

# Corporate identity Železničnej spoločnosti Slovensko, a. s.

## Corporate identity

*Dejiny civilizácie sú bezprostredne späté s rozvojom dopravy. Doprava poznamenala svetové dejiny výraznejšie než hociktoré iné odvetvia techniky. Doprava sprístupnila človeku svet, stala sa nevyhnutnosťou pre jeho každodenný život. Aj dnes doprava určuje pulz a rytmus hospodárstva každého štátu. Bez dopravy by sa život musel vrátiť o tisícročia naspäť. Bez výhrad to platí aj pre osobnú železničnú dopravu.*

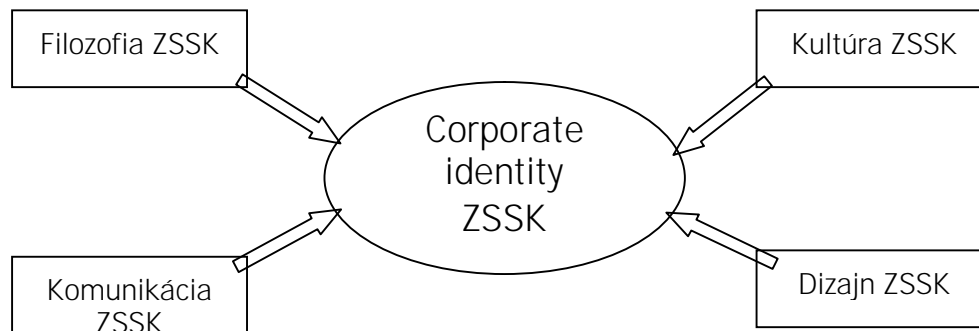
### Časť I.

Názov spoločnosti:	Železničná spoločnosť Slovensko, a. s.,
Sídlo spoločnosti:	Rožňavská 1 Bratislava 3 832 72
Právna forma:	akciová spoločnosť
Deň zápisu do obchodného registra:	1. januára 2005 zapísaný v OR Okresného súdu Bratislava I., odd. Sa, vložka č. 3497/B
Predmet činnosti :	Zakladateľská listina v predmete podnikania uvádza najmä prevádzkovanie dopravy na železničnej dráhe – celoštátne a regionálne dráhy.

### Časť II.

Firemnú identitu Železničnej spoločnosti Slovensko, a. s. ( ďalej len ZSSK ) tvoria

- firemná filozofia ZSSK
- firemná kultúra ZSSK
- firemná komunikácia ZSSK
- firemný dizajn ZSSK



Všetko čo ZSSK robí, vychádza z jej firemnej identity, ktorá je postavená na týchto štyroch pilieroch.

## Časť II / A Firemná filozofia ZSSK

Firemná filozofia ZSSK predstavuje „najvyššiu myšlienku“ v ZSSK, ktorá je vyjadrená v podobe jasne formulovaných zásad a firemného motta. Určuje, ako chce ZSSK vykonávať svoje aktivity, vyjadruje presvedčenie, hodnoty, aspirácie a priority, ktoré sa presadzujú v celom vedení ZSSK, stanovuje pravidlá správania ZSSK z vnútra a spoluprácu ZSSK s externým prostredím.

Podniková filozofia je zahrnutá aj do poslania ZSSK. „Poslanie“ predstavuje zdôvodnenie existencie ZSSK v ekonomickom priestore a prináša odpovede na základné otázky: „Prečo ZSSK existuje? Kto je ZSSK? Čo robí ZSSK? Kam smeruje ZSSK?“ a iné.

Neexistujú žiadne postupy a návody ako tvoriť filozofiu ZSSK. Tento proces je plne v rukách ľudí, ktorí ju tvoria.

Firemná filozofia ZSSK je determinovaná mottom spoločnosti, víziou spoločnosti, poslaním spoločnosti a strategickými cieľmi spoločnosti.

**Motto ZSSK:** *Vlaky pre ľudí*

### Víziou ZSSK je:

- *byť modernou spoločnosťou*
- *byť lídrom na domácom trhu*
- *byť etablovaná na európskom trhu prepravy osôb po železnici*
- *riadiť sa princípmi:* *profesionalita*  
*kvalita*  
*ekológia*  
*dynamika*

### Poslanie ZSSK

ZSSK vznikla ako prevádzkovateľ osobnej prepravy na území Slovenskej republiky. Spoločnosť je lídrom prepravy osôb na železnici. Zákazníkom spoločnosti je široká verejnosť definovaná konkrétnymi segmentmi trhu. Silnou stránkou spoločnosti je viac ako 160 ročná tradícia v osobnej doprave, vysoká miera bezpečnosti, ekologickosť prepravy a snaha neustále zlepšovať kvalitu svojich služieb.

