

VÝROČNÁ SPRÁVA

Doména, s.r.o.

2015

O B S A H

Všeobecné údaje

Základné informácie

Informácie v časti ekonomika

Informácie v časti obchod a marketing

Ciele spoločnosti

Všeobecné údaje

Základné údaje o spoločnosti

Názov spoločnosti:	Doména, s.r.o.
Sídlo:	Atrium Hotel Nový Smokovec 42 062 01 Vysoké Tatry
IČO:	31399282
Dátum založenia:	13. 07. 1995
Dátum zápisu do OR:	27. 07. 1995

Hlavné činnosti spoločnosti

Ubytovacie služby v ubytovacích zariadeniach s prevádzkovaním pohostinských činností
Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod)
Prenájom nehnuteľností
Sprostredkovateľská činnosť

Spoločníci

RE-CAPITAL, s.r.o.
Slnčné jazerá – sever 2561
903 01 SENEČ

Štatutárny orgán - konateľ

Sylvia Pospíšilová

Základné informácie

Spoločnosť **DOMÉNA, s.r.o.** je vlastníkom a prevádzkovateľom hotela Atrium*** Nový Smokovec, s celkovou kapacitou 240 pevných lôžok. Hotel je situovaný v Novom Smokovci, v srdci Vysokých Tatier, v turisticky najpopulárnejšej a najnavštevovanejšej oblasti Slovenska.

Hotel sa so svojou netradičnou kruhovou architektúrou nachádza v nadmorskej výške 1010 m nad morom, na úpätí Slavkovského štítu, v obkolesení najvyšších štítov na území Slovenska. Nový Smokovec vo Vysokých Tatrách je známy hlavne svojim vysokohorským prostredím, vhodným na zimný aj letný turizmus, ale aj celoročným kúpeľníctvom. Typická vysokohorská klíma s jedným z najväčších počtov zasnežených dní na Slovensku vytvára ideálne podmienky k príjemnému pobytu rodín a návštevníkov mesta.

Atrium Hotel je od júna 2009 členom hotelovej aliancie TRINITY Hotels, súčasťou ktorej je Hotel SENEC na Slnecných jazerách v Senci, a Hotel SITNO v chránenom území Štiavnických vrchov vo Vyhniach. Členstvo v sieti TRINITY Hotels umožňuje profesionálne riadenie hotela vrátane systematického budovania individuálnej klientely, či kongresovej turistiky.

Hotel ponúka svoje služby v oblastiach celodenných pobytov, kongresových služieb, požičovne a servisu športových potrieb s rozsiahlou ponukou kvalitného lyžiarskeho a snowboardového výstroja a sánok, wellness, bowlingu, a ostatných voľno časových aktivít. Je vhodný pre rodinné dovolenky, medové týždne, víkendové pobyty, wellness & spa pobyty, kongresové akcie. Uvedené služby sú typické pre väčšinu hotelových zariadení v regióne, ktorý je charakteristický poskytovaním takto širokých služieb. Hlavnou cieľovou skupinou sú rodiny s deťmi, individuálna turistika, zimné pobyty a organizácia školení a firemných workshopov.

V rámci ubytovania hotel poskytuje 29 dvojposteľových izieb TWIN – dve samostatne oddelené lôžka, pričom jedno z nich je francúzske lôžko, 41 dvojposteľových izieb DOUBLE – dve samostatné lôžka s možnosťou spojenia alebo oddelenia a pre najnáročnejších hostí hotel ponúka ubytovanie v dvojposteľovej izbe DE LUXE s manželskou posteľou bez možnosti oddelenia lôžok. Ďalej má hotel k dispozícii 6 rodinných izieb. Izby sú ideálne pre rodiny s deťmi. Izba má jeden spoločný vchod s dvoma miestnosťami.

Atrium Hotel organizuje firemné podujatia, konferencie, školenia, semináre či workshopy. Kongresové centrum disponuje dvoma kongresovými sálami s kapacitou 200 a 100 osôb ako aj niekoľkými seminárnymi miestnosťami pre 20 až 50 osôb. Súčasťou kongresového centra je moderné, komfortné súkromné kino využívané na prezentáciu produktov, videokonferencií, školení, či netradičných teambuildingov. Súčasťou hotela je aj dvojposchodový detský kútik, DAY SPA (masážne miestnosti), inetaktívna škola varenia FOODIE, umelecké štúdio ArtClub, zábavná zóna pre teenagerov i podzemný vitálny svet s lipovou, mentolovou, a citrusovou parnou saunou, suchou fínskou saunou, tepidáriami, vírivou vaňou a sprchovým svetom.

