

Výročná správa

20
15



PIXELFEDERATION®
players to players

Obsah

Príhovor generálneho riaditeľa	4
Profil spoločnosti	6
Kľúčové informácie o spoločnosti	8
Ekonomický a finančný prehľad	21
Účtovná závierka	31



Príhovor generálneho riaditeľa

Milí kolegovia, spoločníci, hráči,

ubehol ďalší rok v Pixel Federation a znova sa nám podarilo prekonať ten predchádzajúci rok 2014 vo všetkých firemných KPI's. Firma vstupovala do nového roku so 140 ľuďmi a na konci roka nás bolo už 170. A ako sa hovorí: „firemná kultúra zje na raňajky víziu a stratégiu“, tak aj v tomto duchu sme vnímali náš rast. Veľký pozor sme si dávali na to, aby zostal hlad a duch start-up(u), zároveň sme zavádzali procesy a smernice, ktoré sú pre firmu takejto HR veľkosti potrebné. Firemnú kultúru vnímame hlavne „naplnením“ spravodlivosti a transparentnosti, preto sme vo firme rozmiestnili obrazovky, kde kolegovia a kolegyně vidia všetky dôležité čísla o našich projektoch. Zároveň sme sa snažili vytvoriť a vylepšiť pracovné prostredie so zaujímavými benefitmi. K tomuto progresu pomohli aj drafty skúsených manažérov a silné obsadenie pozície COO. Budovanie firemnej kultúry sme považovali za najdôležitejšiu a najkritickejšiu vec v roku 2015. Podarilo sa nám zostaviť fungujúci „orgchart“ - firemnú štruktúru. Musím povedať, že stanovené ciele sme naplnili, avšak v budúcnosti nás čaká veľa ďalších výziev.

Čo sa týka projektov, podaril sa nám veľký prechod na mobily s našou najúspešnejšou hrou TrainStation. Tento bolestivý proces sme zvládli bez väčšieho technického zaváhania, avšak pri dvojnásobnom čase ako sme

plánovali. Každopádne sa ukazuje po spustení marketingu, že hra bude rásť aj na mobiloch a niektoré konverzie má podstatne lepšie ako na canvase. TrainStation aj v roku 2015 zostal náš najlepší projekt, ktorý tvoril zhruba 60 % z celkového balíka firemných revenues a kontinuálne rastie už 5. rok. Druhým najúspešnejším projektom zostal Diggy's Adventure. Táto jedinečná hra rástla v roku 2015 spomedzi všetkých našich hier najrýchlejšie. Momentálne tvorí takmer 30 % celofiremných revenues a má najväčší team. Momentálne pripravujeme seamless verziu na mobily a tablety. Veríme že práve „Diggy“ má na tejto platforme veľký potenciál. Tretím projektom, ktorý chcem spomenúť je Emporea. Náš najstarší produkt znova rástol aj v roku 2015. Podarilo sa nám zastabilizovať hráčsku základňu a sloganom „Emporea - retro game“ vymedziť jej priestor na trhu midcore online browser hier.

Som veľmi rád, že sa nám podarilo vytvoriť po dlhšej dobe novú hru Seaport. Zvolili sme konzervatívnejší prístup a hru sme najskôr urobili do browserov. Prvé mesiace naznačujú, že dopravno – kolektorský motív, ktorý opakujeme z TrainStation sa oplatil implementovať. Hra má veľký potenciál a rok 2016 ukáže kam až sa v celofiremných revenues dostane. Žiaľ v roku 2015 sme aj „failovali“. Projekt Big Shopkeeper sa nám dlhodobo nedaril dostať do čiernych čísel a preto sme sa rozhodli, že tento projekt pomaly uspíme a team rozpustíme.

Výraznou mierou k naplneniu plánu za rok 2015 prispeli aj „supportné“ oddelenia. Chcel by som spomenúť: marketing, hernú analýzu, quality assurance, community management, operations a tech. Na všetkých týchto oddeleniach pracujú talentovaní a dedikovaní ľudia, ktorí pomáhajú našim hrám rásť, správne interpretovať dáta, hľadať chyby a komunikovať so zákazníkmi na technicky spoľahlivých riešeniach.

Všetky naše úspechy sa premietli do výborných čísel, naše výnosy medziročne vzrástli skoro o 10% a dosiahli sme hospodársky výsledok 2.212 tis. eur.

Som veľmi rád, že vo firme sa podarilo zachovať atmosféru a pracovné nasadenie, ktoré vychádza z nášho hesla „from players to players“. Robíme to čo milujeme a vážime si úspech, ktorý sme dosiahli. Zároveň som rád, že máme veľké plány do roku 2016 a sme hladní po nových výzvach. Chcel by som poďakovať všetkým kolegyniam a kolegom. Myslím si, že sme vytvorili jeden super fungujúci team, na ktorý môžeme byť hrdí. Veľmi pekne by som chcel poďakovať managementu a boardu firmy, Mariánovi Fridrichovi za to, že sme vytvorili vzájomne sa dopĺňajúcu dvojicu s jasne vymedzenými kompetenciami, ďalej Filipovi Fischerovi, Martinovi Blaškovičovi a Petrovi Lukešovi. Na záver veľká vďaka aj našim hráčom, bez ktorých by sme tu neboli. Tento rok ich už bolo 40 miliónov. Nech všetci žijú dlho a prosperujú!



Šimon Šicko
Chief Executive Officer
konateľ

Profil společnosti



Obchodný názov a sídlo

PIXEL FEDERATION, s.r.o.
Einsteinova 19
851 01 Bratislava

História spoločnosti

PIXEL FEDERATION, s.r.o. bola založená a zaregistrovaná 10.8.2007 (Obchodný register Okresného súdu Bratislava I, Oddiel: Sro, Vložka číslo: 47333/B). Spoločnosť založili štyria zakladatelia. Činnosť spoločnosti bola zo začiatku orientovaná na výrobu atypických koncepčných a technických riešení, programov a aplikácií pre iné podnikateľské subjekty. V roku 2009 sa vedenie spoločnosti rozhodlo, že spoločnosť sa ďalej bude orientovať iba na vývoj a poskytovanie hier konečným užívateľom vo vlastnej produkcii. V rokoch 2008-2010 do spoločnosti vstúpili dvaja noví majitelia.

Spoločnosť nemá žiadne organizačné zložky v zahraničí.

Konatelia

Mgr. art. Šimon Šicko (CEO)
Marián Fridrich (CPO)

Kľúčové informácie o spoločnosti



Podnikateľské zameranie spoločnosti

PIXEL FEDERATION, s.r.o. je herné štúdio, ktoré sa už 7 rokov snaží prinášať zábavu a radosť ľuďom po celom svete prostredníctvom svojich hier. Hlavnou myšlienkou spoločnosti je slogan „Players to Players“. PIXEL FEDERATION patrí medzi najlepších herných vývojárov v oblasti EMEA, zaradila sa aj medzi najúspešnejších vývojárov na Facebooku.

Prioritou pre spoločnosť sú hráči, a veríme, že prvotriednym servisom a kvalitnou zábavou dokážeme posunúť herný priemysel vpred. Nezabúdame však ani na našich zamestnancov a preto jedným z našich cieľov je tiež vytvoriť im kreatívne prostredie, v ktorom budú chcieť tráviť čas a kam ich baví chodiť. PIXEL FEDERATION je herný developer a zároveň aj publisher a venuje sa výlučne tvorbe hier, pričom sa snaží rozširovať svoje pôsobenie na stále väčšie množstvo platforiem. Spoločnosť sa snaží zamerať na stabilný a dlhodobý ekonomický rast. Venujeme sa optimalizácii už vydaných hier ako aj vývoju hier nových.