Spokojnosť ľudí, ktorých získa spoločnosť pre svoju alternatívu k individuálnej doprave, je meradlom jej úspešnosti. Ľuďom pomôže bezpečne a pohodlne dosiahnuť ich ciele, pričom bude hľadať riešenia umožňujúce užitočne stráviť čas potrebný na cestovanie.

### Strategické ciele ZSSK:

dlhodobo uspokojovať požiadavky cestujúcich (zákazníkov)

naplnenie očakávaní akcionára (plnenie výkonov vo verejnom záujme) a dlhodobo udržateľné vyrovnané hospodárenie

vybudovanie a udržanie dlhodobo pozitívnej atmosféry podporujúcej stanovené firemné hodnoty

### Medzi hlavné strategické ciele spoločnosti patrí:

#### I. Zabezpečovať dlhodobý rast spoločnosti

- Udržať finančnú stabilitu spoločnosti
- Optimalizovať náklady spoločnosti
- Zvýšiť tržby spoločnosti
- Uplatňovať efektívne finančné riadenie spoločnosti

#### II. Poskytovať služby v konkurencieschopnej kvalite

- Poskytovať požadovanú kvalitu služieb
- Vytvárať pozitívny imidž spoločnosti

#### III. Dosiahnuť kvalitné a efektívne interné vzťahy a procesy

- Poskytovať kvalitné interné služby

#### IV. Dosiahnuť konkurencieschopnosť interných zdrojov spoločnosti

- Zvýšiť prebeh ŽKV
- Obnoviť park ŽKV
- Implementovať a integrovať adekvátne ICT systémy
- Vybudovať učiacu sa organizáciu
- Zvýšiť efektívnosť ľudských zdrojov
- Vybudovať vlastnú základňu THÚ

## Časť II / B Firemná kultúra ZSSK

Firemná kultúra ZSSK vychádza z hodnôt stanovených v Etickom kódexe ZSSK a zhrňuje ciele, štýl správania, rebríček hodnôt v ZSSK. Etický kódex ZSSK je aplikáciou etických princípov zodpovednosti, čestnosti, humanizmu, tolerancie a ochrany životného prostredia do našich obchodných aktivít. Etickým kódexom spoločnosť zaväzuje každého zamestnanca nielen odbornosťou, ale aj dodržiavaním princípov podnikateľskej etiky a prijatím morálnej zodpovednosti za svoje konanie. Základným cieľom etického kódexu v našej spoločnosti je zvýšiť morálny štandard správania

sa všetkých zamestnancov a podporiť etický rozvoj spoločnosti.

ZSSK sa usiluje získať meno bezúhonnej, kvalitnej a dôveryhodnej spoločnosti, preto sa zaviazala dodržiavať Protikorupčnú chartu.

Pri uplatňovaní princípov firemnej kultúry sa ZSSK riadi zásadou, že naša spoločnosť je taká kultúrna, ako sa správa k zákazníkom.

Firemnú kultúru ZSSK podstatným spôsobom ovplyvňuje každodenný život vo firme, denné manažovanie kolektívov pracovníkov, aj každodenná práca so zákazníkmi. Veľkou mierou na formovaní firemnej kultúry sa podieľajú rezortné periodiká Železničné ozveny, Slovak Express a Tempo, nezastupiteľnú úlohu majú stretnutia vedenia so zamestnancami, oceňovania vynikajúcich pracovníkov počas osláv Dňa železničiarov.

ZSSK vznikla ako alternatíva osobnej prepravy na území Slovenskej republiky. Hlavným predmetom činnosti ZSSK je preprava osôb v oblasti železničnej dopravy, teda ZSSK je lídrom v oblasti poskytovania služieb v osobnej železničnej doprave. Ročne prepravíme na základe štatistiky z roku 2007 – 45 597 939 cestujúcich, priemerný počet cestujúcich na 1 deň je 124 926. Vo vnútroštátnej prepravu jazdí maximálne 1 619 vlakov, z toho sú :

3 vlaky kategórie IC,

2 vlaky kategórie Ex,

56 vlakov kategórie R,

44 zrýchlených vlakov Zr,

1 514 osobných vlakov.

