

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**ANALIZA POSLOVANJA PODJETJA KOZMETIKA AFRODITA
D.O.O.**

Ljubljana, junij 2023

SARA VUZEM

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Sara Vuzem, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom analiza poslovanja podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., pripravljene v sodelovanju s svetovalko red. prof. dr. Darjo Peljhan

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom člani@e;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.
11. da sem preveril verodostojnost informacij, ki izhajajo iz zapisov na podlagi uporabe orodij umetne inteligence.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

1	UVOD	1
2	PREDSTAVITEV PODJETJA	2
3	ANALIZA POSLOVANJA.....	4
3.1	Analiza uspeha poslovanja	4
3.1.1	Analiza prihodkov	5
3.1.2	Analiza odhodkov	6
3.1.3	Analiza poslovnega izida.....	7
3.2	Analiza učinkovitosti in uspešnosti poslovanja	8
3.2.1	Produktivnost dela	9
3.2.2	Ekonomičnost	9
3.2.3	Rentabilnost	11
3.2.3.1	<i>Dobičkonosnost sredstev.....</i>	<i>11</i>
3.2.3.2	<i>Dobičkonosnost kapitala.....</i>	<i>12</i>
3.2.3.3	<i>Dobičkovnost prihodkov.....</i>	<i>13</i>
4	NEFINANČNI KAZALNIKI	13
4.1	Raziskave in razvoj	15
4.2	Zaposleni.....	16
4.2.1	Število zaposlenih.....	17
4.2.2	Izobrazbena struktura zaposlenih	18
5	PREDSTAVITEV UGOTOVLJENIH PREDNOSTI IN SLABOSTI TER PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE.....	19
6	SKLEP.....	20
	LITERATURA IN VIRI	21
	PRILOGE.....	24

KAZALO TABEL

Tabela 1: Obseg (v EUR) in struktura (v %) prihodkov podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2020 in 2021	5
--	---

Tabela 2: Obseg (v EUR) in struktura (v %) odhodkov podjetja Kozmetika Afrodit d.o.o., v letih 2021 in 2021	7
Tabela 3: Obseg (v EUR) poslovnega izida podjetja Kozmetika Afrodit d.o.o., v letih 2020 in 2021	8
Tabela 4: Izračun produktivnosti podjetja Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2020 in 2021	9
Tabela 5: Izračun ekonomičnosti podjetja Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2020 in 2021	10
Tabela 6: Ekonomičnost iz poslovanja in ekonomičnost iz financiranja v letih 2020 in 2021	11
Tabela 7: Izračun kazalnika dobičkonosnosti sredstev v podjetju Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2020 in 2021	12
Tabela 8: Izračun dobičkonosnosti kapitala v podjetju Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2020 in 2021	12
Tabela 9: Izračun dobičkovnosti prihodkov v podjetju Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2020 in 2021	13
Tabela 10: Nefinančni kazalniki z njihovimi vrstami meritev in nameni	14
Tabela 11: Število zaposlenih po posameznih organizacijskih enotah v podjetju Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021	17
Tabela 12: Povprečno število zaposlenih v podjetju Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021	18
Tabela 13: Izobrazbena struktura zaposlenih v podjetju Kozmetika Afrodit d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021	18

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Bilanca stanja podjetja Kozmetika Afrodit d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah	1
Priloga 2: Izkaz poslovnega izida podjetja Kozmetika Afrodit d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah	3

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

BSC – (angl. Balanced Scorecard); uravnotežen sistem kazalnikov

ROA – (angl. Return on Assets); dobičkonosnost sredstev

ROE – (angl. Return on Equity); dobičkonosnost kapitala

ROI – (angl. Return on Investment); dobičkonosnost vloženega kapitala

ROS – (angl. Return on Sales); dobičkovnost prihodkov

R&R – raziskave in razvoj

1 UVOD

Poslovno okolje se dandanes hitro in neprestano spreminja. Če želi podjetje ostati na trgu konkurenčno in korak pred vsemi, mora dobro poznati in zaznavati spremembe, jih razumeti in se nanje hitro prilagajati. Samo poslovanje podjetja je torej poslovni proces, ki se opravlja z namenom obstanka podjetja. Podjetja so lahko v tem procesu uspešna in dobičkonosna ali pa nedobičkonosna. S tem vprašanjem se ukvarja veda analiza poslovanja. Že Bergant (2007) je analiziranje opredelil kot proces proučevanja določenega pojava, da bi se o njem smotno odločali in s tem izboljšali doseganje njegovega cilja. To pomeni, da analiziramo z namenom, da bi sledilo izboljšanje uspešnosti. Popolnoma enako logiko lahko apliciramo na analizo poslovanja, ki je veda, ki se sistematično ukvarja s proučevanjem možnosti za izboljšanje uspešnosti poslovanja podjetja.

