným podielom volaní do zahraničia.

V súvislosti s uvedením Paušálu 30 mini sme firemným zákazníkom a podnikateľom, využívajúcim viac ako 3 SIM karty, dali možnosť aktivovať si ďalšiu SIM kartu a za každú z nich získať samostatnú SIM kartu s aktivovaným Paušálom 30 mini a novým mobilným telefónom zadarmo.

V júni 2003 sme zaznamenali významný úspech, keď sme zvíťazili vo výberovom konaní na dodávku hlasových služieb a služieb pevnej dátovej siete, ktoré vypísala Sociálna poisťovňa. Tento dôležitý moment potvrdil fakt, že naše služby sú špičkou na slovenskom trhu.

Na konci júla sme ako prvý slovenský telekomunikačný operátor oznámili úspešné ukončenie testovacej prevádzky komunikačného riešenia založeného na technológii GPRS pre autorizáciu platobných transakcií prostredníctvom platobných terminálov Tatra banky. Ich užívatelia tak dosiahnu významné, až 95% úspory na mesačných nákladoch za pripojenie, a to pri zachovaní kvality, spoľahlivosti a rýchlosti pripojenia.

Naším zákazníkom sme vyšli v ústrety aj reštrukturalizáciou našej internetovej stránky, ktorá je úzko prepojená s niektorými službami. Bola sprehľadnená a zároveň sme zjednotili korporátnu stránku [www.orange.sk](http://www.orange.sk) s portálom [www.orangeportal.sk](http://www.orangeportal.sk). Dnes na nej okrem podrobných informácií o našej spoločnosti, všetkých ponukách a službách ponúkame SMS bránu, službu Kontrola spotreby pre klientov s účastníckymi programami, zasielanie a ukladanie obrazových správ, možnosť notifikácie nových e-mailov a mnoho ďalších informácií a možností. V sekcii pre firemných zákazníkov je prístup k aplikáciám služby Manažment zdrojov, Kontrola firemnej spotreby, Správa firemnej komunikácie a ďalšie služby.

Aj tento rok potvrdil skutočnosť, že budúcnosť nášho biznisu je v rozširovaní služieb a možností, ktoré klientom ponúkame, a, samozrejme, v ich kvalite a bezproblémovom fungovaní. Vieme, že aj keď všetci zákazníci nie sú expertmi v oblasti nových, moderných technológií, prirodzene očakávajú, že im ich prudký rozvoj prinesie novinky na skvalitnenie a spríjemnenie života. A ich dôvera a lojalita dokazuje, že Orange Slovensko tieto ich predstavy plní už dnes.



# Starostlivosť o zákazníkov

Sme telekomunikačná spoločnosť, ktorá je jednotkou na našom trhu a ktorá poskytuje služby viac ako dvom miliónom klientov – už tieto konštatovania naznačujú, že stratégia vzťahov ku klientom, ktorú sme si stanovili v predchádzajúcich rokoch, prináša ovocie v podobe lojálnosti našich zákazníkov.

Od začiatku nášho pôsobenia na telekomunikačnom trhu sa usilujeme vytvárať si s našimi klientmi vzťahy založené na vzájomnej dôvere, otvorenosti a ústretovosti. V tomto duchu naši pracovníci na predajných miestach alebo na informačných linkách pristupujú k požiadavkám a problémom zákazníkov. Prieskumy ukazujú, že klienti oceňujú naše úsilie, sú spokojní s príjemným, ochotným prístupom zamestnancov spoločnosti a zároveň od nich očakávajú, že všetky problémy či otázky vyriešia rýchlo a na jedinom mieste či jediným telefonátom. Je veľmi pozitívne, že klienti svoju spokojnosť „šíria ďalej“, to znamená, po dobrých skúsenostiach odporúčajú svojim známym a príbuzným používanie našich služieb.

Logickým dôsledkom nášho úsilia je pozitívny imidž firmy a aj vysoká vernosť klientov spoločnosti Orange, a to užívateľov programov Paušál, aj užívateľov predplatených služieb Prima. V tomto parametri ďaleko predbiehame krajiny západnej Európy s vyspelejším trhom a v dôsledku toho možno čiastočne aj náročnejšími zákazníkmi.



Dôležitým aspektom pri uspokojovaní potrieb našich zákazníkov je obchodná literatúra, teda všetky materiály, ktoré im pomáhajú pri orientácii v našej ponuke. V duchu hodnôt značky Orange pripravujeme jasné, prehľadné a čo najzrozumiteľnejšie informačné nosiče rôznych typov, ktoré sú pohodlne dostupné na predajných miestach, na internete alebo ich dokonca zákazníkovi priamo doručíme.

Ďalším spôsobom budovania lojality našich zmluvných klientov je Orange karta, ktorú zákazník bezplatne obdrží po pol roku v našej sieti. Kartu možno využiť na zľavnené nákupy tovarov a služieb u našich zmluvných partnerov po celom Slovensku.

Naši klienti si už zvykli, že informácie o nových ponukách, o dianí v spoločnosti alebo o novinkách na trhu mobilnej komunikácie získajú pohodlne a bez hľadania v zákazníckom časopise My, ktorý im bezplatne zasielame každý mesiac. V tomto špeciálnom komunikačnom médiu uverejňujeme aj zákaznícke súťaže a dotazníky, ktoré nám pomáhajú orientovať sa v praniach a problémoch zákazníkov.