V službách a starostlivosti o zákazníka nadväzuje ZSSK na viac ako stošesťdesiatročnú železničiarску tradíciu. Zákazníkom spoločnosti je široká verejnosť, definovaná konkrétnymi segmentmi trhu. ZSSK vznikla 1. januára 2005 rozdelením Železničnej spoločnosti, a. s., ako jedna z dvoch novozaložených nástupníckych akciových spoločností. ZSSK prináleží tiež významné miesto v medzinárodnej železničnej doprave a je členom dôležitých európskych a svetových inštitúcií.

ZSSK je schopná vnímať potrebu zmeny a na takéto výzvy adekvátne reagovať. Má záujem skvalitňovať služby poskytované pri preprave osobnými vlakmi. Firemným poslanstvom ZSSK je spoľahlivosť, bezpečnosť, ochrana životného prostredia a modernosť. Silnou stránkou je bezpečnosť prepravy ( za 20 rokov na železnici zahynuli len dvaja ľudia), ekologickosť prepravy a snaha neustále zlepšovať kvalitu svojich služieb.

Pracovníci ZSSK si uvedomujú potrebu neustále komunikovať s klientmi osobnej prepravy tak, aby poznali ich potreby, ktoré by sa mohli skĺbiť s reálnou ekonomikou, financiami a stavom spoločnosti. Zároveň sa zaujímajú o celkový vývoj dopravy a to nielen železničnej, ale aj ostatných, aby mohli zakomponovať železničnú dopravu do celého systému dopravy.

ZSSK chce byť pružnejšia v službách a vo väčšej miere chce využívať stredo európsky priestor. Preto cieľavedome a postupne buduje zahraničnú stratégiu vo

vzťahu k železničným spoločnostiam. Základom je prijatie ZSSK do Spoločenstva železničných podnikov Európskej únie, UIC aj CER.

ZSSK si je vedomá úlohy spojenej s ochranou životného prostredia. Na rozdiel od iných druhov dopravy je železničná výrazne ohľadupľnejšia k prírode ako celku. ZSSK sa preto usiluje zvýšiť úroveň služieb tak, aby obyvateľstvo i firmy preferovali osobnú železničnú prepravu, a tak prispeli k uchovávaniu našej prírody.

Pre našich zákazníkov ponúkame širokú škálu produktov a služieb s dôrazom na bezpečnosť, kvalitu a individuálny prístup. Preprava osôb v medzinárodnej a vnútroštátnej osobnej železničnej preprave je hlavným zdrojom príjmov našej spoločnosti.

V záujme formovania firemnej kultúry ZSSK uplatňuje v praxi zaužívané osobné stretnutia vedenia spoločnosti s pracovníkmi, udržuje tradičné spoločenské podujatia (napr.: podujatia železničiarkej nostalgie Prebúdzenie Katky, výstava historických vozidiel na „Rendezí“ v Bratislave, preteky parných rušňov vo Zvolene, Deň železničiarov, účasť na výstavách a podobne). Osobné stretnutia s pracovníkmi považuje vedenie ZSSK za veľmi dôležité najmä preto, že všetky tieto podujatia sledujú predovšetkým vzájomnú informovanosť o aktuálnom dianí v spoločnosti, cieľoch a úlohách na najbližšie obdobie, výmenu názorov a skúseností, ocenenie pozitívnych pracovných výsledkov aj nadväzovanie osobných kontaktov. V rámci aplikácie vhodných podujatí na podporu firemnej kultúry ZSSK plánuje podujatia pre súčasných, ale aj bývalých zamestnancov, podujatia pre významných zákazníkov atď.