V roku 2015 sa spoločnosť umiestnila na 244. mieste v rebríčku Technology Fast 500 TM zostavenom pre Európu, Blízky východ a Afriku (EMEA región), pričom v stredoeurópskom rebríčku Technology Fast 50 sa umiestnila na 29. mieste s rastom výnosov na úrovni 407 % hodnotených za štvorročné obdobie rokov 2011 až 2014. V rebríčku najatraktívnejší zamestnávateľ 2015 v oblasti IT/Telekomunikácie sa PIXEL FEDERATION umiestnil na 3. mieste. Spoločnosť v tomto roku spustila svoju ďalšiu hru Seaport (bývalý Portships) a v ďalšom období chce spoločnosť vstúpiť aj na trh platených hier.

Naším poslaním aj naďalej zostáva tvoriť hry, aké chceme sami hrať, hry ktoré sa dajú hrať kdekoľvek a kedykoľvek.

Produkty spoločnosti – hry

Sme herné štúdio a dávame priestor tvorbe hier, ktoré by sme sami radi hrali ako hráči. Všetky hry, ktoré máme momentálne vydané, sú social games spájané najmä s Facebookom. Momentálne máme v pláne robiť aj produkty na Steam a naše hry sú aj vo verziách pre tablety a smartphony. Vydané hry zatiaľ pracujú na báze modelu free to play. Sú prevádzkované ako online služba pre lepšiu konektivitu hráčov a lepšiu monetizáciu. Spoločnosť chce v budúcnosti vstúpiť aj na trh premium hier. Neustále sa snažíme optimalizovať analýzu hier a hráčskeho správania tak, aby sme hry urobili atraktívnejšími a tiež sa snažíme o vylepšenie ARM modelu (akvizícia, retencia, monetizácia). Začali sme tiež pracovať na vývoji dvoch ďalších hier – Galactic Junk League a Morning Men. Projekt Galactic Junk League patrí do žánru akčných multi-playerových hier. Ide o hru v ktorej dve skupiny hráčov, kde každý z nich ovláda svoju vesmírnu loď, bojujú proti sebe vo vesmírnej aréne. Hra taktiež umožní hráčovi postaviť svoju vlastnú vesmírnu loď z dielov ktoré ma k dispozícii. Projekt je implementovaný v Unity engine a využíva 3D vizuál. Projekt bude vydaný pre PC. Hlavným cieľom pre projekt je vydanie hry pre Steam platformu koncom roka 2016 ako early access. Morning Men je epizódna story-driven hra, kde hráčove rozhodnutia majú vplyv na to, akým spôsobom a smerom sa príbeh hry odohráva. Hra je celá štylizovaná line-artovým štýlom ako komiksová novela zachytávajúca neznámy sci-fi svet, kde hráč interaguje s inými postavami z tohoto sveta, a na základe jeho rozhodnutí sa tieto postavy k nemu aj správajú. Popri cestovaní, objavovaní týmto svetom a konverzácií s inými bytosťami, hra obsahuje aj turn-based combat system s prvkami starších JRPG`s. Hra ma prémiový business model a plánujeme ju vydať na Steam platforme. V tesnom závese sa budeme snažiť hru vydať aj na iOS tablety a telefóny.

TrainStation – 2D vlaková simulácia

Hra TrainStation si aj v roku 2015 zachovala prvenstvo medzi PF hrami. Začiatkom roka hra expandovala z PC platformy na mobilný trh. Ako prvá bola vydaná verzia pre iPad tablet (Apple) a o pár mesiacov neskôr bola hra ponúknutá aj užívateľom tabletov na platforme Google Play (Android). Vydanie vezie pre mobilne telefóny prebehlo naraz pre iPhone aj Android telefóny. Ako posledná platforma kam hra TrainStation expandovala boli modifikované Android zariadenia výrobcu Amazon. Vstup na mobilné zariadenia bol z technického hľadiska pomerne hladký, no z marketingového hľadiska to bolo komplikovanejšie. Aby sa dali kampane a ich splatnosti vyhodnocovať, bolo potrebné do hry naprogramovať rôznych marketingových partnerov, ich implementácia a úprava pre našu hru bola zdĺhavá, testing náročný a fakt, že provider nové verzie aplikácie schvaľoval v priemere 5-10 dní prispeli k tomu, že reálne marketingové kampane začali bežať s oneskorením. Tiež sme experimentovali s pre nás netradičnými formami akvizície. Spomenúť môžeme printovú reklamu v modelárskych a vlakových magazínoch v USA, alebo TV spot na nemeckých, rakúskych a švajčiarskych televíznych

staniciach. Výrazným faktorom v zlepšení monetizácie hry bol fakt, že sme sa rozhodli skrátiť interval spúšťania špeciálneho segmentovaného výpredaja z 3-4 mesiacov na 2 mesiace. Zároveň sme v auguste po prvý krát spustili predmetný výpredaj aj na mobilných zariadeniach. V druhej polovici roka sme sa tiež snažili výraznejšie zlepšiť retenciu hráčov aplikáciou viacerých zlepšení, pričom každé z nich sme dôkladne AB testovali, aby sme poznali ich presný dopad na ochotu hráča zotrvať v hre dlhodobo. Napriek nasej neodškriepiteľnej snahe sa iba jedno z cca štyroch vylepšení ukázalo byť prospešné, avšak nie tak výrazne ako by sme si boli priali.

Emporea: Realms of War & Magic - midcore fantasy stratégia

Začiatok roka 2015 bol na projekte Emporea: Realms of War & Magic venovaný vylepšovaniu mobilnej verzie hry ako po technickej, tak po designovej stránke. Všetky tieto úpravy vyústili na prelome prvého a druhého kvartálu do veľkého re-launchu hry na Androidoch. K nim sa neskôr pridali aj platformy iOS a Amazon. Prvý krát bol naplno spustený aj marketing pre mobilnú verziu za účelom akvizície hráčov. Keďže kľúčové ukazovatele projektu na mobilnej platforme však nedosahovali očakávanú úroveň a najmä cenu za inštaláciu sa ani napriek spolupráci s rôznymi externými poskytovateľmi marketingových služieb nepodarilo dostať na požadovanú hodnotu, s marketingom na mobilných hráčov sme sa rozhodli nepokračovať. Čisté príjmy projektu mali začiatkom roka stúpajúci medzimesačný trend, aj vďaka úspešnému posielaniu hráčov z Facebooku na náš vlastný portál. Tento trend v apríli vyústil až do rekordného mesiaca v histórii projektu. V letných mesiacoch sa však sezónnosť podpísala na značnom poklese príjmov. Tie sa ale v septembri vrátili k svojim hodnotám spreď leta a mesiac december, aj vďaka vianočnému eventu, ešte prekonal aj dovtedy rekordný apríl. Po gameplayovej stránke sme v druhej polovici roka predstavili úplne nový, zrýchlený svet. Čas na ňom plynul tri-krát rýchlejšie ako na štandardných svetoch a trval tak iba 28 dní. Táto novinka sa najmä u hard-corejších hráčov veľmi osvedčila a preto sme sa rozhodli tento koncept s rôznymi obmenami pravidelne opakovať. V roku 2015 sa tiež začali prípravy na implementáciu novej platformy Steam. Konkrétne sme hru posunuli do schvaľovacieho procesu, zvaného Greenlight. Tento krok sa nám podarilo uzavrieť do konca roka, vďaka čomu sme získali prístup k dokumentácii potrebnej pre ďalšie kroky implementácie.