Za analizo poslovanja sem izbrala podjetje Kozmetika Afrodita d.o.o. Skozi zaključno strokovno nalogo bom analizirala preteklo poslovanje podjetja, in sicer v letih 2020 in 2021 ter rezultate med seboj primerjala.

Namen naloge je pridobiti ustrezne podatke za pripravo analize poslovanja ter skozi primerjavo teh podatkov ugotoviti kje so šibke točke podjetja, kje bi lahko v prihodnje delovali boljše in kaj bi lahko spremenili, da bi dosegali še večjo uspešnost. Analiza poslovanja je pomembna predvsem za vodstvo podjetja, da lahko ocenijo pretekle ukrepe in na podlagi le teh izboljšajo poslovanje. Cilj zaključne strokovne naloge je predstaviti podjetje, pripraviti analizo poslovanja, predstaviti in razložiti izračunane kazalnike, opisati kako delujejo na področju raziskav in razvoja, analizirati zaposlene v podjetju in predstaviti prednosti in slabosti podjetja ter predloge za izboljšave.

Potrebne podatke za analizo, kot so bilance stanja in izkazi poslovnega izida sem pridobila na podatkovni bazi GVIN. Za obravnavo sem si izbrala leti 2020 in 2021, za nekatere izračune so pa potrebni tudi podatki iz leta 2019. Zaradi pravilne primerjave med leti je potrebno izločiti vpliv inflacije, zato so vsi podatki vrednostno inflacionirani z indeksom cen življenjskih potrebščin na raven od leta 2021. Za inflacioniranje podatkov iz bilance stanja sem uporabila indekse rasti cen življenjskih potrebščin za obdobje december 2021/december 2020, ki znaša 104,9 in za obdobje december 2020/december 2019, ki znaša 98,9. Za inflacioniranje podatkov iz izkaza poslovnega izida pa so upoštevani povprečni indeksi cen življenjskih potrebščin. Ti so v obdobju jan-dec 2021/jan-dec 2020 znašali 101,9, v obdobju jan-dec 2020/jan-dec 2019 pa 99,9 (Statistični urad Republike Slovenije, 2022).

Zaključna strokovna naloga se prične z uvodom in sledi pet poglavij. V drugem poglavju bolj podrobno predstavim preučevano podjetje Kozmetika Afrodita d.o.o. V tretjem poglavju se osredotočim na analizo poslovanja. Poglavje je razdeljeno na dve podpoglavji in sicer analizo uspeha poslovanja in analizo učinkovitosti in uspešnosti poslovanja. Pod sklopom prvega podpoglavja so bolj podrobno analizirani prihodki, odhodki in poslovni izid.

V drugem podpoglavju, kjer sem osredotočena na analizo učinkovitosti in uspešnosti poslovanja se bolj podrobno spustim v produktivnost dela, ekonomičnost in rentabilnost. Rentabilnost je še dodatno razdeljena na dobičkonosnost sredstev, dobičkonosnost kapitala in dobičkovnost prihodkov. Finančni analizi sledijo nefinančni kazalniki. V sklopu četrtega poglavja razložim in predstavim nefinančne kazalnike, kasneje se pa osredotočim na raziskave in razvoj ter analizo zaposlenih. Podpoglavje zaposleni so po prvotni razlagi razdeljeni še na poglavji število zaposlenih in izobrazbeno strukturo zaposlenih. V petem poglavju predstavim prednosti in slabosti podjetja ter predloge za izboljšave. Temu sledi le še zadnje poglavje sklep.

2 PREDSTAVITEV PODJETJA

Podjetje Kozmetika Afrodita d.o.o. je vodilno slovensko kozmetično podjetje s sedežem v Rogaški Slatini. Njihovi začetki segajo v leto 1970, ko je ustanoviteljica in še vedno aktualna direktorica Danica Zorin Mijošek odprla svoj prvi kozmetični salon. Na začetku so gostili večinoma goste iz sosednjih evropskih držav in so veljali za enega prestižnih zdravilišč na ozemlju širše Evrope. Zaradi skope ponudbe kozmetičnih izdelkov na trgu so izdelali prvi izdelek za nego obraza in sicer kamilično kremo, ki je postala temelj razvoju kozmetike pod blagovno znamko Kozmetika Afrodita. Vedno večje povpraševanje in navdušenje uporabnikov je vzpodbudilo organizacijo proizvodnje in kasneje odprtje podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o. Razvili so široko paleto izdelkov za nego obraza, telesa in las. Z osnovnim vodilom – ponuditi izdelke iz naravnih sestavin s konstantno kakovostjo, je znamka postala prepoznavna, kar je imelo velik vpliv na konkurenčnost. Zaradi vse večje liberalizacije trga so kupci konec osemdesetih let izdelke Kozmetika Afrodita lahko našli tudi na prodajnih policah večjih trgovin (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 6).

