

Výroční správa 2013

MADE BY VACULIK, s. r. o.

Obsah

1. Profil Spoločnosti	3
1.1 Všeobecné informácie	3
1.2 Organizačná zložka Praha	3
1.3 Portfólio poskytovaných služieb	4
1.4 Referencie	5
2. Vývoj finančnej situácie	5
2.1 Finančné výkazy	5
2.2 Finančné ukazovatele	7
2.3 Vplyv Spoločnosti na zamestnanosť	9
2.4 Návrh na rozdelenie zisku	9
2.5 Očakávaný vývoj v nasledujúcom období	9
2.6 Ďalšie informácie	9
3. Účtovná závierka k 31.12.2013	10

1. Profil Spoločnosti

Spoločnosť MADE BY VACULIK (ďalej len „Spoločnosť“) vznikla v roku 1999 pod názvom Juraj Vaculik Creative Studio. V roku 2004 sa názov zmenil na VACULIK ADVERTISING a už o dva roky neskôr, v roku 2006, sa agentúra VACULIK ADVERTISING stala Agentúrou roka podľa hodnotenia mesačníka Stratégie. Ďalšou kľúčovou udalosťou bolo otvorenie pražskej pobočky v roku 2007, ktorá sa medzičasom rozrástla na plnohodnotnú reklamnú agentúru. V januári 2012 sa zmenili logo, farba, adresa a aj názov Spoločnosti na MADE BY VACULIK.

Okrem Slovenska a Českej republiky Spoločnosť pripravovala a pripravuje reklamné kampane aj v ďalších krajinách Európy, ale aj Ázie (Čína, Taiwan). Dôkazom vysokej kvality poskytovaných služieb je viacero ocenení z domácich aj zahraničných súťaží a festivalov: Slovensko - Zlatý klinec, Česká republika - Zlatá pecka, Piaf, FLE Media Awards, Slovinsko - Golden Drum, Lotyšsko - Golden Hammer, Veľká Británia - Eurobest, Francúzsko - Epica Awards, Cannes Lions, USA - AME Awards, Midas, Creast Awards, Cristal Awards, Global awards.

1.1 Všeobecné informácie

Obchodné meno:	MADE BY VACULIK, s. r. o.
Právna forma:	Spoločnosť s ručením obmedzeným
Sídlo:	Búdková 28, 811 04 Bratislava
IČO:	35 761 814
Spoločníci:	Mgr. Juraj Vaculík

Spoločnosť bola založená zakladateľskou listinou dňa 13.1.1999 Mgr. Jurajom Vaculíkom, ktorý je zároveň aj konateľom Spoločnosti a do Obchodného registra Okresného súdu Bratislava I bola zapísaná 25.2.1999 pod číslom 18652/B. Základné imanie vo výške 6 638,78 EUR bolo splatené v plnej výške. Hlavným predmetom činnosti podľa obchodného registra je reklamná a propagačná činnosť - výroba, požičiavanie a distribúcia audio a videozáznamov, výroba a predaj grafických návrhov, inzerátov spracovaných pomocou počítača a poradenská činnosť v oblasti reklamy a propagácie.

1.2 Organizačná zložka Praha

Spoločnosť je zriaďovateľom organizačnej zložky v Českej republike MADE BY VACULIK, s.r.o. organizačná zložka, ktorá bola 4.6.2007 pod spisovou značkou A 57635 zapísaná do Obchodného registra vedeného Mestským súdom v Prahe. Vedúcim organizačnej zložky je Mgr. Juraj Vaculík. Hlavným predmetom činnosti je reklamná činnosť a marketing, grafické práce a pod.

1.3 Portfólio poskytovaných služieb

Filozofiou MADE BY VACULIK je prostredníctvom spolupráce svojich štyroch základných zložiek (Media, Advertising, Digital a Events) prinášať originálne kreatívne a komplexne fungujúce riešenia, ktoré naplňajú očakávania a biznis plány svojich klientov.

Media

Doba, keď mali médiá monopol na šírenie informácií, sa končí. Objem bol nahradený obsahom. Jeden originálny a prekvapujúci event môže mať vďaka sociálnym sieťam väčší dosah ako celá televízna kampaň. Naším zámerom v oblasti médií je preto nielen kreatívne využívať existujúce platformy, ale najmä skúmať nové spôsoby šírenia obsahu a otvárať nové komunikačné kanály. Áno, vieme aj naplánovať a nakúpiť štandardné médiá. Nechválime sa však tým, čo považujeme za samozrejmé.