V rámci služieb zákazníkom ponúkame garanciu, že klient sa do 15 sekúnd dovolá na Zákaznícku linku 905, kde sa dozvie akékoľvek informácie o službách, ktoré poskytujeme. Väčšinu hovorov však operátori preberajú už do 10 sekúnd. Prostredníctvom služby Orange infocentrum sa zasa zákazníci môžu obrátiť na vyškoleného operátora s otázkami z iných oblastí a získajú rôzne informácie zo športu, kultúry alebo o cestovných poriadkoch, telefonických kontaktoch a pod.

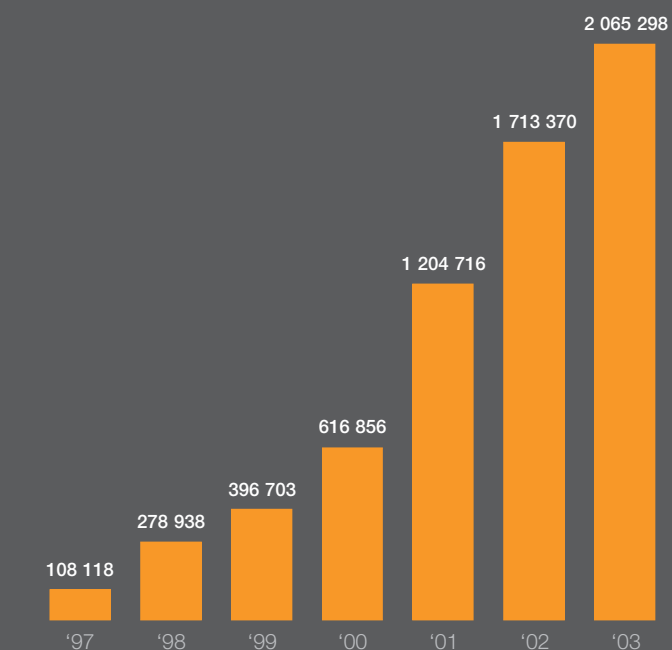
V intenciách programu „Orange záruka kvality“, ktorý sme spustili začiatkom roka, pracuje vysokokvalifikovaný podporný tím na úseku služieb zákazníkom. Komunikácia s klientom trvá 24 hodín 7 dní v týždni a jedinečné know-how preberajú aj iné renomované firmy na Slovensku, ktoré majú záujem vybudovať call centrum na podobnej profesionálnej úrovni. Počas roka 2003 sme prostredníctvom našich informačných liniek podali 4 144 476 informácií. Efektivita našej práce v priebehu roka rástla aj vďaka zdokonaleniu technického fungovania služieb a dobrej informovanosti našich zákazníkov. Na začiatku roka na jedného prvotníového agenta úseku služieb zákazníkom pripadlo 4 747 klientov, na konci tohto obdobia to bolo až 5 189 zákazníkov.

Radi konštatujeme, že spoločnosť Orange Slovensko v starostlivosti o zákazníkov predstavuje špičku nielen v rámci celej skupiny Orange, ale aj v rámci firiem na Slovensku. Premyslenosť našich krokov v tejto oblasti a aj vysoké nasadenie všetkých pracovníkov sú dobrým predpokladom na to, aby sme si túto pozíciu udržali a upevnili.

## vývoj počtu aktívnych zákazníkov (kumulatívne)

Celkový počet aktívnych zákazníkov spoločnosti Orange Slovensko v minulom roku prekročil hranicu 2 miliónov. Oproti predchádzajúcemu roku počet aktívnych zákazníkov vzrástol o 351 928 klientov.

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).

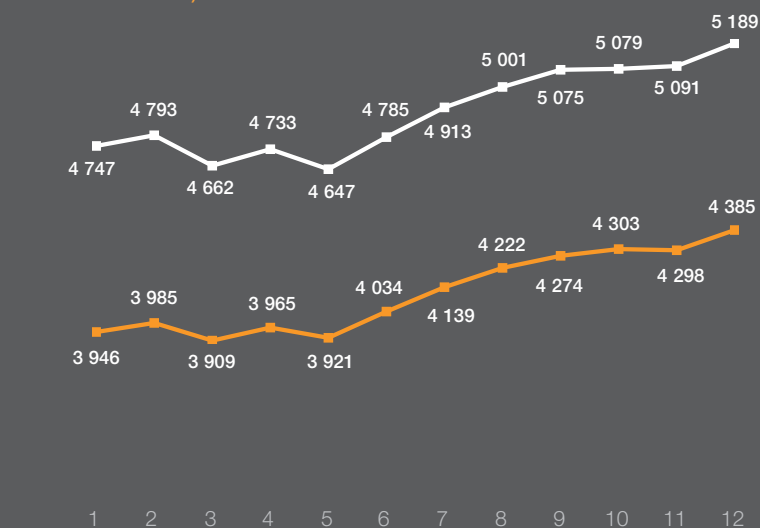


## produktivita práce úseku služieb zákazníkom

V priebehu roka 2003 sa produktivita práce postupne zvyšovala vďaka vysokému nasadeniu našich pracovníkov, optimalizovaným pracovným metódam a aj vďaka zvyšujúcej sa kvalite našich služieb.