Začetek devetdesetih let je bil za Slovenijo čas mnogih sprememb, ki so se pokazali tudi na gospodarskem področju. Zaradi velike izgube trgov so se čez noč znašli v nezavidljivem položaju, saj je podjetje do takrat največji obseg prodaje realiziralo na trgih nekdanje Jugoslavije. Posledično so čez noč ostali brez trga in imeli veliko neplačanih terjatev. S strateškim preusmerjanjem na vzhodno-evropski trg (Madžarska, Poljska, Češka, Rusija) so preživeli krizno obdobje, ki je trajalo do leta 1993. V tem času se je začelo ponovno odpiranje južnih trgov, še posebno na Hrvaškem in v Makedoniji. Podjetje je poznalo značilnosti teh trgov, zato jim je to omogočilo hiter vstop na trg in rast tržnega deleža (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 6-7).

Sledil je intenzivni razvoj podjetja ter vedno večje povpraševanje. Zaradi prostorske stiske so leta 2004 dobili novo proizvodno-poslovno stavbo ter med letoma 2004 in 2007 uvajali nove tehnološke procese in ustrezno tehnološko opremo. Posodobili so tudi laboratorije razvoja, kontrole in mikrobiologije. Delali so tudi na podpori vseh procesov z najsodobnejšim informacijskim sistemom. V letu 2011 so odprli nov in pretočen logistični center, ki je omogočil še večjo in hitrejšo odzivnost podjetja do svojih naročnikov. V letu

2018 se je začelo še eno investicijsko obdobje, saj se zaradi vse večjih potreb po novih skladiščnih prostorih in povečanega obsega proizvodnje pričela izgradnja novega skladiščno-proizvodnega objekta. Objekt je bil dan v uporabo leto kasneje (Kozmetika Afroditia d.o.o., 2022, str. 7).

Kozmetika Afroditia d.o.o. danes ponuja 650 visokokakovostnih izdelkov, 19.200 kozmetičnih salonov ter wellness in spa centrov po svetu, ki jih oskrbuje z izdelki Afroditia Professional, 10.000 kvadratnih metrov prenovljenih površin, 7 centrov lepote in prodajaln ter posluje na 22 tujih trgih (Kozmetika Afroditia, Slovenija, brez datuma).

Njihova vizija je, da si z neustavljivim razvojem inovativnih, uporabniku in okolju prijaznih kozmetičnih izdelkov prizadevajo utrditi položaj najmočnejše blagovne znamke v segmentu nege obraza na slovenskem trgu ter postati najboljši tudi v kategoriji nege telesa. Prav tako želijo prevzeti vodilni tržni položaj v segmentu negovalnih kozmetičnih izdelkov na drugih trgih Adria regije, povečati tržni delež in ugled podjetja na ostalih obstoječih trgih ter uspešno prodreti na nove trge znotraj in izven Evropske Unije (Kozmetika Afroditia, Slovenija, brez datuma).

Kot svoje glavne vrednote navajajo (Kozmetika Afroditia, Slovenija, brez datuma):

- lepota – verjamejo, da pomemben del lepote prihaja od znotraj, zato tudi korporativni slogan: Lepa v svoji koži;
- poštenost – gradijo odnose, ki temeljijo na spoštovanju do zaposlenih, uporabnikov, poslovnih partnerjev in ožje ter širše skupnosti;
- kakovost – stremijo k visoki in konstantni kakovosti izdelkov, ki so potrjeni z fizikalno-kemijskimi in mikrobiološkimi testi, prav tako izpolnjujejo zahteve mednarodnih standardov;
- narava – uporabljajo le najboljše naravne sestavine in sestavine iz ekološke pridelave
- znanje – verjamejo v moč znanja, zato vlagajo v inovacije in soustvarjajo trende v kozmetični industriji;
- družbena odgovornost – sodelujejo pri izboljšanju kakovosti življenja zaposlenih in lokalne skupnosti ter z donacijami in sponzorstvi podpirajo projekte in organizacije;
- tradicija – neprecenljive izkušnje združujejo s sodobnimi znanji, modernimi tehnologija in najnovejšimi trendi v kozmetični industriji.

Kozmetika Afroditia d.o.o. danes dosega poslovno odličnost z veliko ustvarjalnostjo, motiviranostjo in inovativnostjo vseh zaposlenih pri doseganju izjemnih rezultatov z vidika uspešnosti, učinkovitosti, konkurenčnosti, družbene odgovornosti, ugleda organizacije in razvijanja strateškega partnerstva. S svojim petdeset letnim delovanjem so postali izkušeno in tehnološko razvito podjetje. Niso samo sledilci kozmetičnih trendov, temveč jih narekujejo. Zaradi kakovostne kozmetike, ki temelji na visokem deležu sestavin naravnega in rastlinskega izvora imajo velik mednarodni ugled in zaupanje potrošnikov (Kozmetika Afroditia d.o.o., 2022, str. 8).