Advertising

Sme reklamný „think-tank“. Dennodenne vyvíjame a testujeme prototypy ideí. Skúmame ich zo všetkých strán, konfrontujeme ich s našimi vlastnými pochybnosťami i s okolitou realitou. Niektoré idú do šuflíka, niektoré do výroby a tie najlepšie sa stanú prípadovými štúdiami.

Digital

V oblasti online reklamy ťažíme z našich dlhoročných kreatívnych, mediálnych a strategických skúseností a kombinujeme ich s know-how nášho digitálneho tímu. V praxi to znamená, že pri vzniku integrovaných kampaní úzko spolupracujú online a offline kreatívci, čo sa vo výsledku priaznivo prejaví na koncepcnej súdržnosti celej kampane. Okrem kreatívcov disponujeme aj kompletným in-house tímom developerov pre internetové projekty i mobilné aplikácie.

Events

Eventy vnímame ako dôležitú a integrálnu súčasť multiplatformového mixu definovaného filozofiou MADE BY VACULIK. Dobrý event nemusí byť veľký. Dobrý event je ten, o ktorom sa hovorí. V dobe, keď sa každý okoloidúci s mobilným telefónom môže premeniť na televízny štáb, stačí i malý pouličný happening s dobrým nápadom na to, aby sa o vás a o vašej značke vedelo.

1.4 Referencie

Dôkazom úspešnosti konceptu MADE sú desiatky spokojných zákazníkov. V nasledujúcej tabuľke sú zhrnuté niektoré vybrané úspešne realizované projekty:

Zložka	Zákazník	Projekt
Media	Tatra banka VŠMU Nadácia Tatra banky Velkopopovický kozel Divé maky	Divadelný spot, Najdlhšia báseň Pripravujeme sa na svetlá reflektorov Grant Viac umenia Štrngátor Čigánsky bašável
Advertising	Tatra banka Tesco T-Mobile CZ Central Birell	Bezúčelový úver, Viamo, Karta na počkanie,... Vianoce 2013 EURO 2012, Futbal sponzoring Otváracia kampaň, I ♥ jarná únava, Letná kampaň Osvieži tvoj svet, Chuť dotiahnutá do konca
Digital	Tesco Mercedes-Benz Penta Investmens Aegon Tatra banka	Tescokvalita.sk, Šmolkovia - microsite Lebomedved.sk, iPad aplikácia Bory.com 10 koncov sveta Šillený facebook, Ride Academy, Fastbook,...
Events	Raiffeisen Eurovea Nadácia Tatra banky ING Tatra banka	Otváranie pobočiek po celom Slovensku Grand opening, 4 weekends Návšteva prof. Williamsona, nositeľa Nobelovej ceny 20 rokov ING bank N.V. na Slovensku Vianočný večierok

2. Vývoj finančnej situácie

2.1 Finančné výkazy

Po výraznom prepade tržieb v minulých obdobiach (najmä v súvislosti s hospodárskou krízou) bol pokles tržieb v roku 2013, súvisiaci s úspešnou finalizáciou náborovej kampane pre jedného z významných klientov, miernejší (10%). Rovnako sa vyvíjali aj takmer všetky kategórie nákladov s výnimkou mzdových nákladov, ktoré vzrástli z dôvodu nárastu priemerného počtu zamestnancov. Z tohto dôvodu je zisk k 31. decembru 2013 (211 tis. EUR) o 131 tis. EUR nižší v porovnaní s predchádzajúcim obdobím.

Analyza výnosov, nákladov a výsledku hospodárenia v tis. EUR	Rok končiaci 31.12.2013	Rok končiaci 31.12.2012	Zmena	Zmena v %
Tržby za predaj tovaru	5	0	5	100%
Náklady vynaložené na predaný tovar	5	0	5	100%
<i>Obchodná marža</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>
Tržby z predaja služieb	6 479	7 169	(690)	(10%)
Spotreba materiálu a energie	4 777	5 651	(874)	(15%)
Služby	116	80	36	45%
<i>Pridaná hodnota</i>	<i>4 662</i>	<i>5 571</i>	<i>(909)</i>	<i>(16%)</i>
Osobné náklady	1 701	1 518	183	12%
Ostatné náklady na hospodársku činnosť	70	118	(48)	(41%)
Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	13	20	(7)	(35%)
Výsledok hospodárenia z hosp. činnosti	322	414	(92)	(22%)
Výnosové úroky	13	17	(4)	(24%)
Nákladové úroky	10	14	(4)	(29%)
Ostatné výnosy z finančnej činnosti	17	78	(61)	(78%)
Ostatné náklady na finančnú činnosť	54	61	(7)	(11%)
Výsledok hospodárenia z fin. činnosti	(33)	21	(54)	(257%)
Daň z príjmov	78	93	(15)	(16%)
Výsledok hospodárenia	211	342	(131)	(38%)

Štruktúra majetku sa v porovnaní s minulým rokom výraznejšie nezmenila a zostáva stabilná. Na štruktúru zdrojov krytia majetku malo významný vplyv prerozdelenie kumulovaného výsledku hospodárenia minulých období v sume 1 023 tis. EUR, ktoré sa prejavilo na jednej strane ako zníženie vlastného imania, a na druhej strane ako nárast záväzkov.