Jednou zo zložiek strategického rozvoja Atrium Hotela bolo využitie Európskych fondov na doplnkové investície, ktoré zásadným spôsobom zvýšili atraktivitu hotela. V novembri 2015 sa dokončila výstavba malého Aquaparku v rámci II. časti projektu, ktorého súčasťou je viacúčelový bazén s plaveckou a relaxačnou časťou, tobogánmi, saunami a výrivkami. Výstavbou Aquaparku spoločnosť posilnila konkurenčnú schopnosť a atraktivitu hotela. Táto ukončená investícia prebudovala hotel na špičkový family rezort, čím vzniká predpoklad na veľmi realistický nárast obsadenosti v porovnaní s minulými rokmi.

Informácie v časti ekonomika:

Hospodársky výsledok spoločnosti:

Výsledok hospodárenia za rok 2015 je strata 287 196,92 EUR.

Audit riadnej individuálnej účtovnej závierky za rok 2015 vykonala audítorská spoločnosť EKOAUDITOR, spol. s r.o. (licencia CA č.75) a v správe sa uvádza, že účtovná uzávierka poskytuje pravdivý a verný obraz finančnej situácie spoločnosti DOMÉNA, s.r.o. k 31.12.2015 a výsledku jej hospodárenia za rok končiaci sa k uvedenému dátumu v súlade so zákonom o účtovníctve.

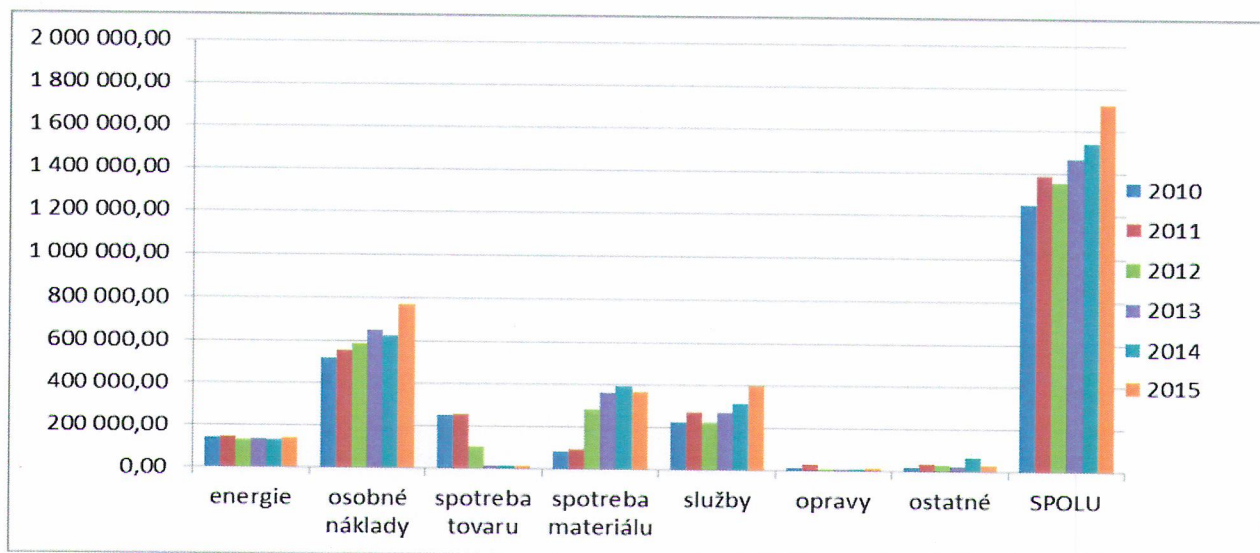
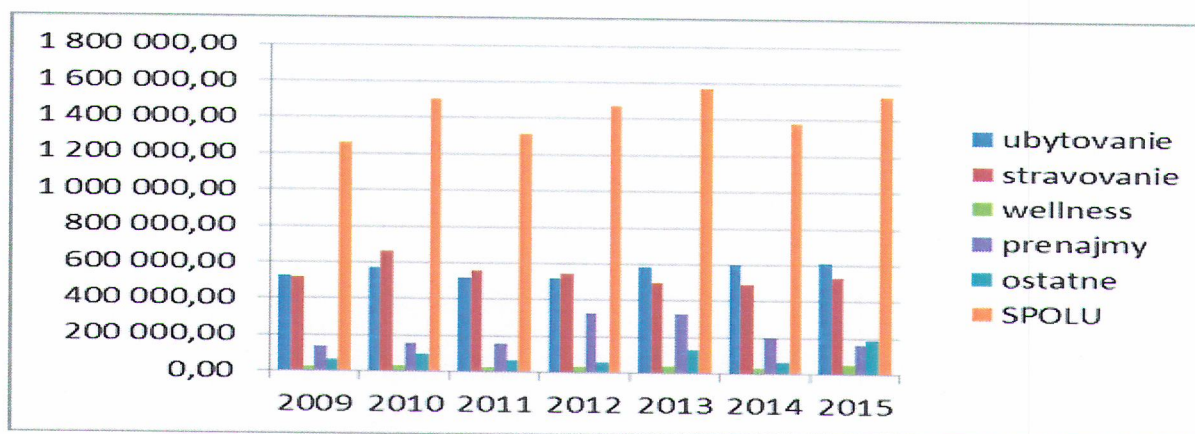
Celková hodnota výnosov, ktoré dosiahla spoločnosť DOMÉNA, s.r.o. za rok 2015 na základe účtovnej evidencie predstavuje 1 634 740 EUR, z toho prevádzkové tržby vo výške 1 532 754 EUR