Diggy's Adventure – RPG adventure

Diggy's Adventure si aj v roku 2015 udržala druhé miesto v podiele na tržbách. Hra dosiahla niekoľko významných míľnikov. Okrem základných metrík ako sú denní aktívni užívatelia, ktorých sa nám medziročne podarilo zvýšiť o 60%, sme v rovnakom období aj tržby zvýšili skoro o 60%. K tomuto zvýšeniu nám výrazne pomohlo vylepšenie marketingu. Zlepšili sme zábavnosť hry a tým sa nám podarilo zvýšiť návratnosť hráčov do hry. Hráčom sme poskytli príbehy,

ktoré boli zamerané najmä na reálne udalosti vo svete. Okrem toho sa nám podarilo pridať aj 11 špeciálnych týždňov, ktoré zvýšili pestrosť hry. Významný pozitívny vplyv na celkové zlepšenie herného zážitku mala aj zmena fungovania herných mechaník spojených s produkciou a to fungovanie karaván a zlievarne, či pridanie kuchyne. Okrem iného sme pridali aj región Atlantídu, ktorá pridala novú dimenziu do nášho príbehu.

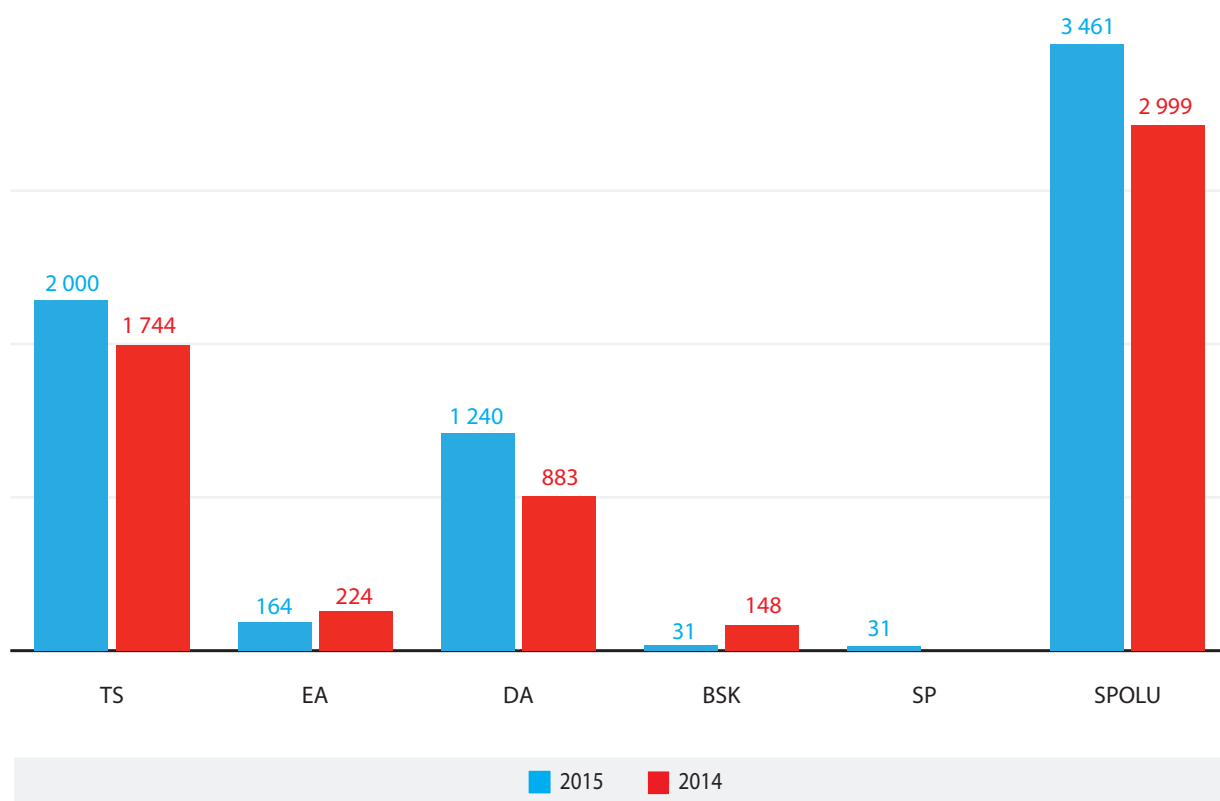
Big Shopkeeper - simulácia

Od začiatku roka 2015 sme sa snažili vylepšiť dlhodobú monetizáciu projektu a škálovateľnosť herného obsahu. V apríli sme vypustili veľkú aktualizáciu, ktorá síce strojnásobila množstvo herného obsahu a predstavila niekoľko nových mechaník, no kvôli prísnemu nastaveniu, vyvolala u starých hráčov vlnu odporu. V priebehu ďalších 2 mesiacov sme však stratili polovicu hráčskej základne. Klesajúce trendy sa síce podarilo zbrzdiť, ale nie zlepšiť. Vzhľadom na dlhodobé slabšie výsledky, sme sa rozhodli projekt od štvrtého kvartálu zmraziť. Automatizovaná hra bude dostupná, kým v nej bude dostatok platcov.