Analyza majetku, záväzkov a vlastného imania v tis. EUR	31.12.2013	31.12.2012	Zmena	Zmena v %
Majetok spolu	2 703	2 537	166	7%
Neobežný majetok	183	164	19	12%
Dlhodobý nehmotný majetok	1	2	(1)	(50%)
Dlhodobý hmotný majetok	182	155	27	17%
Dlhodobý finančný majetok	0	7	(7)	(100%)
Obežný majetok	2 331	2 334	(3)	(0%)
Zásoby	6	4	2	50%
Krátkodobé pohľadávky	1770	1616	154	10%
Finančné účty	555	714	(159)	(22%)
Časové rozlíšenie	189	40	149	373%

Vlastné imanie a záväzky spolu	2 703	2 537	166	7%
<i>Vlastné imanie</i>	<i>210</i>	<i>1 029</i>	<i>(819)</i>	<i>(80%)</i>
Základné imanie	7	7	0	0%
Fondy	(8)	(1)	(7)	700%
Kumulovaný výsledok hospodárenia	211	1 023	(812)	(79%)
<i>Záväzky</i>	<i>2 485</i>	<i>1 508</i>	<i>977</i>	<i>65%</i>
Rezervy	35	19	16	84%
Dlhodobé záväzky	10	5	5	100%
Krátkodobé záväzky	2 040	1 040	1 000	96%
Bankové úvery	400	444	(44)	(10%)
<i>Časové rozlíšenie</i>	<i>8</i>	<i>0</i>	<i>8</i>	<i>100%</i>

2.2 Finančné ukazovatele

Pre lepšiu ilustráciu finančnej situácie Spoločnosti v nasledujúcich tabuľkách uvádzame vybrané pomerové ukazovatele likvidity, aktivity, zadĺženosti a rentability:

Ukazovatele likvidity

Ukazovateľ	31.12.2013	31.12.2012	Zmena	Zmena v %
Likvidita I. stupňa (okamžitá) ¹	0,22	0,48	(0,26)	(54%)
Likvidita II. stupňa (pohotová) ²	0,94	1,55	(0,61)	(39%)
Likvidita III. stupňa (bežná) ³	0,94	1,55	(0,61)	(39%)

V porovnaní s predchádzajúcim obdobím došlo k zhoršeniu jednotlivých druhov likvidity, najmä vplyvom nárastu krátkodobých záväzkov (z titulu rozdelenia kumulovaného zisku minulých období). Zatiaľ čo likvidita I. a II. stupňa sa približuje ideálnym hodnotám (0,2-0,6 pre likviditu I. stupňa, resp. 1-1,5 pre likviditu II. stupňa), likvidita III. stupňa zaostávala za odporúčaním (2-2,5). Spoločnosť je však schopná platiť svoje krátkodobé záväzky.

¹ Počítaná ako finančný majetok/krátkodobé záväzky

² Počítaná ako (finančný majetok + krátkodobé pohľadávky)/krátkodobé záväzky

³ Počítaná ako obežný majetok/krátkodobé záväzky

Ukazovatele aktivity

Ukazovateľ	31.12.2013	31.12.2012	Zmena	Zmena v %
Obrat celkových aktív ⁴	2,40	2,83	(0,43)	(15%)
Doba inkasa pohľadávok z obchodného styku ⁵	67 dní	73 dní	(6 dní)	(8%)
Doba splatnosti záväzkov z obchodného styku ⁶	46 dní	47 dní	(1 deň)	(2%)

Všeobecne môžeme povedať, že ukazovatele aktivity sa vyvíjali pozitívne (doba obratu sa skracovala). Doba inkasa pohľadávok a doba splatnosti záväzkov sa postupne vyrovnávajú.