štruktúra tržieb	2014	2015
ubytovanie	598566	607895
stravovanie	492214	529913
wellness	27326	51220
prenájmy	203711	158764
ostatné	60305	184962
SPOLU	1 382 122	1 532 754

Celkové náklady spoločnosti v roku 2015 dosiahli sumu 1 921 937 EUR, z toho prevádzkové náklady predstavujú 1 722 847 EUR. V rámci rozšírenia spektra poskytovaných služieb nastal nárast nákladov súvisiacich s novovytvorenými pracovnými pozíciami, nákupom inventáru na nové prevádzky ako aj s jej servisnými službami.

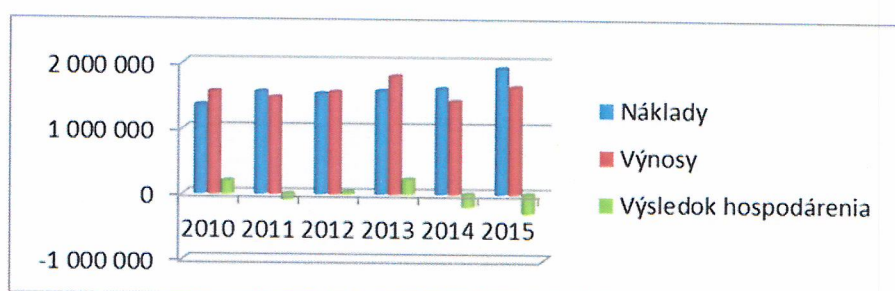
štruktúra PN	2014	2015
energie	126697	139417
osobné náklady	622894	771345
spotreba tovaru	13276	12589
spotreba mater.	390697	363986
služby	312235	395170
opravy	6799	11537
ostatné	67114	28803
SPOLU	1539712	1722847

Porovnanie prevádzkových tržieb a nákladov poskytujú nasledujúce grafy:



Rok 2015 bol poznamenaný hlavne budovaním areálu, čiastočnými uzávierkami alebo obmedzeniami prevádzky s nepriaznivým vplyvom na finančné výsledky.

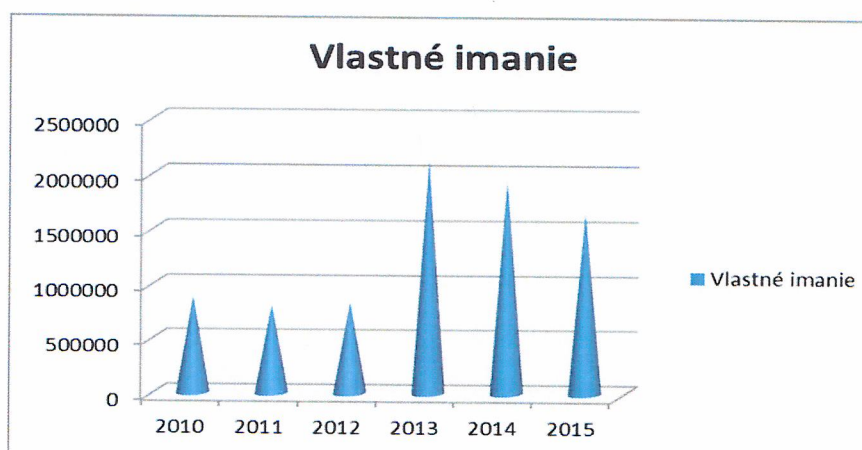
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Náklady	1 359 081	1 559 822	1 529 291	1 573 490	1 608 511	1 921 937
Výnosy	1 560 808	1 474 082	1 555 000	1 800 591	1 418 188	1 634 740
Výsledok hospodárenia	201 727	-85 740	25 709	227 101	-190 323	-287 197