2003

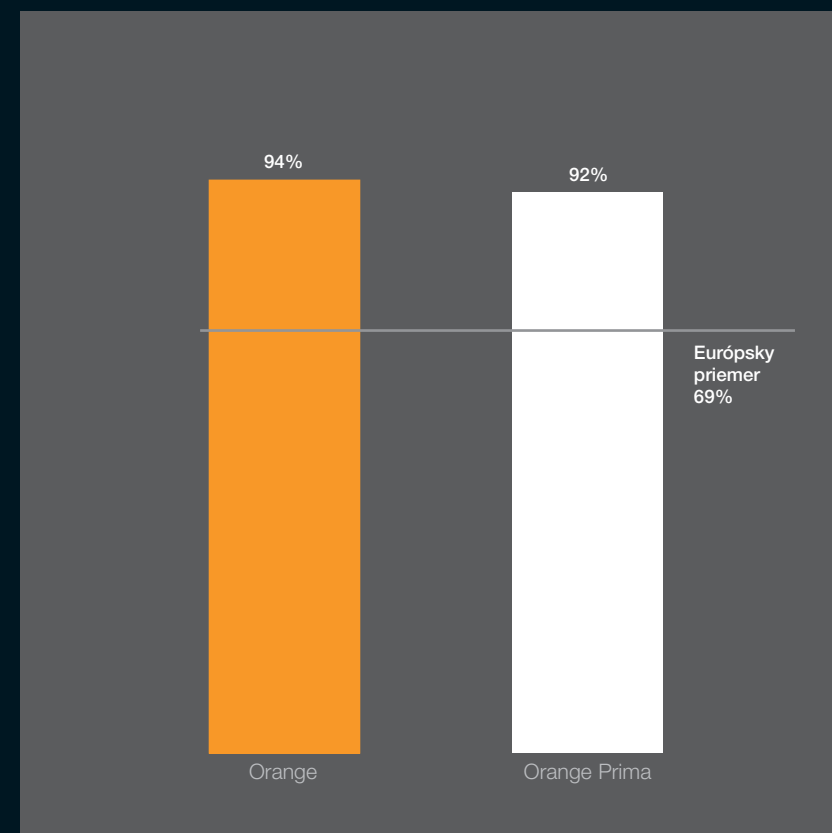
■ počet zákazníkov na 1 prvotníového agenta úseku služieb zákazníkom  
 ■ počet zákazníkov na 1 zamestnanca úseku služieb zákazníkom (vrátane manažérov, špecialistov a podporných zamestnancov)



## lojalita zákazníkov

Zákazníci slovenských operátorov sú vo všeobecnosti lojálnejší k operátorovi, ktorého si zvolili a len zriedkakedy menia svoju voľbu. Toto platí nielen pri porovnaní situácie Slovenska s Európou, ale aj na Slovensku. Klienti sú lojálnejší nielen v prípade značky, ale aj konkrétneho produktu Orange Prima v porovnaní s podobnými produktmi iných mobilných operátorov. Táto situácia je nielen pozitívna, ale zároveň vytvára náročnejšie podmienky pri vytváraní nových ponúk.

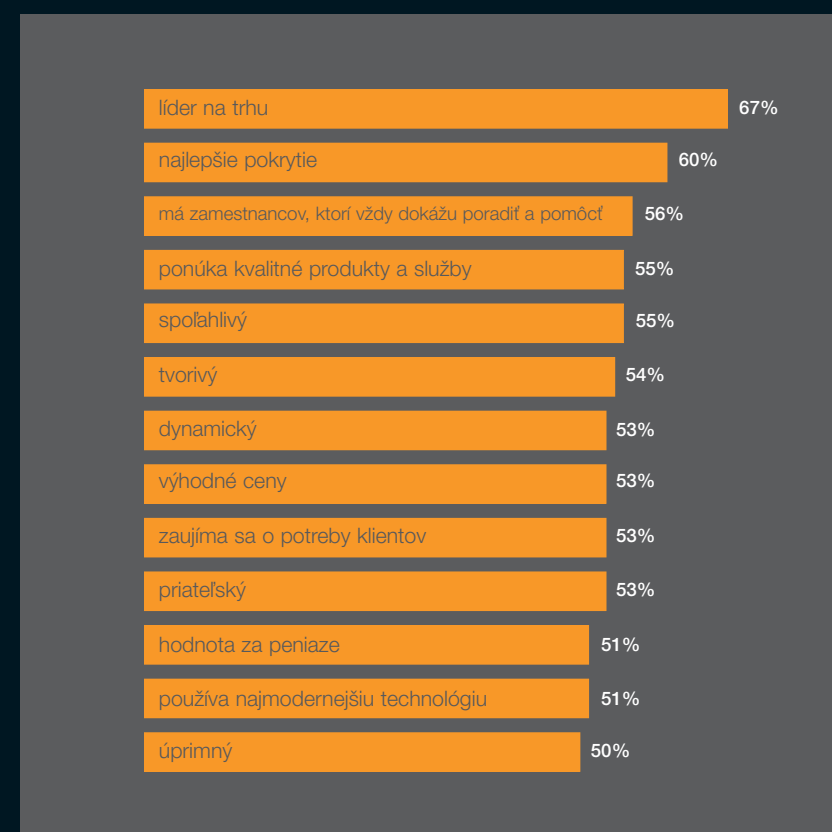
Zdroj:  
Marketingový prieskum 01/2004, vzorka 1 000 obyvateľov SR.



## imidžové charakteristiky

Orange Slovensko je vnímaný na trhu ako líder s najlepším pokrytím. Vďaka pozitívne vnímanej komunikácii a jej výrazne optimistickej filozofii, atraktívnym marketingovým akciám a ústretovej cenovej politike sa pozícia značky Orange na slovenskom trhu výrazne upevnila. Pozitívne je vnímaná najmä komunikácia so zamestnancami Orange Slovensko na Zákazníckej linke 905, aj na predajných miestach. O vysokej kvalite tejto komunikácie najlepšie svedčí jej popredné umiestnenie v hodnotení zákazníkov.