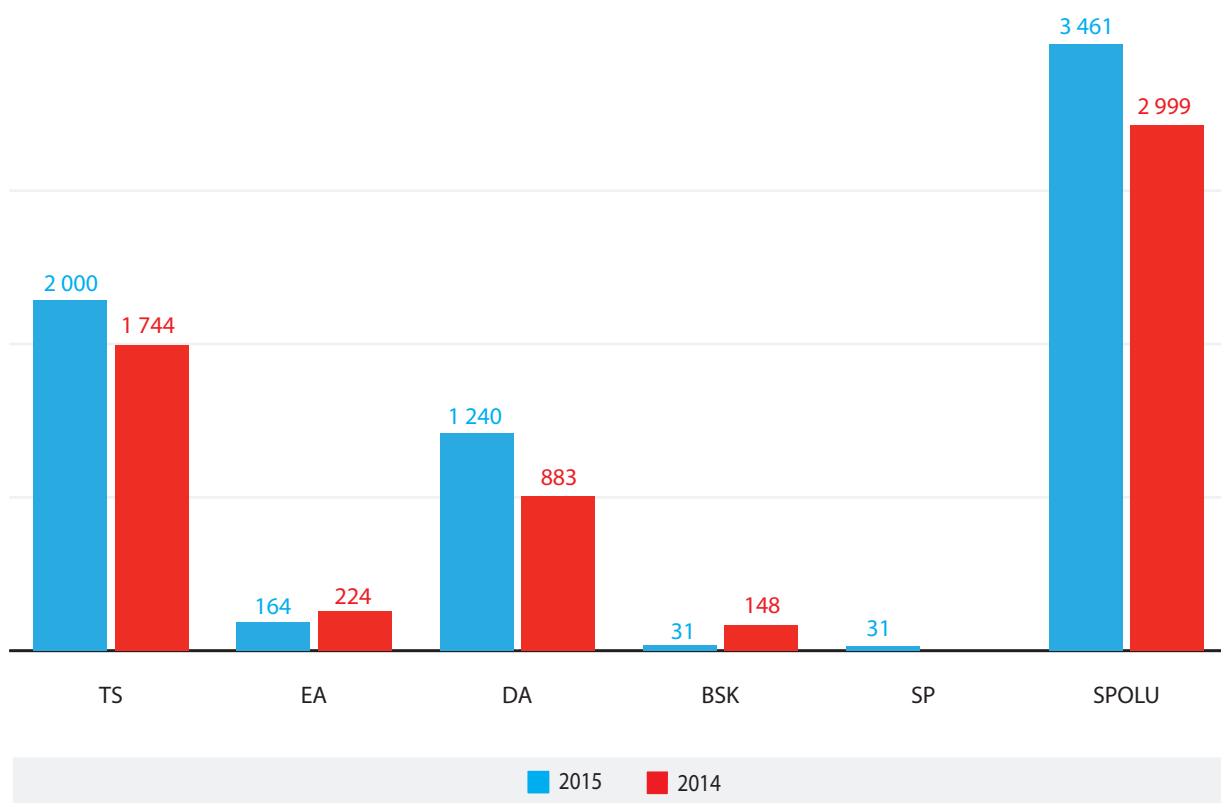
Seaport - simulácia

Hra Seaport je najmladšou hrou v portfóliu PF. V roku 2015 sme začali s prototypovou fázou projektu. Prototypová fáza pozostávala z viacerých častí grafickej, technickej a herného-dizajnerskej, ktoré sa uskutočňovali súčasne. Grafické prototypovanie projektu spočívalo vo vypracovaní zadání, z ktorých sa vybralo najlepšie. Pri vyhodnocovaní sa prihliadalo, okrem dizajnerskej stránky, aj na technické požiadavky projektu, grafické technológie potrebné pri vytváraní herného obsahu a ich časovej náročnosti z hľadiska produkčného času. Pre klientskú časť kódu, zabezpečujúcu celú vizuálnu časť projektu, bolo potrebné nájsť vybavenie spĺňajúce všetky požiadavky, najmä stabilnú technológiu pre webovú verziu hry a zároveň pre mobilné zariadenia, ktorá by umožnila používať trojrozmernú grafiku. Zvolili sme Stage3d s frameworkom Genom2d, ktorý bol priamo pre potreby projektu upravený. Hlavnou požiadavkou pre databázovú časť projektu bola škálovateľnosť potrebná s rastom projektu a hráčskej základne. Tieto požiadavky spĺňa, pre projekt vybraná, technológia Mongo. Herného-dizajnerska časť prototypovej fázy spočívala v stanovení hlavných herných častí projektu. Následne sa tieto časti hry upravovali a redizajnovali v závislosti na čase, ktorý hráč zostane hrať hru. Niektoré mechaniky sa na základe pripomienok herného-dizajnerskeho tímu upravili alebo prepracovali aby sa dosiahla lepšia zábavnosť a zrozumiteľnosť herných mechaník a hry ako celku. Spätná väzba z testovania slúžila na úpravu herných mechaník, zozbierané dáta slúžili na doladovanie hernej ekonomiky a opravu špecifických technických chýb, ktoré sa spravidla prejavujú až pri väčšej hráčskej základni. Hra bola vydaná v novembri 2015. Pri jej spustení sa nerátalo so začatím marketingových akvizíčných kampaní. Od vydania hry sa nazbierané dáta vyhodnocovali a hra sa upravovala tak, aby bola pripravená na spustenie marketingových kampaní v roku 2016.

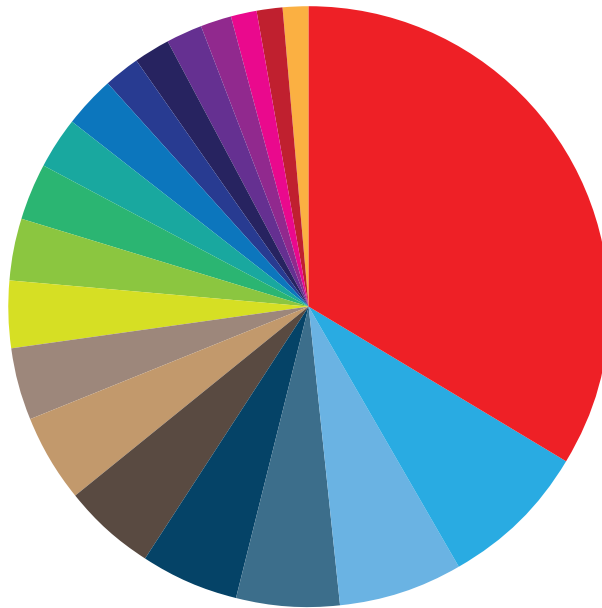
Vybrané operatívne ukazovatele



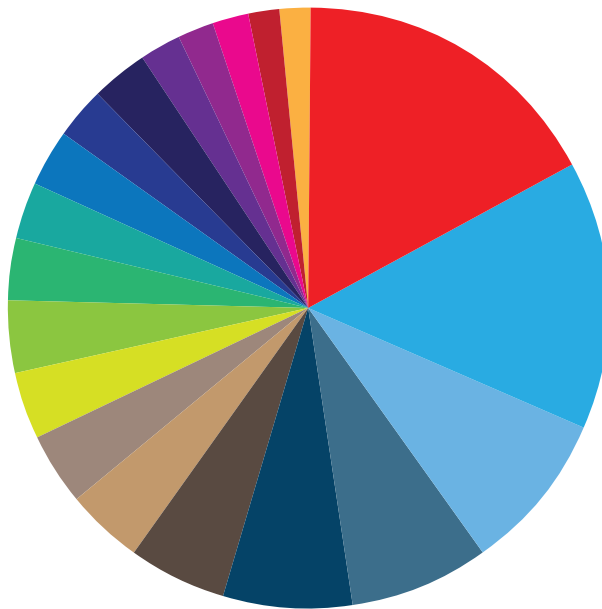
*DAU-počet užívateľov, ktorí hrali hru počas jedného dňa, zaznamenané našim interným systémom.



*DPU-počet užívateľov, ktorí zaplatili počas jedného dňa, zaznamenané našim interným systémom. Číslo je počítané ku koncu vykazovaného obdobia ako 30-dňový priemer. Počty užívateľov sú unikátne, t.j. ak nejaký užívateľ v daný deň zaplatil viackrát, v štatistike je započítaný iba raz.