3 ANALIZA POSLOVANJA

V literaturi so navedene številne opredelitve analize poslovanja. Večina slovenskih avtorjev se naslanja na Lipovca, ki jo razume kot »proces spoznavanja konkretnega podjetja, kot priprava za odločanje o izboljšanju uspešnosti poslovanja s stališča uporabnika analize«. Pri tem Pučko dodatno poudarja dolgoročni, strateški vidik analize, Rozman pa povezavo analiza – odločanje – uspešnost. Vsi avtorji pa dajejo poudarek osnovni značilnosti analize poslovanja, to je metoda spoznavanja. Vendar obstajajo razlike med analizo kot metodo spoznavanja in analizo poslovanja. Metoda spoznavanja je splošna teorija v znanosti, analiza poslovanja pa vsebuje še (Bergant, 2013, str. 12-13):

- predmet analize, ki je poslovanje konkretnega podjetja;
- s predmetom analize je tudi okvirno določen namen same analize, to je prispevati k smotrnemu odločanju za doseganje ciljev podjetja in s tem k njegovi uspešnosti;
- analiza poslovanja je pa tudi ena od informacijskih funkcij podjetja.

Torej na kratko lahko opredelimo analizo poslovanja na naslednji način: uporaba metod in orodij analize pri analiziranju podatkov in poročil, oblikovanje informacij, ki so pomembne za poslovno odločanje ter posredovanje teh informacij uporabnikom (Bergant, 2013, str. 34). Med prvine analize štejemo njene metode, tehnike in orodja. Številni avtorji enačijo vse tri pojme ali pa izmenično enako smiselno uporabljajo vsaj dva (Bergant, 2013, str. 53). Bernstein (1989, str. 77) pa govori predvsem o naslednjih orodjih:

- primerjava sprememb med leti;
- primerjava gibanj z indeksi;
- običajna analiza računovodskih izkazov;
- analiza kazalnikov;
- posebne analize:
 - napovedovanje denarnih tokov;
 - analiza sprememb denarnih tokov;
 - izkaz variabilnosti kosmatega dobička;
 - analiza točke preloma.

3.1 Analiza uspeha poslovanja

Uspeh poslovanja analiziramo s pomočjo izkaza poslovnega izida. Izkaz poslovnega izida je eden od treh temeljnih računovodskih izkazov, ki se uporablja za poročanje o finančni uspešnosti podjetja v določenem obračunskem obdobju. Osredotoča se na prihodke in odhodke in sicer tako, da nam prikazuje razliko med tema dvema postavkama. Presežek prihodkov nad odhodki je dobiček, presežek odhodkov nad prihodki pa izguba. Zagotavlja nam vpogled v poslovanje podjetja, učinkovitost njegovega upravljanja, slabo delujoče sektorje in njegovo uspešnost v primerjavi z ostalimi podjetji v panogi (Chen, 2023).

3.1.1 Analiza prihodkov

Z ustvarjanjem prihodkov povečujemo gospodarsko korist v obračunskem obdobju v obliki povečanja sredstev ali zmanjšanja dolgov. Prek poslovnega izida vplivajo na velikost kapitala. Poznamo več vrst prihodkov in sicer poslovne prihodke, finančne prihodke in druge prihodke. Poslovni prihodki so prihodki od prodaje in drugi poslovnih prihodki, povezani s poslovnimi učinki. Finančni prihodki so prihodki iz investiranja, druge prihodke pa sestavljajo izredni prihodki in ostali prihodki, ki povečujejo poslovni izid (Vuković, Keramat in Juršev, 2021).

Kot je vidno v tabeli 1, so celotni prihodki v letu 2021 znašali 17.829.256 EUR in so se napram letu 2020 povečali za skoraj 7 %. K temu povečanju so najbolj prispevali čisti prihodki od prodaje, ki so se glede na leto prej povečali za 8,68 %. V strukturi celotnih prihodkov imajo največji delež poslovni prihodki, ki imajo v obeh preučevanih letih več kot 99 % delež, poleg tega pa so se poslovni prihodki v letu 2021 glede na leto 2020 povečali za 6,92 % in znašajo 17.814.489 EUR. Finančni prihodki so v obeh preučevanih letih sestavljeni le iz finančnih prihodkov iz poslovnih terjatev. Delež finančnih prihodkov se je v letu 2021 zmanjšal za 0,04 odstotne točke oziroma 30,44 %. Največje zmanjšanje je opazno pri drugih prihodkih, ki so se zmanjšali za skoraj 50 % in predstavljajo le 0,02 % delež celotnih prihodkov. Čeprav so se finančni in drugi prihodki v primerjavi z letom 2020 kar drastično zmanjšali, to zmanjšanje zaradi njihove majhne velikosti bistveno ne vpliva na celotne prihodke.