Zdroj:  
Marketingový prieskum 01/2004, vzorka 1 000 obyvateľov SR.



# Kvalita siete – najlepšia investícia



V oblasti rozvoja našej siete pracujeme na základe dlhodobej stratégie: rozširovať technické možnosti našej mobilnej a pevnej dátovej siete a poskytovať našim zákazníkom mobilné a fixné služby s najvyšším štandardom kvality. Veľká časť investícií spoločnosti každoročne smeruje do skvalitnenia sietí tak, aby sa zvyšovala ich spoľahlivosť a množstvo poskytovaných služieb.

Takmer 20% minuloročných investičných prostriedkov bolo určených len na zvyšovanie kvality našej GSM siete a poskytovaných služieb. Táto investičná politika sa zúročuje v podobe zvyšujúcej sa kapacity rozsahu a spoľahlivosti našej GSM siete. Miera jej dostupnosti na konci roku 2003 dosiahla 99,975% a miera prerušených hovorov z technických dôvodov v závere roka klesla na 0,69%. Tieto vylepšenia a dosiahnuté výsledky oceňujú nielen zákazníci na Slovensku, ale aj naši kolegovia v skupine Orange.

Investície do technológií a do siete GSM v minulých obdobiach nám umožnili, aby sme v špičke dokázali spracovať hlasovú prevádzku s nárastom o 25%, o 20% viac odoslaných SMS správ, a o 28% viac prijatých SMS správ v porovnaní s minulým rokom.

Okrem otvorenia prevádzky novej ústredne v Bratislave sa v roku 2003 rozrástol aj počet základňových staníc (BTS) o 171, takže na konci roka ich v našej sieti pracovalo 1 220. Pokračovalo aj dualizovanie siete, čo umožňuje rozširovanie a skvalitňovanie služieb. V súčasnosti je v sieti viac ako 400 dualizovaných základňových staníc. V priebehu roka sme zvyšovali kvalitu pokrytia signálom GSM v budovách s vysokou mobilnou prevádzkou tým, že sme vystavali niekoľko nových "indoor" riešení.

Pokračovalo i rozširovanie optickej siete. Vybudovali sme ďalšie kilometre siete optických káblov, úlohou ktorých je zálohovanie hlavných prenosových trás, a teda aj zvýšenie dostupnosti a kapacity prístupovej prenosovej siete. Významne sme pokročili v projekte zálohovania siete pod názvom „Disaster“. Po jeho dokončení bude zabezpečená prevádzka v porovnateľnej kvalite aj v krízových situáciách, napr. pri výpadku jednej ústredne.

V súvislosti s programom rozširovania ponuky služieb s pridanou hodnotou pre širokú verejnosť a pre korporátnych klientov sme ako prví na Slovensku i v rámci skupiny Orange prišli s niekoľkými inovatívnymi riešeniami.

Orange Slovensko okrem siete GSM prevádzkuje aj vlastnú IP dátovú sieť, a aj služby s ňou spojené. Naša IP dátová sieť má 30 prístupových bodov (POP – Point of Presence) a aj ďalších 15 menších prístupových bodov. Je prepojená s ostatnými slovenskými prevádzkovateľmi internetu a má aj zálohované prepojenie do svetového internetu.

V oblasti dátového pripojenia sme v minulom období zrealizovali plošné nasadenie technológie Gigabit Ethernet. Jeho účelom je vysokorýchlostné prepojenie uzlov a prístupových bodov našej siete. Zákazníkom táto technológia priniesla výrazné skvalitnenie dátových služieb.

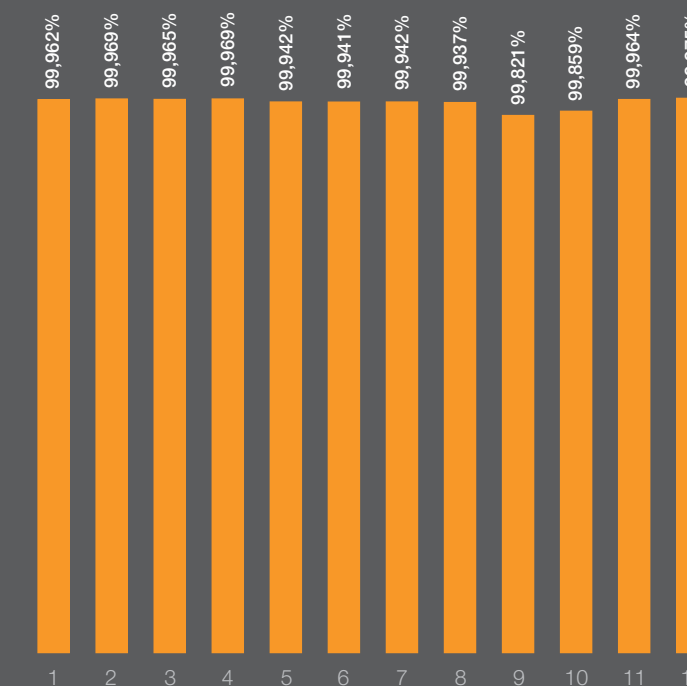
Naši korporátni zákazníci ocenili prístup k obľúbenej službe Mobilná virtuálna privátna sieť aj cez IP dátovú sieť, čo zvýšilo aj penetráciu tejto služby. Rok 2003 priniesol aj významný rast prevádzky mobilnej dátovej siete GPRS. V porovnaní s rokom 2002 vzrástol objem dát stiahnutých cez GPRS sedemnásobne.