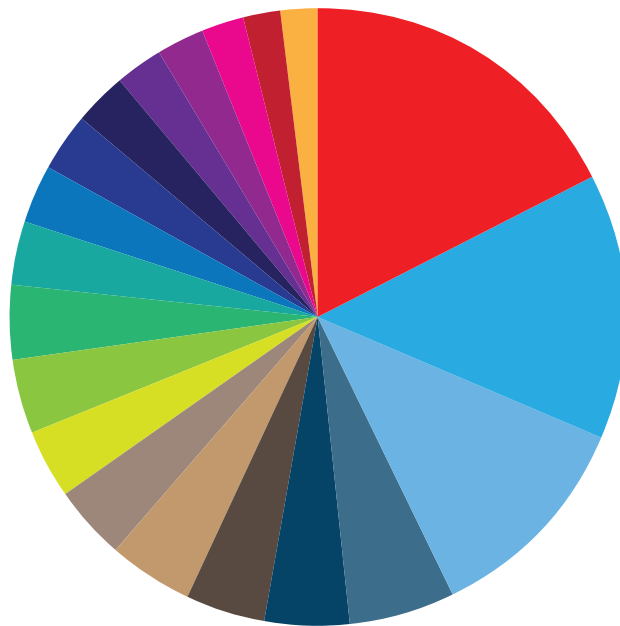


Registrácie podľa krajín
TrainStation

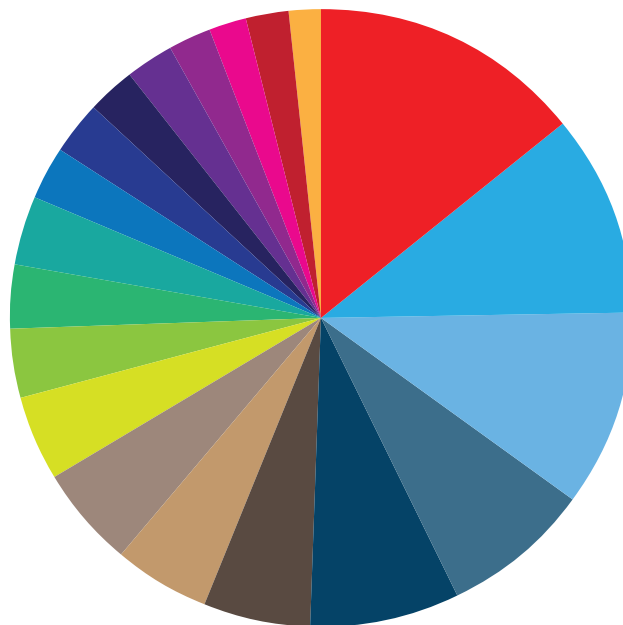


Registrácie podľa krajín
Diggy's Adventure



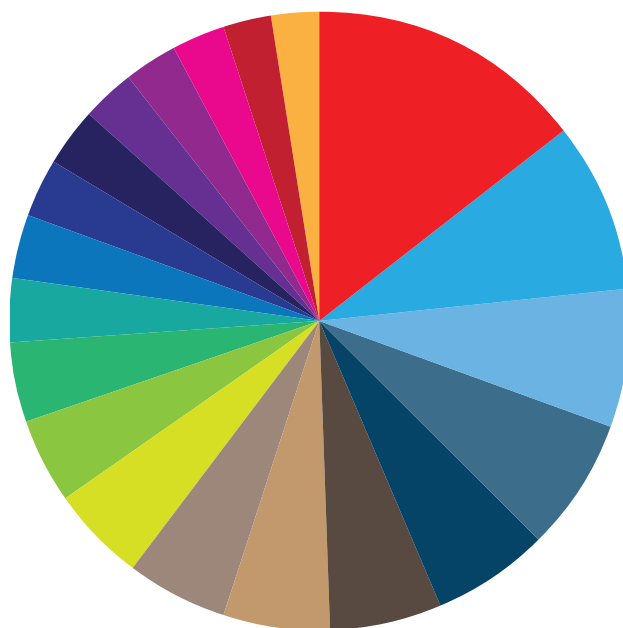


Registrácie podľa krajín
Emporea: Realms of War & Magic

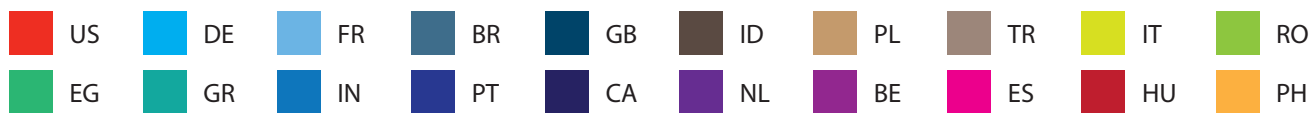


Registrácie podľa krajín
BIG Shopkeeper



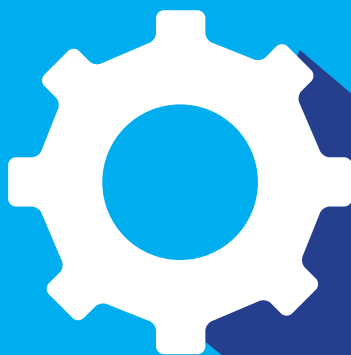


Registrácie podľa krajín
Seaport



Technológie a nástroje analýzy

Prioritou spoločnosti nie je iba rozvoj herného portfólia, ktorým disponuje, ale aj udržanie hráčov a zvýšenie ich počtu, spolu so zvýšením kvality zážitku, ktorý z hry získavajú. Vzhľadom na stále rozrastajúci sa konkurenčný trh sme boli nútení investovať do analytického oddelenia viac zdrojov, a venovať sa výskumu a vývoju nových analytických nástrojov, na základe ktorých by naše projekty zaznamenávali lepšie výsledky. Investovali sme do rozvoja a integrácie nástrojov na tzv. exploratívnu analýzu, taktiež do zavedenia väčších analytických celkov, zameriavajúcich sa na komplexnejšie problémy (case studies). Rozvoj analytického oddelenia bol priamo previazaný s rozširovaním a vylepšovaním technologického zázemia na zber, spracovanie a samotnú analýzu. Rozvoj "big data" systémov vo svete a stále dostupnejšie riešenia ich spracovania sú pomaly integrované aj do našej infraštruktúry. Priame previazanie interného nástroja PTK, si vyžiadalo zväčšenie programátorského tímu, na druhej strane zase poskytne používateľom doteraz chýbajúce možnosti spracovania dát a práce s nimi. Optimalizácia a zefektívnenie využívaných zdrojov, sa tým darí posúvať znova o kus ďalej. Vytvára sa tak priestor, či už technologický alebo finančný, pre rozvoj nových segmentov, čo má za následok zvýšenie dostupnosti našich hier u väčšieho publika.



Marketing

V roku 2015 sa nám podarilo úspešne spustiť TrainStation na platformách pre iOS, Android a Amazon. Uvedenie bolo sprevádzané intenzívnou marketingovou kampaňou v online aj offline svete. Okrem tradičných nástrojov online marketingu sme zahájili aj printovú kampaň v USA a televíznu reklamu v Nemecku, Švajčiarsku a Rakúsku. 3D televízny spot vysielaný najmä na stanici Pro 7 priniesol množstvo nových hráčov, avšak z monetizačného hľadiska boli výsledky pod naše očakávania - v budúcnosti sa preto zameriame na produkciu nových TV spotov a menšie krajiny.

Oddelenie performance marketingu sa v roku 2015 muselo pripraviť na akvizíciu hráčov pre mobilné verzie hier TrainStation a Emporea. Táto príprava zahŕňala v prvom rade v spolupráci s hernými tímami, implementáciu a otestovanie externého systému pre sledovanie inštalácií a aktivity hráčov v mobilných aplikáciách AppsFlyer, nastavenie komunikácie tohto systému so softvérom na riadenie akvizičných kampaní Adquant a prepojenie s interným analytickým nástrojom. Súčasne bolo potrebné v rámci tímu získať nové poznatky o špecifikách akvizície pre nové platformy, či už prostredníctvom interných testov a analýz ako aj z externých zdrojov a pripraviť stratégiu pre nové platformy ako sú iOS, Android ako aj Amazon.