Tabela 1: Obseg (v EUR) in struktura (v %) prihodkov podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2020 in 2021

ELEMENTI v EUR	leto 2020		leto 2021		Indeks 2021/2020
	vrednost	%	vrednost	%	
1. Poslovni prihodki	16.662.084	99,86	17.814.489	99,92	106,92
a) Čisti prihodki od prodaje	15.901.914	95,31	17.282.245	96,93	108,68
b) Usredstveni lastni proizvodi in storitve	0	0,00	0	0,00	0,00
c) Drugi poslovni prihodki	760.170	4,56	532.244	2,99	70,02
2. Finančni prihodki	16.050	0,10	11.165	0,06	69,56

se nadaljuje

Tabela 1: Obseg (v EUR) in struktura (v %) prihodkov podjetja Kozmetika Afroditia d.o.o., v letih 2020 in 2021 (nad.)

a) Finančni prihodki iz deležev	0	0,00	0	0,00	0,00
b) Finančni prihodki iz danih posojil	0	0,00	0	0,00	0,00
c) Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	16.050	0,10	11.165	0,06	69,56
3. Drugi prihodki	7.092	0,04	3.602	0,02	50,79
Celotni prihodki (1+2+3)	16.685.226	100,00	17.829.256	100,00	106,86

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

3.1.2 Analiza odhodkov

Odhodki prav tako sodijo med dinamične ekonomske kategorije, ki se izkazujejo v izkazu poslovnega izida. Pri ustvarjanju odhodkov se v podjetju zmanjšujejo sredstva ali povečujejo dolgovi. Odhodki predstavljajo tisti del stroškov poslovanja, ki vplivajo na poslovni izid in se ne zadržujejo v zalogah, torej so se realizirali v prodanih poslovnih učinkih. Tako kot pri prihodkih tudi pri odhodkih poznamo poslovne odhodke, finančne odhodke in druge odhodke. Poslovni in finančni odhodki sodijo med redne, saj jih lahko vnaprej načrtujemo. Za druge odhodke to ne velja, saj jih ni mogoče realno predvideti (Schwarzmann, 2016).

Iz tabele 2 je vidno, da so celotni odhodki leta 2021 znašali 15.270.157 EUR in so se v primerjavi z letom 2020 povečali za 2,33 %. K temu je najbolj prispevalo povečanje stroškov blaga, materiala in storitve za 6,18 %. V celotni strukturi odhodkov največji delež predstavljajo poslovni odhodki, katerih delež je v letu 2020 znašal 99,87 %, v letu 2021 pa se je povečal na 99,92 %. Poslovni odhodki se pa sicer izračunajo kot stroški – sprememba vrednosti zalog. Med poslovnimi odhodki imajo največji delež stroški blaga, materiala in storitev (63,10 %), sledijo pa stroški dela (33,47 %). Finančni odhodki so se zmanjšali za 42,56 % in v letu 2021 znašali 11.316 EUR. K temu zmanjšanju je najbolj prispevalo zmanjšanje finančnih odhodkov iz finančnih obveznosti za skoraj 50 %. Sicer so se finančni odhodki iz poslovnih obveznosti povečali za 3,19 %, vendar zaradi majhne velikosti ne vplivajo na finančne odhodke kot tudi ne na celotne odhodke. Podjetje drugih odhodkov nima oziroma so zelo majhni in ne vplivajo na celotne odhodke.

Tabela 2: Obseg (v EUR) in struktura (v %) odhodkov podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021 in 2021

ELEMENTI v EUR	leto 2020		leto 2021		Indeks 2021/2020
	vrednost	%	vrednost	%	
1. Poslovni odhodki	14.903.473	99,87	15.258.082	99,92	102,38
a) Stroški blaga, materiala in storitve	9.075.002	60,81	9.635.609	63,10	106,18
b) Stroški dela	5.133.075	34,40	5.111.526	33,47	99,58
c) Odpisi vrednosti	693.129	4,64	665.407	4,36	96,00
d) Drugi poslovni odhodki	37.888	0,25	35.088	0,23	92,61
e) Zmanjšanje/povečanje zalog	35.621	0,24	189.548	1,24	532,12
2. Finančni odhodki	19.700	0,13	11.316	0,07	57,44
a) Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	0	0,00	0	0,00	0,00
b) Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	16.971	0,11	8.500	0,06	50,08
c) Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	2.729	0,02	2.816	0,02	103,19
3. Drugi odhodki	0	0,00	759	0,00	0,00
Celotni odhodki (1+2+3)	14.923.173	100,00	15.270.157	100,00	102,33

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

3.1.3 Analiza poslovnega izida

Kot je bilo že omenjeno je poslovni izid razlika med prihodki in odhodki v obračunskem obdobju. V pridobitnih organizacijah je presežek prihodkov nad odhodki dobiček, presežek odhodkov nad prihodki pa izguba. V nepridobitnih organizacijah se pa razlika označuje le kot presežek prihodkov oziroma odhodkov (Kamenšek, 2019). Podjetje Kozmetika Afrodita d.o.o. je pridobitna organizacija, zato je v nadaljevanju uporabljen izraz dobiček oziroma izguba.