Ako strategický nástroj pre udržanie dôvery zákazníkov, zvyšovania kvality poskytovaných služieb a zvýšenie konkurencieschopnosti na trhu slúži certifikácia. Medzi organizácie s certifikátom od roku 2005 patrí aj ZSSK, ktorá v tomto roku získala certifikát systému manažérstva kvality podľa normy ISO 9001:2000 na produkt „IC vlaky na trati Bratislava – Žilina – Košice a späť“. Uvedený certifikát bol pre ZSSK vydaný na obdobie troch rokov za podmienky absolvovania úspešných dozorných auditov v rokoch 2006 a 2007. Platnosť certifikátu skončila v septembri 2008. Predstavenstvo ZSSK na svojom zasadnutí 26. novembra 2007 jednoznačne rozhodlo o zvyšovaní úrovne manažérskych systémov kvality vo firme a stanovilo i harmonogram budovania manažérstva kvality až do roku 2015. Trend rozvoja v oblasti manažérskych systémov kvality je stanovený metódou postupných krokov získavania certifikátov kvality na vybrané druhy produktov a oblastí v spoločnosti. Hlavnou úlohou v roku 2008 bolo získať nový certifikát kvality na produkt „predaj cestovných dokladov“ a zároveň nanovo recertifikovať pôvodný produkt „IC vlaky na trati Bratislava – Košice a späť“. K tejto úlohe boli prijaté ciele kvality:

- Dodržiavať stanovený grafikon vlakovej dopravy u IC vlakov (GVD) na 75%,
- Znižovať počet prípadov nedodržania GVD z dôvodu technických porúch na vozňoch a rušňoch,
- Zvyšovať tržby na certifikovaných IC vlakoch,
- Skrátiť termíny vybavenia sťažnosti v oblasti "certifikované vlaky" na 25 dní.

V prvej polovici roku 2008 vykonala ZSSK množstvo interných auditov kvality, ktorými si overovala skutočnosti oprávňujúce na úspešný externý certifikačný audit. Certifikácia produktu „Predaj cestovných dokladov“ a recertifikácia produktu „IC vlaky na trati Bratislava – Žilina – Košice a späť“ sa uskutočnila 8. – 10. septembra 2008. Oprávnenosť vlastníť, opäť na obdobie troch rokov, certifikát systému manažérstva kvality na obidva produkty preverila nezávislá certifikačná spoločnosť Bureau veritas certification na vybraných organizačných útvaroch :

- vlaku IC 501
- centrách predaja Košice, Humenné, L. Mikuláš, Vrútky, Trenčianska Teplá, Zvolen, Banská Bystrica, Topoľčany, Nové Zámky, pokladnica Nitra, Galanta, Bratislava-Petržalka.

Na základe získaných pozorovaní certifikačná firma skonštatovala, že ZSSK plní kritéria systému manažérstva kvality, a preto odporučila vydať certifikát kvality na uvedené produkty. Od tohto okamihu môže ZSSK označiť všetky predajné miesta – osobné pokladnice, ako i všetky vlakové súpravy IC vlakov na trati Bratislava – Žilina – Košice a späť akreditačným logom.

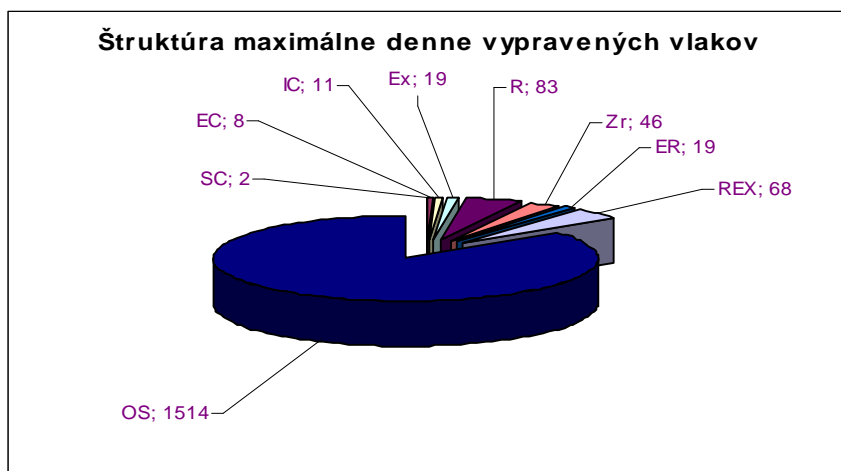
Získaním certifikátu ZSSK potvrdila, že má snahu, vie udržiavať a neustále zlepšovať efektívnosť interných procesov potrebných pre splnenie požiadaviek zákazníka a zároveň tak napĺňať aj podmienky a predpoklady tretieho železničného balíčka v oblasti noriem kvality.