Majoritným akvizičným kanálom bol Facebook ale tento rok sa niesol v znamení testovania a niekoľkých úspešných spoluprác s ďalšími reklamnými sieťami orientovanými na hry, ktoré sme využívali na akvizíciu užívateľov pre mobilné hry ako aj naše hry v rámci Pixel portálu. V rámci našich hier na platforme Facebook canvas sa nám podarilo v spolupráci s hernými tímami implementovať Facebook App Events pre automatizovanú optimalizáciu kampaní a jednoduchší prístup k zdrojovým dátam pre Facebook lookalikes, čo nám umožnilo automatizovať niektoré procesy ako aj podrobnejšie analyzovať užívateľov v rámci Facebook Analytics. V druhej polovici roka sme spustili intenzívne performance marketingové kampane pre Diggy's Adventure, ktoré mali v priebehu niekoľkých mesiacov návratnosť 300-400%.

Hlavnou náplňou práce nášho community managementu boli opäť hráčske emaily zasielané vo forme support tiketov do nášho nového backend – freshdesku, ktorý sme spustili najprv na najväčšom projekte - TrainStation, a následne postupne aj na ďalších aktívnych projektoch. Tento software nám vďaka automatizáciám a prehľadnému systému aspoň do istej miery pomohol znížiť reakčný čas a lepšie reagovať na požiadavky našich platiacich zákazníkov a tak isto pomohol lepšie analyzovať prácu oddelenia z hľadiska KPI's. V roku 2015 pod community management prešla aj agenda social media. Naďalej sme znižovali reakčný čas, aby odpovede dostávali všetci naši hráči ešte v kratšom čase - SLA pre našich najväčších platcov sa v priemere pohybuje okolo 2 hodín.

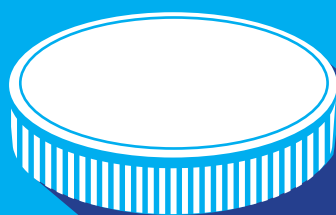
Na poli prezentácie a aktivít so spoločenskou zodpovednosťou sa spoločnosť predstavila na rôznych podujatiach a konferenciách doma aj v zahraničí, a tiež podporila činnosť a aktivity niekoľkých organizácií v rámci kultúrno-vzdelávacích programov. Pixel Federation sme reprezentovali na niekoľkých eventoch počas roka, tradične aj na Game Developers Session v Prahe. Pokračovali sme v spolupráci s neziskovou organizáciou Mladý Pes v oblasti informovania verejnosti o vplyve počítačových hier na deti. Naďalej spolupracujeme aj s vysokými školami a univerzitami, kde pomáhame školiť študentov v obore počítačových hier a marketingu.

Konkurencia

Samozrejme, z globálneho hľadiska je konkurencia na trhu hier obrovská a je dôvodom konca mnohých herných štúdií. Neustále rastúce ceny akvizície nových hráčov, čoraz viac titulov a vznikajúcich firiem však aj tak vedie iba k jednému – na konci dňa je potrebné všetku energiu investovať do vývoja čo najlepšieho produktu a venovať pozornosť najmä našim hráčom – tí sú totiž to najdôležitejšie, čo máme. My veríme, že naše hry majú svoj osobitný nezameniteľný game design, ktorým dokážeme pritažnúť množstvo hráčov tak isto, ako nám výnimočne dobrý community management pomôže ich udržať. Množstvo free to play hier kladie veľký dôraz na monetizáciu v ich základných mechanikách, avšak my sa snažíme o to, aby sme boli voči našim hráčom a fanúšikom čo najviac fér. Nikdy nepodmieňujeme progres v hre platením a snažíme sa o to, aby hráč mal dobrý pocit pri platení, ako aj pri neplatení.

Konkurenciu ako takú bezprostredne nevnímame. Veľakrát je to tak, že nám iná veľká herná firma, v podstate náš konkurent, pomohla, poradila alebo nás s niekým skontaktovala. Máme napríklad veľmi dobré vzťahy s Nordeusom – jednou z najväčších herných firiem v Európe. Rovnako k tomu pristupujeme aj my – zdieľame know-how s inými slovenskými a českými firmami (nielen hernými), radi poradíme indie developerom alebo posunieme kontakt ak to má zmysel. Veľmi dobre si rozumieme aj so slovenskou hernou firmou Powerplay Manager.

Ekonomický a finanční prehľad



Ekonomická a finančná pozícia

V roku 2015 spoločnosť so svojimi výnosmi zostala na úrovni predchádzajúceho roka. Spoločnosť ovplyvnili aj nové pravidlá pre spoločný systém dane z pridanej hodnoty v členských štátoch EÚ pri elektronicky poskytovaných službách účinné od 1.1.2015, ktoré ovplyvnili odvádzanie dane z pridanej hodnoty v Slovenskej republike, ako aj doterajší spôsob účtovania výnosov a nákladov. Podľa týchto nových zmien sa spoločnosť zaregistrovala do režimu tzv. Mini One Stop Shop – MOSS.

Spoločnosť v roku 2015 investovala svoj energiu aj do projektu vývoja komplexného interného systému pre analýzu dát, pre ľahšie tvorenie a spracovanie nových algoritmov a procesov exploratívnej analýzy. Na základe toho bolo na výskum a vývoj daných cca 239 tis. eur.

Počas roka 2015 spoločnosť realizovala tržby zo svojej činnosti vo výške 13.337 tis. eur, čím sa účtovne dostali na rovnakú úroveň ako v predchádzajúci rok. Výsledok z hospodárskej činnosti klesol z 3.429 tis. eur v roku 2014 na 2.641 tis. eur v roku 2015. Výsledok bol ovplyvnený výrazným zvýšením najmä osobných nákladov, ktoré vyplynuli zo zvýšenej potreby zamestnancov. Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti vo výške 220 tis. eur, bol tento rok kladný vďaka opätovne priaznivému vývoju kurzu USD, aj keď nedosiahol výšku minuloročného výsledku. Aj napriek výrazne zvýšeným nákladom spoločnosť dokázala vygenerovať celkový zisk vo výške 2.212 tis. eur.

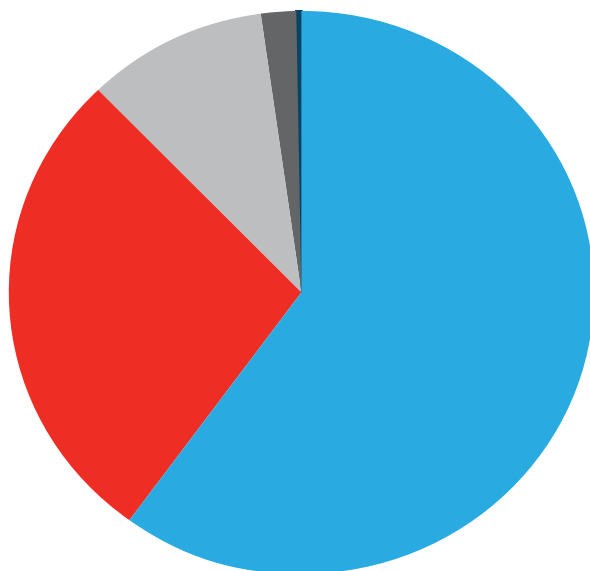
Napriek zvýšeniu neobežného majetku o 481 tis. eur, celkové aktíva spoločnosti klesli na 6.142 tis. eur (2014: 7.109 tis. eur), čo bolo spôsobené nižším hospodárskym výsledkom ako aj odlevom finančných prostriedkov na výplatu dividend. Obežné aktíva teda klesli o 1.430 tis. eur (2014: 6.226 tis. eur), čo sa v najväčšej miere prejavilo v položkách finančných účtov. Spoločnosti však zostáva dostatok prostriedkov na investovanie do vývoja ďalších hier ako aj do masívnejších marketingových kampaní.