Iz tabele 3 je razvidno, da je podjetje v obeh opazovanih letih poslovalo z dobičkom. Izid iz poslovanja se je v letu 2021 povečal za 45,37 % v primerjavi z letom prej. V nasprotju s tem je podjetje v obeh letih zabeležilo izgubo iz financiranja. V letu 2020 je izguba znašala 3.650 EUR predvsem zaradi visokih odhodkov iz finančnih obveznosti. V letu 2021 jim je uspelo to izgubo zmanjšati na 151 EUR, saj so bili odhodki iz finančnih obveznosti za skoraj polovico manjši. Ne glede na izgubo pri financiranju je izid iz rednega delovanja pozitiven in se je pravzaprav povečal za 45,66 % napram letu 2020. Izid izven rednega delovanja se je zmanjšal za skoraj 60 %, ampak to je le posledica nižjih drugih prihodkov kot leto prej. Iz tega sledi, da je v letu 2021 celotni poslovni izid znašal 2.559.099 EUR in se je v primerjavi z letom 2020 povečal za 45,23 %.

Tabela 3: Obseg (v EUR) poslovnega izida podjetja Kozmetika Afroditia d.o.o., v letih 2020 in 2021

ELEMENT (v EUR)	2020	%	2021	%	Indeks vrednosti 2021/2020
1. Poslovni prihodki	16.662.084	100,00	17.814.489	100,00	106,92
2. Poslovni odhodki	14.903.473	89,45	15.258.082	85,65	102,38
3. Izid iz poslovanja (1-2)	1.758.611	10,55	2.556.407	14,35	145,37
4. Finančni prihodki	16.050	0,10	11.165	0,06	69,56
5. Finančni odhodki	19.700	0,12	11.316	0,06	57,44
6. Izid iz financiranja (4-5)	- 3.650	-0,02	- 151	0,00	/
7. Izid iz rednega delovanja (3+6)	1.754.961	10,53	2.556.256	14,35	145,66
8. Drugi prihodki	7.092	0,04	3.602	0,02	50,79
9. Drugi odhodki	0	0,00	759	0,00	/
10. Izid izven rednega delovanja (8-9)	7.092	0,04	2.843	0,02	40,09
11. Celotni poslovni izid (7+10)	1.762.053	10,58	2.559.099	14,37	145,23

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

3.2 Analiza učinkovitosti in uspešnosti poslovanja

Uspešnost podjetja lahko presojamo iz gospodarskega in finančnega vidika. V primeru gospodarskega ugotavljamo, kako uspešno je podjetje izrabljajo razpoložljive prvine in v kolikšni meri so dosegali posamezne gospodarske kategorije (dobiček, čisti dobiček, izguba). Vendar dobiček in čisti dobiček ne moreta biti sama po sebi uspeha. Izmeriti je potrebno vložke, ki so potrebi za njegovo doseganje. Iz tega sledi, da v povezavi z dobičkom izračunamo kazalnike dobičkonosnosti. Če pa presojamo uspešnost podjetja s finančnega zornega kota, ugotavljamo, ali je bilo pri gospodarjenju denarja uspešno tako, da je sproti poravnalo vse obveznosti. Podjetje ne sme zadrževati denarja na računu, saj bi s tem zmanjševali uspešnost. Pomembno je, da ustrezno usklajuje pritoke in odtokove ter prejeme in izdatke. Spremljanje uspešnosti poslovanja omogoča ustrezno ukrepanje v primeru odmikov. Nakaže nam smer iskanja rešitev in odgovornim pokaže, kje morajo iskati razloge, da dosežki niso takšni, kot so bili načrtovani (Pavliha, 2021).

Učinkovitost in uspešnost poslovanja lahko merimo z več kazalci. V nadaljevanju sem se osredotočila predvsem na produktivnost dela, ekonomičnost oziroma gospodarnost in rentabilnost.

3.2.1 Produktivnost dela

Produktivnost dela je kazalec razmerja med proizvedenim produktom in količino dela, ki je bila vložena v njegovo proizvodnjo. Je eden od osnovnih sintetičnih kazalcev gospodarske razvitosti (UMAR, 2011). Na produktivnost dela vplivajo številni dejavniki, kot so (Bergant, 2007, str. 54-55):

- tehnično tehnološki dejavniki (tehnična delitev dela, tehnološki proces);
- organizacijski dejavniki (izkoriščanje zmogljivosti osnovnih sredstev, izraba delovnega časa);
- človeški dejavniki (intenzivnost dela, sistem motiviranja zaposlenih, zadovoljstvo zaposlenih);
- naravni dejavniki (klimatski pogoji, kakovost zemlje, topografske značilnosti);
- družbeni dejavniki (družbeno ekonomski sistem, politika, stopnja gospodarske razvitost).