Zabezpečovanie kvalitnej a spoľahlivej prevádzky siete Orange Slovensko a aj všetkých služieb vyžaduje mimo-riadne úsilie všetkých zainteresovaných pracovníkov. No nielen to – náročné úlohy možno zvládať aj vďaka zlepšovaniu technického informačného systému a neustálemu zefektívňovaniu pracovných postupov a metód.

## dostupnosť siete GSM v priebehu roku 2003

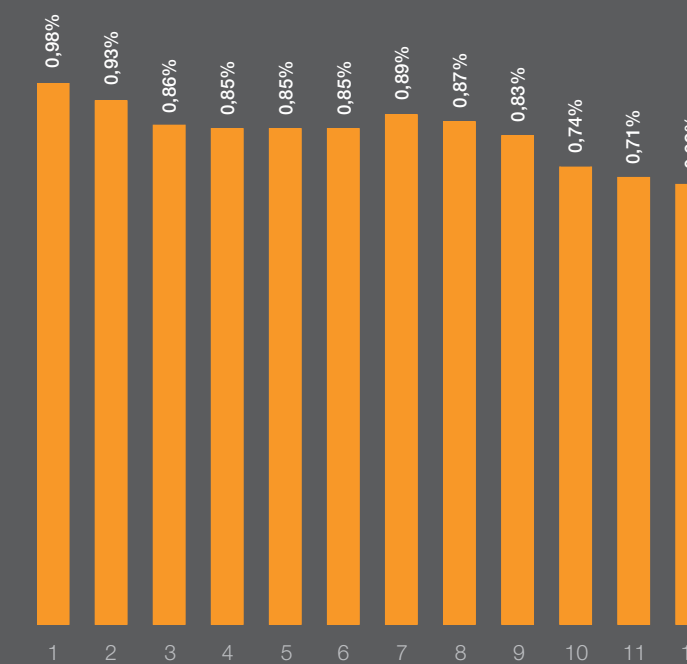
Ukazovateľ dostupnosti siete GSM vykazoval vyrovnané hodnoty počas celého roka. Výkyv v septembri a v októbri bol spôsobený technickými zmenami z dôvodov vylepšovania GSM siete.

Zdroj:  
Interné merania.



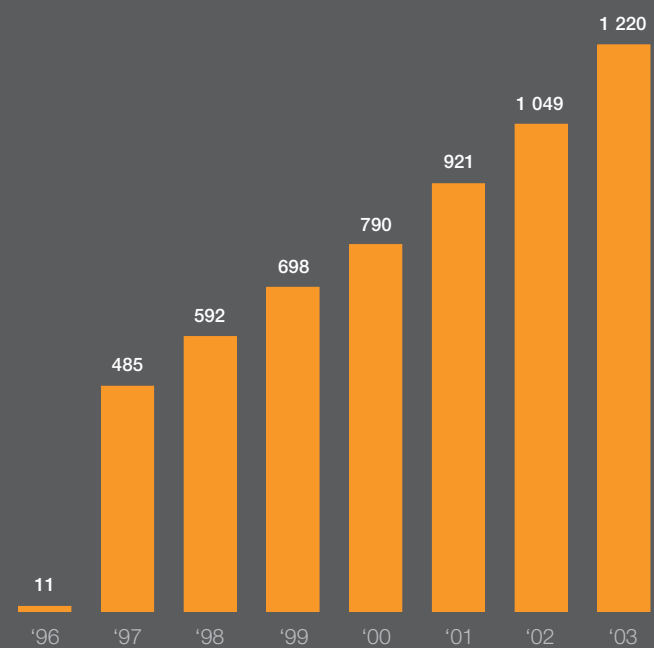
## miera hovorov prerušených z technických dôvodov

Zdroj:  
Interné merania.



# vývoj počtu BTS - základňových staníc (kumulatívne)

V roku 2003 bolo sprevádzkovaných 171 nových základňových staníc (BTS). Z celkového počtu 1220 BTS je až 400 duálnych - t.j. s frekvenciou 900 aj 1800 MHz.



# Hospodárske výsledky za rok 2003



V roku 2003 sa situácia na slovenskom telekomunikačnom trhu začala stabilizovať a nadobúdať podobný charakter ako v krajinách západnej Európy. Radi konštatujeme, že spoločnosť Orange Slovensko si v tejto situácii upevnila svoje vedúce postavenie na trhu nielen podľa počtu zákazníkov, ale aj z hľadiska hospodárskych výsledkov. Priaznivý vývoj finančných ukazovateľov je pre nás signálom správne zvolenej stratégie spoločnosti.

Podiel spoločnosti Orange Slovensko na celkových výnosoch slovenského trhu telekomunikačných služieb bol 59,2%. V uplynulom roku sme podľa štandardov US GAAP dosiahli celkové výnosy vo výške 16 071 miliónov korún. Znamená to, že v porovnaní s rokom 2002 vzrástli o 19,8%. Zisk spoločnosti pred zdanením, odpismi, úrokmi a amortizáciou (EBITDA) k 31. decembru 2003 dosiahol hodnotu 6 634 miliónov korún. I tento ukazovateľ sa oproti predchádzajúcemu roku výrazne zvýšil – medziročný nárast bol až 24%.