## Časť II / C

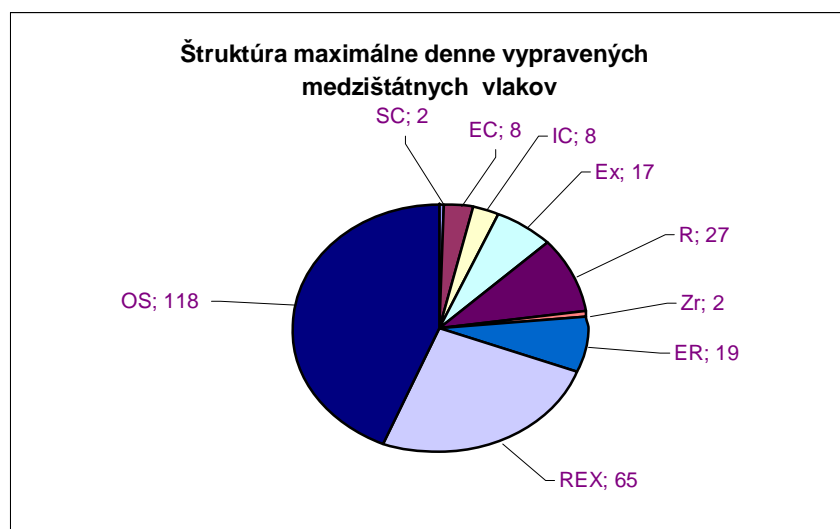
### Firemná komunikácia ZSSK

#### Hlavné idey o ZSSK využívané v komunikácii

Denne vypravíme maximálne : 11 vlakov kategórie IC, 8 vlakov kategórie EC, 2 SC, 19 expresných vlakov, 83 rýchlikov, 46 zrýchlených vlakov, 1 514 osobných vlakov, 68 regionálnych expresných vlakov, a 19 ER.



Denne vypravíme nasledovný počet **medzinárodných vlakov** : 8 vlakov kategórie EC, 8 vlakov kategórie IC, 2 SC, 17 expresných vlakov, 27 rýchlikov, 2 zrýchlené vlaky, 19 Euro Regio vlakov, 65 Regional Expresov a 118 osobných vlakov.



Základným trendom v osobnej železničnej preprave je obnova vozového parku. Od svojho vzniku má ZSSK snahu skvalitňovať služby v osobnej železničnej preprave, a preto postupne do vlakov IC a R radí klimatizované vozne. ZSSK v rámci strategických zámerov plánuje uviesť do prevádzky pre diaľkovú a regionálnu dopravu nové a modernizované osobné vozne. Pre regionálnu dopravu ZSSK obstaráva nové prímestské a medziregionálne vlaky. Nové električné dvojpodlažné súpravy zlepšia osobnú železničnú dopravu v okolí Trenčína, Žiliny a Košíc. Ako novinku zavádza ZSSK od GVD 2008-2009 prvý Euronight vlak.

### Rýchlosť

Rýchlosť postupne vzrastá, ale nie pre samotné lámanie rekordov či senzáciu, ale pre zvýšenie priemernej cestovnej rýchlosti, ktorá musí byť hospodárna i bezpečná.

### Bezpečnosť

V podmienkach Slovenska je ZSSK najbezpečnejším druhom dopravy. Za uplynulých 20 rokov zahynuli vo vlaku len dvaja ľudia.

### Hospodárnosť

Hľadisko hospodárnosti zaujíma popredné miesto v osobnej doprave. ZSSK sa snaží efektívne využívať verejné zdroje.

### Pohodlné cestovanie

Znížená hlučnosť, dobré osvetlenie, anatomicky tvarované sedadlá, to všetko sa postupne stáva samozrejmosťou. K pohodliu patrí aj čoraz väčší rozsah služieb poskytovaných počas jazdy. Súčasnú lôžkovú dopravu ponúkajú pohodlie rozličnej kvality: od štandardných ležadlových vozňov cez trojlôžkové, dvojlôžkové až po finančne náročnejšie jednolôžkové oddelenia.