Plánovaný rast v podobe investovania do vývoja ďalších hier, bude vyžadovať nastávajúce zvýšené nároky na zamestnancov, ako aj pravdepodobné zvýšenie ich počtu. Prioritou však bude naďalej udržať stály príjem a jeho ďalšie zvyšovanie pri už vydaných hrách. Budeme tiež pokračovať aj v hľadaní ďalších foriem odbytu, ako aj smerovať svoju orientáciu na nové trhy. Výhľad na nasledujúce obdobie v rámci obchodnej stratégie sa ukazuje ako stabilný, s príležitosťou na budúci rast. Celkovo si spoločnosť ešte viac upevnila svoju pozíciu na trhu. Naďalej zamýšľame investovanie do nových technológií a máme snahu výsledok z tohto roku prekonať.

Vybrané finančné ukazovatele

Ukazovateľ	2015	2014	index	zmena o %
Majetok (aktíva)	6 142	7 109	0,86	- 13,60 %
Výnosy	15 508	14 179	1,09	9,37 %
Náklady	13 296	10 422	1,28	27,58 %
v tom (vybrané položky):				
Náklady na materiál	98	289	0,34	- 66,09 %
Náklady na služby	5 306	8 477	0,63	- 37,41 %
Odpisy	1 490	1 452	1,03	2,62 %
Hospodársky výsledok	2 212	12 905	0,76	- 23,86 %

Tržby (tis.EUR)	13 337	13 356
ROE	43,50 %	51,10 %
EBIT/tržby	21,48 %	28,17 %
čistý dlh/EBITDA	-0,40	-0,52



Podiel hier na celkových tržbách 2015

60%

■ TS

28%

■ DA

10%

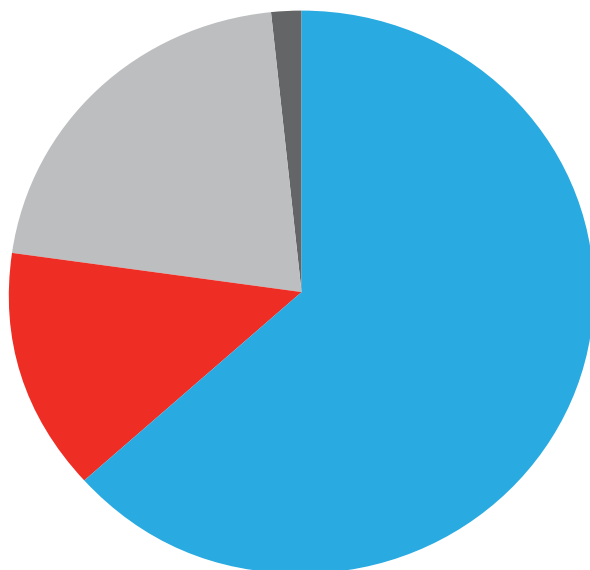
■ EA

2%

■ BSK

0%

■ PS



Podiel hier na celkových tržbách 2014

63%

■ TS

21%

■ DA

14%

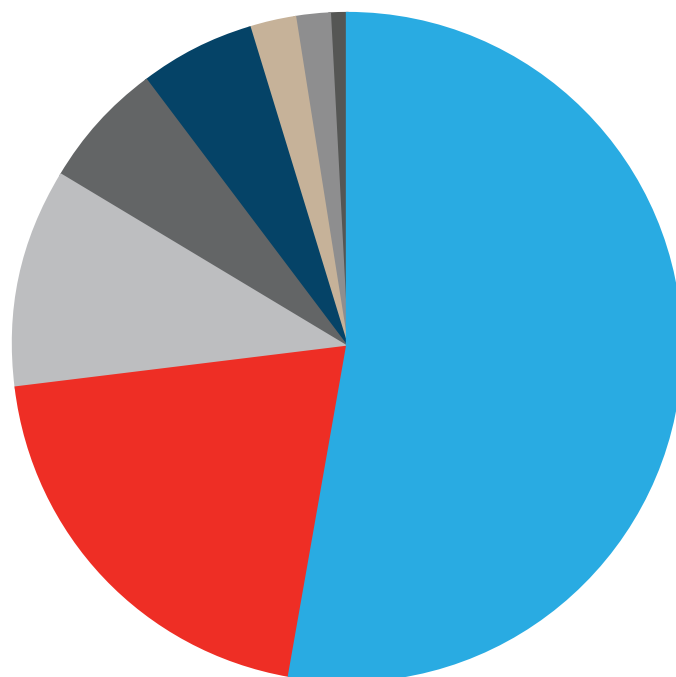
■ EA

2%

■ BSK

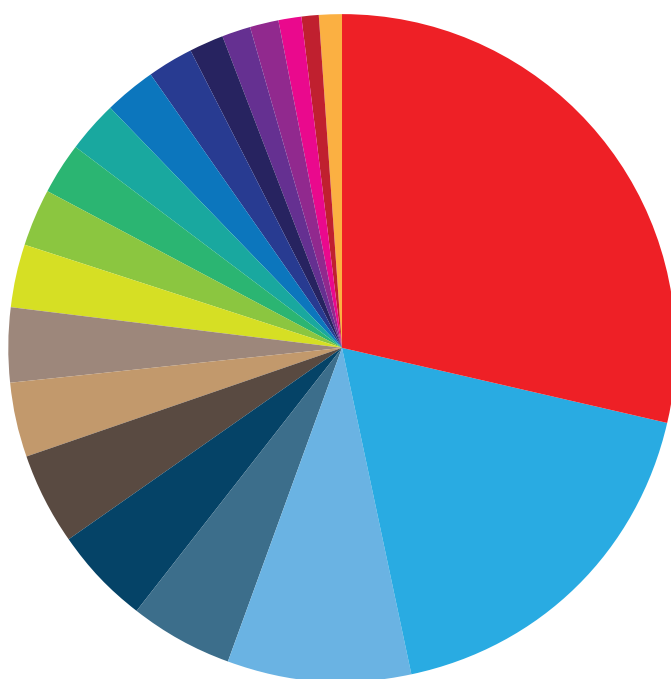
0%

■ PS



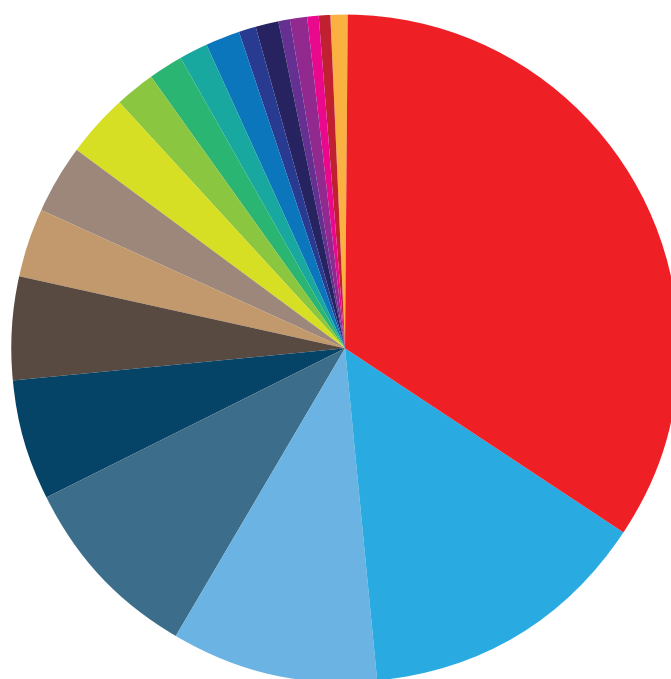
Rozdelenie príjmov podľa platobnej metódy