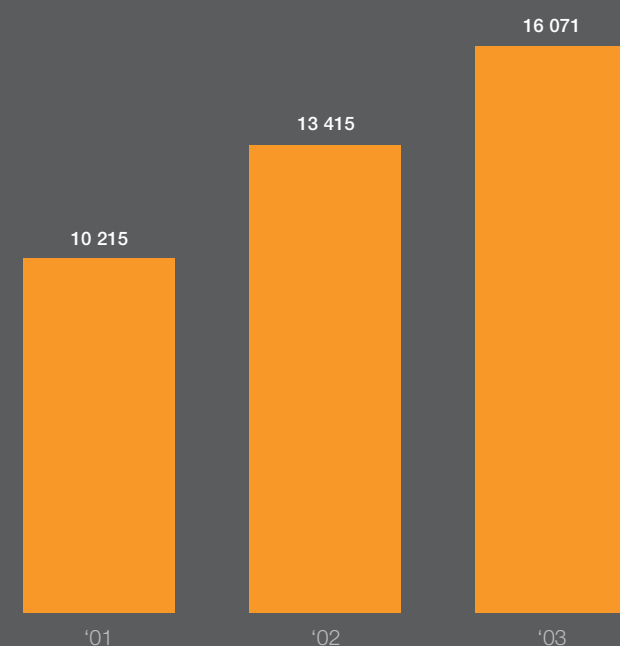
Spoločnosť Orange Slovensko počas svojej existencie dokázala rok čo rok zvyšovať všetky hospodárske ukazovatele a v rámci našej dlhodobej stratégie v tejto oblasti sme si stanovili úlohu vzostupný trend kontinuálne udržiavať. Dôkazom toho, že sa nám darí naplňovať stanovené ciele, je i hodnota čistého zisku, ktorá v roku 2003 podľa štandardov US GAAP dosiahla 3 075 miliónov korún a oproti predchádzajúcemu roku narástla až o 42%. Všetkých nás veľmi teší, že sme opäť dokázali vo všetkých meraných hodnotách konkurenciu výrazne predbehnúť.

## celkové výnosy 2001-2003

Orange Slovensko kontinuálne rastie aj v oblasti celkových príjmov. Aj v týchto ukazovateľoch je dôležitým momentom rovnomernosť nárastu, udržanie ktorej nie je v tejto dynamickej oblasti jednoduché. Naša spoločnosť však dokazuje, že dobre pozná cestu, akou sa v priebehu rokov treba uberať.

Hodnoty zodpovedajú účtovným výkazom zostaveným podľa štandardov US GAAP.

(v mil. Sk)

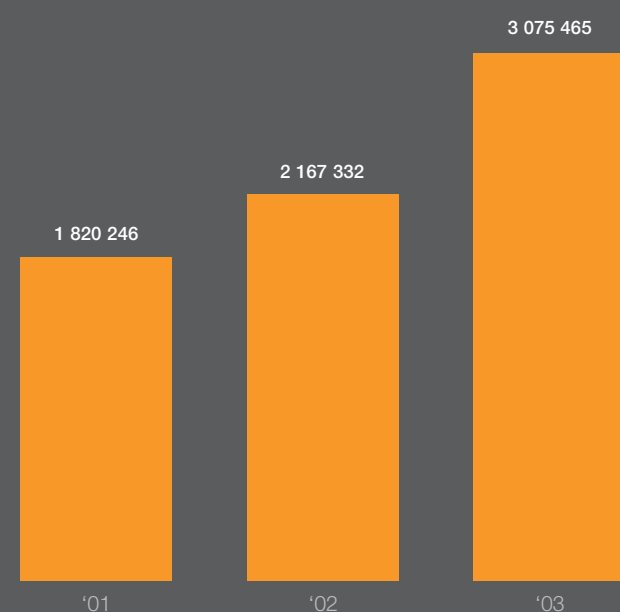


## čistý zisk 2001-2003

Cesta a stratégia, ktorú spoločnosť Orange Slovensko nastúpila, sa aj v roku 2003 ukázala ako správna. Napriek tomu, že sme predpokladali spomalenie rastu počtu zákazníkov, čo sa potvrdilo, dokázali sme zvýšiť čistý zisk spoločnosti. Zásľuhu na tom majú nielen nové aktivity, ale aj skvalitňovanie a rozširovanie počtu služieb, ktoré sú pre našich zákazníkov zaujímavé.

Hodnoty zodpovedajú účtovným výkazom zostaveným podľa štandardov US GAAP.

(v tis. Sk)



Pri prognózach pre rok 2003 sme predpokladali rast výnosov zo služieb, zvlášť z dátových služieb. Tento predpoklad sa potvrdil, keď táto zložka skutočne rástla najrýchlejšie. Z výnosov z poskytovaných služieb podľa štandardov US GAAP v celkovej výške 15 458 miliónov korún tvorili výnosy z dátových služieb spolu s výnosmi z prevádzky SMS správ už takmer 10%.

Veľmi dobré hospodárske výsledky hovoria aj o tom, že ponukou služieb, ich úrovňou, kvalitou a inovatívnosťou dokážeme neustále vychádzať v ústrety potrebám našich zákazníkov. A to je jeden z najdôležitejších aspektov nášho podnikania.



# Orange v znamení filantropie

My v spoločnosti Orange Slovensko si veľmi dobre uvedomujeme, že naše podnikanie ovplyvňuje komunitu a prostredie, v ktorom pôsobíme, a zároveň naopak: nás ako jednu z najväčších firiem na Slovensku do veľkej miery determinuje situácia v našej spoločnosti, a to nielen ekonomická, ale aj sociálna a kultúrna. Pociťujeme spoločnú zodpovednosť za jej ďalší vývoj, a preto vytvárame a podporujeme charitatívne či iné filantropické projekty a podporujeme kultúrne a športové dianie.