Ukazovatele zadĺženosti

Ukazovateľ	31.12.2013	31.12.2012	Zmena	Zmena v %
Celková zadĺženosť ⁷	92%	59%	33%	56%
Finančná páka ⁸	11,85	1,47	10,38	706%
Úrokové krytie ⁹	30,83	32,90	(2,07)	(6%)

Celková zadĺženosť vzrástla z dôvodu vyššie spomínaného rozdelenia výsledku hospodárenia minulých období, čo sa odrazilo aj na ukazovateli finančná páka. Úrokové krytie dokazuje, že Spoločnosť je schopná vytvoriť dostatočný objem prostriedkov na úhradu nákladových úrokov.

Ukazovatele rentability

Ukazovateľ	31.12.2013	31.12.2012	Zmena	Zmena v %
Rentabilita aktív ¹⁰	11%	18%	(7%)	(39%)
Rentabilita vlastného kapitálu ¹¹	101%	33%	68%	206%
Rentabilita tržieb ¹²	4%	6%	(2%)	(33%)

⁴ Počítané ako tržby/celkové aktíva

⁵ Počítané ako ((pohľadávky z OS k 1.1.201x + pohľadávky z OS k 31.12.201x)/2)/(tržby za obdobie/365)

⁶ Počítané ako ((záväzky z OS k 1.1.201x + záväzky z OS k 31.12.201x)/2)/(tržby za obdobie/365)

⁷ Počítané ako cudzí kapitál/celkový kapitál*100

⁸ Počítané ako cudzí kapitál/vlastný kapitál

⁹ Počítané ako (zisk pred zdanením + nákladové úroky)/(nákladové úroky)

¹⁰ Počítané ako (zisk pred zdanením + nákladové úroky)/celkové aktíva*100

¹¹ Počítané ako čistý zisk/vlastný kapitál*100

¹² Počítané ako zisk pred zdanením/tržby*100

Rentabilita aktív a tržieb poklesla z dôvodu nižšieho zisku v porovnaní s predchádzajúcim obdobím. Nárast rentability vlastného kapitálu súvisí s už spomínaným rozdelením kumulované zisku minulých období.

2.3 Vplyv Spoločnosti na zamestnanosť

V roku 2013 priemerný počet zamestnancov stúpol o 13 (z 32 v roku 2012 na 45 v roku 2013), k 31.12.2013 mala Spoločnosť 48 zamestnancov.

Napriek tomu, že Spoločnosť nemá významný vplyv na zamestnanosť v regióne, patrí medzi žiadaných zamestnávatelov na marketingovom trhu, najmä vďaka vyhovujúcim pracovným podmienkam

2.4 Návrh na rozdelenie zisku

Spoločnosť dosiahla v roku 2013 zisk vo výške 210 855 EUR. Na základe rozhodnutia jediného spoločníka bude zisk prevedený do nerozdelených ziskov minulých rokov.

2.5 Očakávaný vývoj v nasledujúcom období

Plán Spoločnosti na nasledujúce obdobie by sa dal definovať ako snaha o stabilizáciu. Pokles tržieb v predchádzajúcich rokoch spôsobený najmä svetovou hospodárskou krízou a s tým spojeným okresávaním rozpočtov firiem na marketing bol sprevádzaný internými úspornými opatreniami, vďaka ktorým sa podarilo udržať kladný hospodársky výsledok. Spoločnosť si vytvorila portfólio silných klientov, čím posilnila aj svoju pozíciu na reklamnom trhu.

Na tomto základe bude Spoločnosť stavať v roku 2014 pri stabilizácii cash flow a očakávanom opätovnom náraste tržieb a ziskovosti. Plán obratu a zisku na nasledujúci rok je nastavený realisticky, Spoločnosť chce prinášať originálne riešenia pre svojich partnerov.

2.6 Ďalšie informácie

Spoločnosť počas roka 2013 neúčtovala žiadne náklady na výskum a vývoj.

Spoločnosť dodržiava zákonné normy týkajúce sa životného prostredia.

Počas účtovného obdobia 2013 Spoločnosť nenadobudla vlastné akcie, dočasné listy, obchodné podiely a akcie, dočasné listy a podiely materských účtovných jednotiek.

Výročná správa za rok 2013
MADE BY VACULIK, s. r. o.

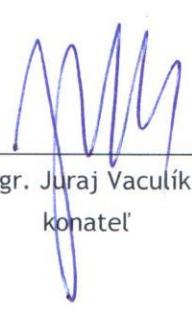


Po skončení účtovného obdobia nenastali žiadne udalosti osobitného významu, ktoré by mali vplyv na účtovnú závierku k 31.12.2013.

3. Účtovná závierka k 31.12.2013

Účtovná závierka k 31.12.2013 je prílohou tejto výročnej správy.

V Bratislave 16. júla 2014



Mgr. Juraj Vaculík
konateľ