Informácie o vlastnom imaní spoločnosti:

Účtovná jednotka vykázala k dátumu ročnej účtovnej závierky vlastné imanie vo výške 1 652 341,- EUR. Hodnoty vlastného imania v rokoch 2010 – 2015 poskytuje nasledujúca tabuľka:

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vlastné imanie	879713	799229	824939	2129861	1939538	1652341



Priemerný počet zamestnancov v roku 2015 bol 69.

SÚVAHA

	v EUR	v EUR
	31.12.2015	31.12.2014
AKTÍVA		
Aktíva celkom	9 579 441	7 287 106
Neobežný majetok	7 834 204	5 045 892
dlhodobý nehmotný majetok	1 890	1 268
dlhodobý hmotný majetok	6 652 372	4 076 209
dlhodobý finančný majetok	1 179 942	968 415
Obežný majetok	1 712 836	2 219 370
zásoby	65 871	45 878
dlhodobé pohľadávky	214 180	167 451
krátkodobé pohľadávky	545 409	1 861 233
finančné účty	887 376	144 808
1. peniaze	53 066	8 821
2. účty v bankách	834 310	135 987
Časové rozlíšenie	32 401	21 844
PASÍVA		
Pasíva celkom	9 579 441	7 287 106
Vlastné imanie	1 652 341	1 939 538
základné imanie	2 231 098	2 231 098
kapitálové fondy	0	0
fondy zo zisku	42 873	42 873
výsledok hospodárenia minulých rokov	-334 433	-144 110
výsledok hospodárenia za účtovné obdobie	-287 197	-190 323
Závazky	6 167 562	3 529 130
rezervy	35 996	31 354
dlhodobé záväzky	1 842 261	497 651
krátkodobé záväzky	1 621 365	2 003 547
krátkodobé finančné výpomoci	2 667 940	357 205
bankové úvery	0	639 373
Časové rozlíšenie	1 759 538	1 818 438

VÝKAZ ZISKOV A STRÁT

	v EUR	v EUR
	31.12.2015	31.12.2014
tržby z predaja tovaru	17 734	28 245
náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru	12 589	13 276
Obchodná marža	5 145	14 969
Výroba	1 560 564	1 363 921
tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	1 515 020	1 353 877
aktivácia	11 683	10 044
Pridaná hodnota	621 738	542 462
osobné náklady	771 345	622 894
dane a poplatky	18 528	17 101
odpisy dlhodobého nehmotného a hmotného majetku	137 450	62 270
tržby z predaja dlhodobého majetku a materiálu	400	4 000
Tvorba a zúčtovanie opravných položiek k pohľadávkam	-222	1 847
Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	70 164	6 548
Ostatné náklady na hospodársku činnosť	12 357	46 805
Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti	-245 295	-201 115
výnosové úroky	19 738	15 473
nákladové úroky	89 128	38 518
Kurzové zisky	0	0
Kurzové straty	0	3
ostatné výnosy z finančnej činnosti	0	0
ostatné náklady na finančnú činnosť	16 356	8 839
Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti	-85 746	-31 887
Daň z príjmov z bežnej činnosti - splatná	2 885	2 884
Daň z príjmov z bežnej činnosti - odložená	-46 729	-45 563
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA ZA ÚČTOVNÉ OBDOBIE PO ZDANENÍ	-287 197	-190 323

Informácie v časti obchod a marketing:

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Priemerná cena	35,90	34,31	34,86	32,16	31,86	31,46
priem.vyťaženosť	46,23%	43,67%	44,13%	49,41%	50,33%	42,43%

Klientská základňa spoločnosti je okrem návštevníkov zo Slovenska z veľkej časti postavená z občanov Poľska, Česka, Nemecka, Maďarska, Rakúska, Bieloruska, Holandska, Ukrajiny.

Štruktúra klientely:

Cestovné kancelárie 19%

Firemné akcie: 25%

Individuálna klientela: 56%

Marketingové nástroje

Spoločnosť používa marketingové nástroje ako je masívna marketingová komunikácia v médiách - internet, tlač, osobné kontaktné stretnutia, reklamné pútače, ako aj aktívne promovanie na výstavách a veľtrhoch.