### Slogan ZSSK

Lepšie je ísť vlakom

## Časť II/D

### Firemný dizajn ZSSK

Firemný dizajn ZSSK je nerozlučnou a súčasne najbezprostrednejšou časťou firemnej identity. Je to vizuálna identita, ktorá dáva ZSSK jedinečnú, zmyslami vnímateľnú tvár. Firemný dizajn ZSSK odráža základné smerovania a hodnotové založenie firmy a vizuálnou formou integruje jej „osobnosť“ – corporate personality.

#### Hlavné prvky firemného dizajnu ZSSK sú:

logo , logotyp (značka)  
raster (vizitky, hlavičkový papier, obálky a ďalšie tlačoviny)  
písmo a typografia  
firemné farby  
firemná architektúra (budovy, kancelárie, predajne)  
ostatné náležitosti (reklamné predmety, uniformy zamestnancov, autá, koľajové vozidlá, atď...)

Firemný dizajn ZSSK vychádza zo spracovaných dizajn manuálov

- 1/ Grafický manuál loga, logotypu, firemných dokumentov, exteriérov bodov
- 2/ Manuál grafických štandardov 1
- 3/ Manuál grafických štandardov 2
- 4/ Grafický manuál železničných koľajových vozidiel ZSSK
- 5/ Stanica nového typu - informačno–orientačný systém

#### Zásady používania značky a ostatných korporátnych prvkov v komunikácii Železničnej spoločnosti Slovensko, a. s.

#### Obchodné meno spoločnosti a jeho formy použitia

V oficiálnej a obchodnej komunikácii používame celé obchodné meno: Železničná spoločnosť Slovensko, a. s. Obchodný názov Železničná spoločnosť Slovensko, a. s., používame vo všetkých prípadoch, keď sa odvolávame na Železničnú spoločnosť Slovensko, a. s., ako podnikateľský subjekt, v zmluvách, obchodných podmienkach, oficiálnych tlačovinách a v materiáloch, kde to predpisujú interné normy a legislatíva. V bežnom texte, napr. v oznamovacích prostriedkoch alebo neoficiálnej korešpondencii a v marketingových materiáloch, môžem názov spoločnosti používať v zjednodušenej podobe ZSSK - v tomto prípade vždy bez skratky „a. s.“.

#### Korporátne prvky

##### Logo a logotyp spoločnosti

Ochrannú známku (logo, logotyp) nesmieme používať priamo v texte. Logo a logotyp spoločnosti musíme používať vždy:

- v pôvodných farbách alebo čiernobielej verzii,
- vcelku (žiadna z častí nesmie byť vynechaná),
- so správnymi proporciami,
- s prvkami v správnom usporiadaní.

## Korporatívny font

Korporátnym fontom ZSSK je Franklin (Helvetica). Fonty je možné stiahnuť z dokumentačného servera ZSSK a nainštalovať do PC. V prípade, že font nemá užívateľ nainštalovaný, v písomnostiach a vo všetkých materiáloch vytváraných v ZSSK používame font Arial, ktorý je štandardom vo všetkých PC.

## Korporátne farby

Korporátne farby používané v marketingových materiáloch ZSSK vychádzajú z dvoch farieb

### Oranžová farba

PANTONE 165  
CMYK 0,85,85,0

### Modrá farba

PANTONE 286  
CMYK 100,80,0,6

Presné označenie farieb a všetky informácie súvisiace s použitím loga sú k dispozícii v grafickom manuáli a manuáli marketingovej komunikácie na dokumentačnom serveri ZSSK.





### Manuál marketingovej komunikácie

Obsahuje vzorové grafické riešenia väčšiny dvojrozmerných nosičov používaných na reklamu a propagáciu.



### Dizajn manuál HDV a vozňov

Obsahuje grafické riešenie náterov exteriéru všetkých v ZSSK na osobnú železničnú dopravu využívaných rušňov a vozňov.

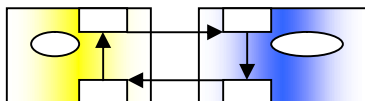


### Stanica nového typu: informačno–orientačný systém

Obsahuje grafické riešenie informačno–orientačného systému pre širokú cestujúcu verejnosť na železničných staniciach.