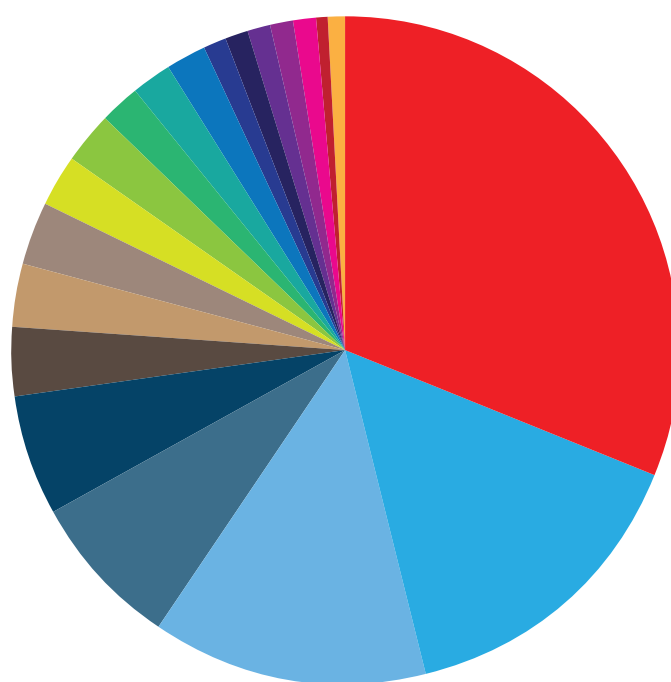
Platby podľa krajín
TrainStation





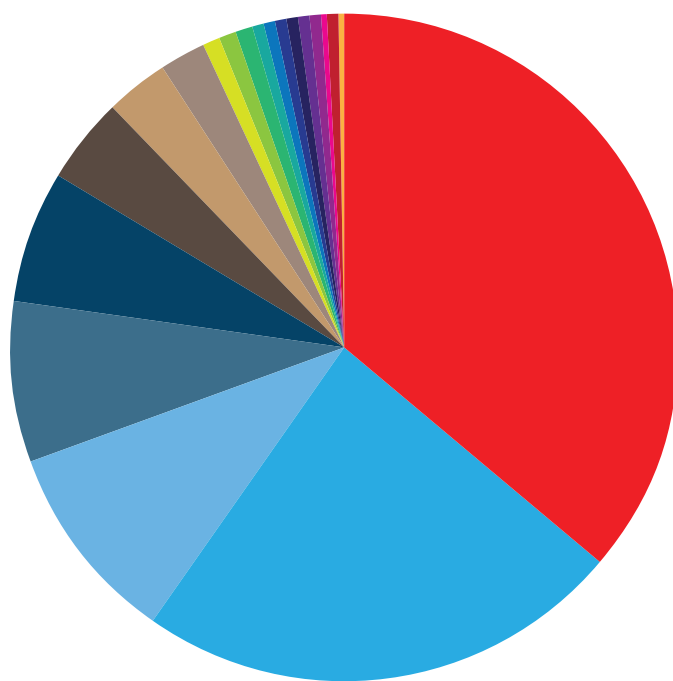
Platby podľa krajín
Diggy's Adventure



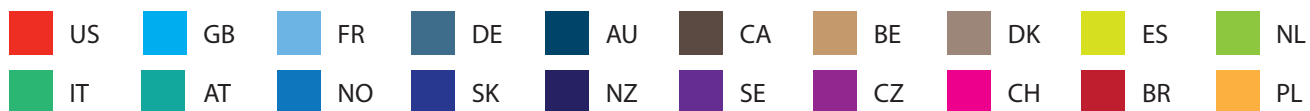


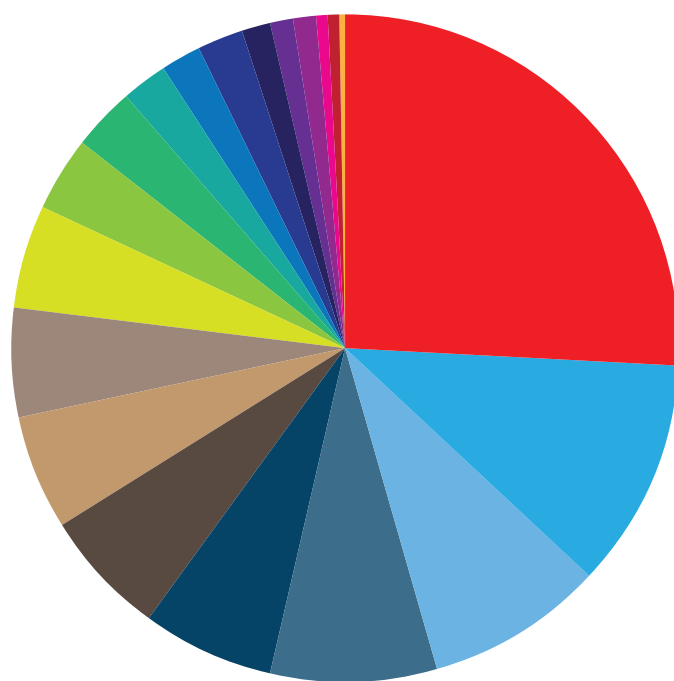
Platby podľa krajín
Emporea: Realms of War & Magic



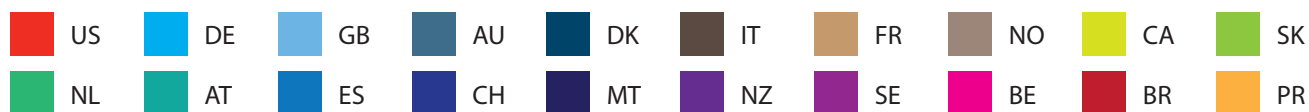


Platby podľa krajín
BIG Shopkeeper

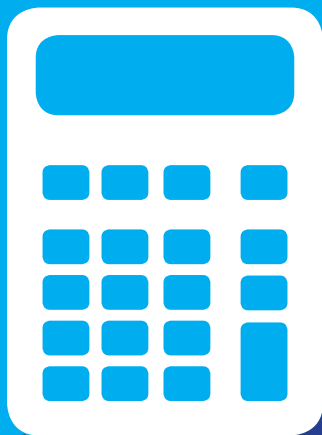




Platby podľa krajín
Seaport



Účtovná zázvierka



Obsah

Správa nezávislého audítora	Príloha I.
Účtovná závierka	Príloha II.
Súvaha	
Výkaz ziskov a strát	
Poznámky k účtovnej závierke	
Dodatok správy audítora o overení súladu výročnej správy	Príloha III.