Úspešnou propagáciou sú produkty s logom, ako aj hudobno- tanečná skupina Kamaráti z Trinity, ktorej súčasťou sú aj naši dvaja hoteloví maskoti Skalko a Ozvenka. Tí sa zúčastňujú rôznych detských podujatí a tohto roka odštartovali aj svoje prvé veľké turné po celom Slovensku. Cieľom je budovanie povedomia o značke TRINITY na trhu.

V rámci online marketingu, ktorý je v réžii Trintity centrály, robíme kroky, ktoré napomáhajú dobrému umiestňovaniu produktov vo vyhľadávačoch. Ukončili sme prvú fázu redizajnu a reštrukturalizácie všetkých hotelových webov. Okrem nového dizajnu a jadra stránky, ktoré je jednotné pre všetky hotelové weby prešli úpravou a aktualizáciou aj všetky podstránky po obsahovej aj štrukturálnej stránke. Vyčistením zastaralého a nevalidného html kódu a zjednotením šematiky kódu sa zlepšila komunikácia s vyhľadávačmi. Kód našich stránok sa stáva pre vyhľadávače zrozumiteľnejší a umožňuje lepšiu indexáciu. Zrušili sme samostatné mobilné verzie stránok, ktoré sme nahradili responzívnym dizajnom, takže webstránka sa vždy prispôbí rozmerom displeja na zobrazovanom zariadení bez ohľadu na to, či sa pristupuje z desktopu, notebooku, tabletu, alebo mobilného telefónu. V rámci sociálnych sietí sme aktívni na facebooku.com a youtube.com.

Aktuálna konkurencia

Grand Hotel Permon (Podbanské)

Kontakt Wellness Hotel ****

Hotel HORIZONT Resort ****

Patria (Štrbské Pleso)

Grand hotel (Starý Smokovec)

Slovan Tatranská Lomnica

Bellevue (Horný Smokovec)

Hotel Grand (Jasná)

Spoločnosť nemá žiadne udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia, a ktoré by významným spôsobom narušili chod organizácie. Spoločnosť sa nezaobrá činnosťami v oblasti výskumu a vývoja a neeviduje nadobudnutie žiadnych vlastných akcií, dočasných listov, obchodných podielov a akcií, dočasných listov a obchodných podielov materskej účtovnej jednotky. Organizácia nemá žiadnu organizačnú zložku v zahraničí a nebol v nej zaznamenaný negatívny vplyv na životný prostredie.

Ciele spoločnosti:

Základným cieľom spoločnosti je racionalizácia úspor prevádzkových nákladov hotela pri maximalizácii tržieb za služby. Nejde však len o zlepšenie ekonomických ukazovateľov, ale aj o snahu inovovať, skvalitňovať a rozširovať služby, posunúť hotel ďalej a dať mu svoju vlastnú víziu.

Medzi základné marketingové ciele patrí umiestnenie značky TRINITY na trhu. Nárast výnosov sa očakáva cielenou marketingovou kampaňou v súlade s aktuálnymi trhovými podmienkami a intenzívnou orientáciou na zákazníka.

Zvýšením kvality služieb spoločnosť predpokladá zmenu klientskej štruktúry smerom k bonitnejšej klientele. Okrem základných a doplnkových služieb chce ponúkať klientom aj niečo navyše a odlíšiť sa tým od konkurencie.

Po deformácii trhu zľavomatmi sa sústreďí výlučne na priamy predaj cez vernostný program a on-line marketing.

V rámci ďalších investícií, vzhľadom na nedostatok parkovacích miest, spoločnosť plánuje v priebehu roka 2016 rozšíriť nedávno zrekonštruované parkovisko o ďalších cca 49 parkovacích miest.

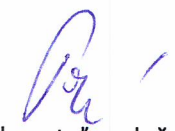
Pri očakávanom náraste obsadenosti tiež vzniká potreba výstavby letnej terasy a to ešte pred štartom letnej sezóny 2016.

Spoločnosť bude klásť dôraz na stabilizáciu kvalitných kmeňových zamestnancov.

Návrh na vysporiadanie straty za rok 2015:

Strata za rok 2015 vo výške 287 196,92 EUR sa navrhuje preúčtovať na účet neuhradených strát minulých rokov.

Vysoké Tatry, dňa 30.06.2016


Sylvia Pospíšilová – konateľ spoločnosti