## NP- 3 - Stanica nového typu - Schéma procesu poskytovaných služieb\*

 Slučka kvality  
STN EN 13 816


### Služby hľadané cestujúcimi \*)

#### Železničná st. ( ZSSK ):

dostupnosť lístkov  
 predaj dopl. služieb  
 prepojenie s inými službami  
 prevádzka  
 všeobecné informácie  
 dopravné inf. - bežné podmienky  
 dopravné informácie  
 špecifické podmienky  
 rýchlosť obsluhy  
 starostlivosť o zákazníka  
 pohodlie  
 bezpečnosť  
 kultúra prostredia  
 a čistota

#### Železničná st. (ostatné subjekty)

reštauračné služby  
 potraviny  
 rýchle občerstvenie  
 predaj časopisov  
 predaj kvetov  
 úschovňa  
 WC služby  
 informácie  
 personál  
 prístup k vlakom  
 čistota a pohodlie  
 služby  
 bezpečnosť  
 zdravotnícke služby

#### Železničná st.( mesto ):

prípoje MHD. SAD  
 parkoviská  
 kvalita TAXI  
 bezpečnosť, pohodlie  
 informácie

### Poskytované služby

Kritérium	Služba podľa manuálu (1. úroveň)	Služba podľa písomného opatrenia ZSSK (2. úroveň)
1. Použiteľnosť		
2. Dostupnosť	3.2.1. Predaj cest. dokladov *) 3.2.2. Prípojová doprava v žst. „A“ *)	
3. Informácie	3.3.1. Inormačno-orientačný systém na žst. „A“ kategórie 3.3.2. Informačné služby na žst. „A“**)	
4. Čas	3.5.1. Prevádzka Zákazníckeho centra	3.5.2. Štandardy správania zamestnancov 1. kontaktu
5. Starostlivosť o zákazníka		
6. Pohodlie		
7. Bezpečnosť		
8. Dosah na životné prostredie		

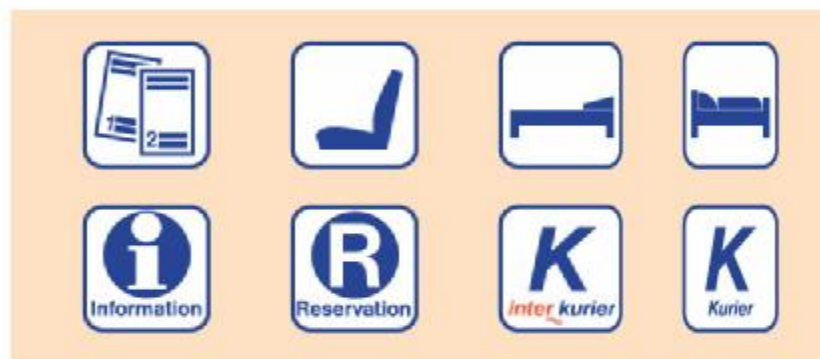
\*) Súpis zostavený na základe prieskumu

\*) Pripravované štandardy služieb




# VÍTAME VÁS V ZÁKAZNÍCKOM CENTRE LIPTOVSKÝ MIKULÁŠ

## • PONÚKANÉ SLUŽBY • DIENSTANGEBOT • OFFERED SERVICES •



## • SLUŽBY NAVIAC • ZUSÄTZLICHE DIENSTE • ADDITIONAL SERVICES •

- |                                |                                 |                               |
|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| • Poradenstvo                  | • Kundenberatung                | • Account Service             |
| • EUROLINES                    | • EUROLINES                     | • EUROLINES                   |
| • UNION                        | • UNION                         | • UNION                       |
| • Predaj doplnkových predmetov | • Verkauf der Erinnerungsstücke | • Sale of complementary goods |
| • Fotokopirovanie              | • Fotokopierung                 | • Photoduplicating            |
| • Služba FAX                   | • Telefax                       | • Fax                         |
| • Zprostredkovanie ubytovania  | • Wohnungsvermittlung           | • Mediation of Lodging        |
| • Prípojová doprava            | • Anschluss                     | • Connection                  |






# POKLADNICA

**VNÚTROŠTÁTNE A MEDZINÁRODNÉ CESTOVNÉ LÍSTKY,  
MIESTENKY, LÔŽKA A LEŽADLÁ**

**BINNEN UND INTERNATIONALE FAHRKARTEN,  
PLATZKARTEN, BETT UND LIEGEKARTEN**

**DOMESTIC AND INTERNATIONAL TICKETS,  
SEAT RESERVATIONS, SLEEPERS AND COUCHETTES**



**REZERVÁCIE**