## Charitatívna činnosť

Spoločnosť Orange Slovensko už niekoľko rokov úspešne spolupracuje s Občianskym združením Návrat. Hlavným cieľom tejto aktivity je podpora náhradnej rodičovskej starostlivosti. Vynakladáme veľké úsilie na to, aby čo najviac detí z detských domov dostalo šancu žiť v náhradnej rodine bežný, spokojný rodinný život.

Ďalšou, už tradičnou aktivitou našej spoločnosti je projekt Darujte Vianoce. Ponúka vnímavým a ochotným ľuďom, jednotlivcom či kolektívom finančné prostriedky na to, aby mohli realizovať zaujímavé nápady, ktoré by priniesli radostnú a nezabudnuteľnú vianočnú atmosféru opusteným, chorým, sociálne slabým či inak hendikepovaným ľuďom. V roku 2003 sme na tieto záslužné aktivity venovali sumu 1 000 000 Sk.



To, že budúcnosť majú v rukách mladí ľudia, skutočne nie je fráza. Preto sme iniciovali projekt Školy pre budúcnosť, ktorý sa zameriava na vytvorenie a implementáciu progresívnych spôsobov vzdelávania do vyučovacieho procesu na základných školách. Projekt podporuje iniciatívu učiteľov, prichádzajúcich s novými nápismi, ktorí do vzdelávania vnášajú tvorivé, invenčné postupy. V školskom roku 2003/2004 tento projekt podporíme sumou 3 000 000 Sk.

Ďalším projektom, zameraným na povzbudenie iniciatívy mladých ľudí, je grantový program, podporujúci zaujímavé, originálne nápisy na voľnočasové aktivity dospelujúcej generácie. Financie v hodnote 3 000 000 Sk pomohli realizovať 50 najzaujímavejších nápadov vo všetkých regiónoch Slovenska.

Pre dobrú vec spájame svoje sily s ďalšími úspešnými slovenskými firmami. V minulom roku sme v spolupráci so Slovenskou sporiteľňou a Asociáciou komunitných nadácií uviedli do života projekt Kluby darcov. Za cieľ si kladie rozvoj komunít a podporu individuálneho darcovstva na Slovensku. Naša spoločnosť zdvojnásobí každý finančný dar jednotlivca komunálnym nadáciám v regiónoch do výšky 50 000 Sk ročne na jednu komunitnú nadáciu. Osobitný dôraz kladíme na to, aby sa informácie o projekte dostávali k občanom. Premyslenou komunikáciou pomáhame zviditeľňovať komunitné nadácie v regiónoch a budovať záujem verejnosti o túto formu darcovstva.

V uplynulom roku sme dokázali, že vieme promptne zareagovať na aktuálne udalosti v spoločnosti. Po páde obvodového múru Trenčianskeho hradu, ktorý ohrozil jeho ďalšiu existenciu, sme sumou 1 000 000 Sk prostredníctvom Konta Orange prispeli na jeho obnovenie. Ďalším prínosom k obnove tejto významnej kultúrnej pamiatky bol výťažok z mobilnej zbierky v hodnote 170 000 Sk. Tento obnos vytvorili finančné príspevky našich klientov, ktorým nebol ľahostajný osud jedného z našich najnavštevovanejších hradov.

Naše úsilie v oblasti filantropie nezostalo nepovšimnuté. V júni 2003 nadácia Pontis našej spoločnosti udelila Čestné uznanie za dlhodobé partnerstvo v rámci filantropickej ceny Via Bona Slovakia, ktorá sa realizuje pod záštitou p. Michala Kováča, veľvyslanca USA Ronalda Weisera a Ministra práce, sociálnych vecí a rodiny SR Ľudovíta Kaníka. Bola ocenená naša dlhodobá spolupráca s Občianskym združením Návrat, profilácia v téme zmeny systému starostlivosti o opustené deti v detských domovoch a spolupráca s Centrom pre filantropiu – ETP – na programoch regionálneho rozvoja. Pri posudzovaní aktivít nebola najdôležitejším kritériom výška príspevku, ale miera prospešnosti pre konkrétnu komunitu.

## Sponzoring kultúry a športu

Spoločnosť Orange Slovensko je iniciátorom niekoľkých každoročných kultúrnych podujatí, ktoré si počas svojej existencie získali veľký ohlas a dobré meno. Takouto nevšednou akciou je ples v opere, ktorý už tradične otvára spoločenskú sezónu. Aj tento ročník poctili svojou účasťou mnohé významné osobnosti politického, spoločenského a kultúrneho života.

Jedinečné veľkoformátové kino Orange IMAX Bratislava láka divákov z celého Slovenska. Prináša im nevšednú možnosť nechať sa vtiahnuť do trojrozmernej filmovej fantázie, ktorá sa stáva realitou. Sme veľmi radi, že v roku 2003 sa podarilo rozšíriť kultúrny záber tohto kina: stalo sa miestom konania časti Medzinárodného filmového festivalu Bratislava.

Veríme, že „olympijský duch“ je v každom z nás, no len niekoľko výnimočných športových talentov môže dostať príležitosť reprezentovať našu krajinu na najvýznamnejších športových súťažiach, akými určite sú olympijské hry. Orange Slovensko sa ako generálny partner Slovenského olympijského výboru usiluje prispievať k tomu, aby sme po úspechu našich športovcov všetci mohli precítiť chvíľu, keď slovenská vlajka pomaly stúpa na stožiar.

Pocit nesmierného obdivu, úcty a chuť pomôcť na správnom mieste nás motivovali stať sa generálnym partnerom slovenského paralympijského výboru. Sme hrdí na našich paralympikov a veríme, že aj vďaka našej pomoci na paralympijských hrách v Aténach ešte rozšíria bohatú zbierku medailí.