Produktivnost smo izračunali kot je prikazano v enačbi (1) in sicer tako, da smo celotne prihodke delili s povprečnim številom zaposlenih.

$$\text{produktivnost dela} = \frac{\text{celotni prihodki}}{\text{povprečno število zaposlenih}} \quad (1)$$

Kot je vidno v tabeli 4 je produktivnost na zaposlenega v letu 2021 znašala 116.531,08 EUR in se je v primerjavi z letom 2020 povečala za 4,06 %. Povečanje produktivnost je v celoti posledica povečanja celotnih prihodkov, saj se povprečno število zaposlenih ni veliko spremenilo (v letu 2021 je povprečno število zaposlenih večje za štiri).

Tabela 4: Izračun produktivnosti podjetja Kozmetika Afroditia d.o.o. v letih 2020 in 2021

ELEMENTI	2020	2021	Indeks 2021/2020
1. Celotni prihodki	16.685.226	17.829.256	106,86
2. Povprečno število zaposlenih	149	153	102,68
3. Produktivnost (1/2)	111.981,38	116.531,08	104,06

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

3.2.2 Ekonomičnost

Gospodarnost poslovanja razumemo kot sposobnost preudarnega ravnanja s prvinami poslovnega procesa. To pomeni, da nam kaže razmerje med potroški prvin in poslovnimi učinki. Kazalnikov gospodarnosti je več in sicer ekonomičnost iz poslovanja, ekonomičnost iz finančnega poslovanja in ekonomičnost iz izrednega poslovanja. Sama ekonomičnost pa je na splošno opredeljena kot razmerje med prihodki in odhodki, kar je vidno iz enačbe (2), v primeru delnih ekonomičnosti pa moramo uporabiti ustrezne kategorije (poslovni prihodki

in odhodki, finančni prihodki in odhodki,...) (Bergant, 2007, str. 55). Če je ekonomičnost večja od 1, je podjetje imelo višje prihodke kot odhodke in zato pozitiven izid iz poslovanja. Za podjetje je ugodno, če se ekonomičnost povečuje (Bergant in Manohin, 2018, str. 83).

$$\text{ekonomičnost} = \frac{\text{prihodki}}{\text{odhodki}} \quad (2)$$

V tabeli 5 sem najprej izračunala celotno ekonomičnost za leto 2021 in 2020, za dodatno primerjavo sem pa dodala tudi tabelo 6 z ekonomičnostjo iz poslovanja in ekonomičnostjo iz financiranja za preučevano obdobje. Delni ekonomičnosti sem izračunala s pomočjo enačb (3) in (4).

$$\text{ekonomičnost iz poslovanja} = \frac{\text{poslovni prihodki}}{\text{poslovni odhodki}} \quad (3)$$

$$\text{ekonomičnost iz financiranja} = \frac{\text{finančni prihodki}}{\text{finančni odhodki}} \quad (4)$$

Iz tabele 5 ugotavljam, da je podjetje v letu 2021 in 2020 poslovalo ekonomično, saj je koeficient ekonomičnosti v obeh primerih večji od 1, oziroma so prihodki v obeh letih večji od odhodkov. Ekonomičnost je v letu 2020 znašala 1,12, v letu 2021 pa 1,17 torej se je glede na leto prej povečala za 0,05 odstotnih točk. To pomeni, da je podjetje na 100 enot odhodkov realiziralo 117 enot prihodkov.

Tabela 5: Izračun ekonomičnosti podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2020 in 2021

ELEMENTI	2020	2021	Indeks 2021/2020
1. Celotni prihodki	16.685.226	17.829.256	106,86
2. Celotni odhodki	14.923.173	15.270.157	102,33
3. Ekonomičnost (1/2)	1,12	1,17	104,43

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

Za primerjavo sem dodala še ekonomičnost iz poslovanja in ekonomičnost iz financiranja. Kot lahko vidimo v tabeli 6, se je ekonomičnost v obeh primerih povečala. Ekonomičnost iz poslovanja je v letu 2021 znašala 1,15, kar je skoraj toliko kot celotna ekonomičnost. To ponovno pomeni, da je podjetje realiziralo na 100 enot odhodkov 115 enot prihodkov. Nekoliko drugačna slika je pri ekonomičnosti iz financiranja. Čeprav se je ekonomičnost iz financiranja povečala za 21,10 % v primerjavi z letom prej, še vedno ne znaša ravno 1. Vrednost te vrste ekonomičnosti je 0,99, kar nam pove, da na 100 enot odhodkov realiziramo 99 enot prihodkov. S tem je podjetje ravno na meji, da s prihodki iz financiranja pokrije vse odhodke iz financiranja.