Najlepší patria k najlepším – aj tak možno charakterizovať partnerstvo spoločnosti Orange Slovensko so Slovenským zväzom rýchlostnej kanoistiky a Slovenským zväzom kanoistiky na divokej vode. Naši reprezentanti v tomto športovom odvetví dosahujú mimoriadne výkony a patria k absolútnej svetovej špičke. A Orange kráča hore spolu s nimi.

Sme úspešná firma, ktorá vie, čo od nej spoločnosť očakáva. Tak sú filantropia i sponzorstvo prirodzeným rozšírením našej podnikateľskej filozofie, značky a hodnôt, ktoré všetci uznávame.

# Zamestnanci sú hlavným faktorom úspechu

Je to stará známa vec: najväčším „pokladom“ každej firmy sú jej zamestnanci. Úspech podnikania je do veľkej miery dôkazom ich pracovného nasadenia, zápalu a v neposlednom rade aj lojality. Orange Slovensko je príkladom, že za prepracovaný sociálny program, možnosť vzdelanostného rastu a pocit stability aj istoty sa zamestnanci odvdáčujú mimoriadnymi pracovnými výkonmi.

O tom, že Orange Slovensko patrí nielen medzi najväčších, ale aj najlepších zamestnávateľov na Slovensku svedčí nízke percento fluktuácie zamestnancov (len 7%) a aj množstvo spontánnych uchádzačov o zamestnanie: v minulom roku záujem o prácu v našej spoločnosti prejavilo takmer 10 000 ľudí. V priebehu roka sa počet našich zamestnancov zvýšil o 160, takže koncom roka sme ich zamestnávali 1 211, z toho bolo 739 mužov a 472 žien. Vekový priemer mužov je 30 rokov, vekový priemer žien je 28. Z tejto štatistiky je jasné, že v našej spoločnosti má naozaj mladosť „zelenú“.

Z hľadiska vzdelanostnej štruktúry u nás pracuje 44% vysokoškolsky vzdelaných zamestnancov, ostatní majú ukončené stredoškolské vzdelanie. Usilujeme sa však o to, aby naši ľudia mohli svoje schopnosti neustále rozvíjať a zvyšovať svoju profesionálnu zdatnosť, zvolili sme pri napĺňaní vzdelávacích potrieb každého zamestnanca individuálny prístup: pre každého pracovníka vytvárame individuálny plán osobného rozvoja. V rámci tohto systému organizujeme externé a interné tréningové programy a workshopy, na ktoré sme v predchádzajúcich rokoch vyčlenili až 54 000 000 korún.



Sociálny program pre zamestnancov našej spoločnosti patrí na Slovensku k najlepším a najprepracovanejším. Sme si vedomí skutočnosti, že vzhľadom na náročnosť práce potrebujú naši ľudia dostatok priestoru a príležitostí pre relax a obnovu síl. Pravidelne organizujeme športové podujatia (hokejové turnaje, jednodňové výlety po Slovensku a pod.), spoločenské stretnutia (oslavy výročia založenia firmy, výročia rebrandingu) a zábavné popoludnia aj pre rodiny našich zamestnancov (oslavy MDD, Mikuláša, Vianoc). Veľkú obľubu medzi pracovníkmi si získal časopis pre internú komunikáciu O nás, ktorý pravidelne prináša informácie zo skupiny Orange, z diania v našej firme, reportáže z podujatí a podobné zaujímavé témy. Tento komunikačný kanál využívame aj na podporu lojality našich zamestnancov a vyhlasujeme v ňom rôzne súťaže (napr. súťaž fotografií našich zamestnancov), ale aj napr. casting na nové tváre pre marketingovú komunikáciu našej značky z „interných zdrojov“. Pracovníkom ponúkame možnosť nakupovať v našom elektronickom butik moderné brandované oblečenie, a tak sa zamestnanci stávajú nositeľmi značky aj vo svojom voľnom čase.

Dôležitou súčasťou sociálneho programu je príspevok na doplnkové dôchodkové poistenie 600 Sk mesačne, ktoré môže byť zriadené v dvoch zmluvných DDP. Naším zamestnancom umožňujeme zmluvnú lekársku starostlivosť a zabezpečujeme rekondičné pobyty na atraktívnych miestach po celom Slovensku.

Skupina Orange má záujem na tom, aby sa u našich ľudí budoval a utužoval vzťah k firme, aby každý z nich mal pocit, že s ním ako s jednotlivcom firma „počíta“. V minulom roku sa uskutočnili prvé konferenčné hovory pracovníkov s najvyšším vedením skupiny Orange, na ktorých dostali obe strany možnosť klásť otázky, týkajúce sa našej práce, a odpovedať na ne. Každý z takmer 30 000 zamestnancov skupiny Orange získal prístup na Orange group intranet, čím sa ešte zvyšuje informovanosť a aj pocit spolupatričnosti.

Všetky tieto možnosti a výhody spolu s nadštandardným finančným ohodnotením prispievajú k spokojnosti našich zamestnancov a motivujú ich k vyšším pracovným výkonom. Aj preto sa o budúcnosť spoločnosti Orange Slovensko netreba obávať.

## rast počtu zamestnancov

Zamestnanci sú dôležitým faktorom úspechu každej spoločnosti. V predchádzajúcom roku sa opäť zvýšil nielen počet našich zamestnancov, ale aj ich kvalifikovanosť. Sme mladá spoločnosť a vďaka kvalitným pracovným podmienkam a sociálnemu programu zamestnanecká fluktuácia dosahuje len 7%.