Tabela 6: *Ekonomičnost iz poslovanja in ekonomičnost iz financiranja v letih 2020 in 2021*

ELEMENTI	2020	2021	Indeks 2021/2020
Ekonomičnost iz poslovanja	1,12	1,15	103,40
Ekonomičnost iz financiranja	0,81	0,99	121,10

Vir: *Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).*

3.2.3 Rentabilnost

Primerjanje dobička z vloženimi sredstvi imenujemo rentabilnost oziroma dobičkonosnost. Dobičkonosnost je na splošno lastnost oziroma značilnost nečesa, da prinaša dobiček (Bergant, 2007, str. 59) V analizi razumemo dobičkonosnost kot učinkovitost poslovanja, merjeno z dobičkom v primerjavi z vloženimi sredstvi. V števcu imamo lahko različne vrste dobička. Glede na možnost izbire imenovalca pa ločimo vsaj tri temeljne različice dobičkonosnosti in sicer (Bergant in Manohin, 2018, str. 78-79):

- Dobičkonosnost lastniškega kapitala (angl. Return on Equity, v nadaljevanju ROE)
- Dobičkonosnost celotnih sredstev (angl. Return on Assets, v nadaljevanju ROA)
- Dobičkonosnost vloženega kapitala (angl. Return on investment – ROI)

3.2.3.1 Dobičkonosnost sredstev

Dobičkonosnost sredstev oziroma ROA je finančni kazalnik, ki kaže, kako donosno je podjetje glede na svoja celotna sredstva. Vodstvo podjetja lahko s pomočjo ROA ugotavlja, kako učinkovito podjetje uporablja svoja sredstva za ustvarjanje dobička. Ta kazalnik je običajno izražen v odstotkih z uporabo čistega dobička in povprečnih sredstev, kot je prikazano v enačbi (5). Višji ROA pomeni, da je podjetje bolj učinkovito in produktivno pri upravljanju bilance stanja za ustvarjanje dobička, medtem ko nižji ROA kaže, da je še nekaj prostora za izboljšave. Na kratko, pove nam, koliko enot dobička prinese 100 enot vloženih sredstev (Hargrave, 2022). Njegova vrednost je zelo odvisna od panoge, konkurenčnosti izdelkov in stopnje dodane vrednosti. V proizvodnih podjetjih je praviloma nižja, v visokotehnoloških podjetjih pa višja. Vsa podjetja pa stremijo k višji vrednosti tega kazalnika, saj to pritegne vlagatelje in financerje. Večja kot je dobičkonosnost sredstev, manjša je verjetnost, da bo podjetje zašlo v poslovne in finančne težave (Svet kapitala, 2017).

$$ROA = \frac{\text{čisti dobiček}}{\text{povprečna sredstva}} \quad (5)$$

Kot je vidno v tabeli 7 je dobičkonosnost sredstev v letu 2021 znašala 14,45 % in se je v primerjavi z letom 2020, ko je znašala 10,70 % povečala za dobrih 35 %, kar je za podjetje ugodno. To nam pove, da je vsakih 100 EUR vloženih sredstev prineslo 14,45 EUR dobička. Takšno povečanje lahko pripišemo povečanju čistega poslovnega izida za dobrih 46 %, kar se je posledično zgodilo zaradi večje rasti celotnih prihodkov kot odhodkov.

Tabela 7: Izračun kazalnika dobičkonosnosti sredstev v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2020 in 2021

ELEMENTI	2019	2020	2021	Indeks 2021/2020
1. Čisti poslovni izid		1.439.046	2.100.506	145,97
2. Sredstva	12.816.974	14.072.877	14.999.062	106,58
3. ROA (1/(0,5*(2t+2t-1))*100)		10,70%	14,45%	135,01

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2019a), Dun & Bradstreet d.o.o. (2019b), Dun & Bradstreet d.o.o. (2020a), Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b), Dun & Bradstreet d.o.o. (2021a) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

3.2.3.2 Dobičkonosnost kapitala

Donosnost lastniškega kapitala oziroma ROE je merilo finančne uspešnosti, ki se izračuna po enačbi (6) in sicer z deljenjem čistega dobička s povprečnim kapitalom. ROE velja za merilo donosnosti podjetja in njegove učinkovitosti pri ustvarjanju dobička. Višji kot je, bolj je vodstvo učinkovito pri ustvarjanju prihodkov in rasti iz lastniškega financiranja. Tako kot ROA je tudi ta kazalnik prikazan v odstotkih. Torej pove nam, koliko enot dobička lahko dobimo na vloženo enoto kapitala (Fernando, 2023). ROE je s stališča lastnikov najpomembnejši. Cilj je torej čim višji ROE vendar je pri tem potrebno paziti, saj višja vrednost kazalnika pomeni tudi večje tveganje na račun velikega zadolževanja. V tem primeru namesto, da bi podjetje pridobilo sredstva od lastnikov, se obrnejo na banke, ki v določenem obdobju zahtevajo vračilo denarja (Svet kapitala, 2017).

$$ROE = \frac{\text{čisti dobiček}}{\text{povprečni kapital}} \quad (6)$$

Iz tabele 8 je vidno, da je dobičkonosnost kapitala v letu 2021 znašala 19,83 %, kar je 23,77 % več kot v letu 2020, ko je znašala 16,02 %. Iz tega sledi, da na vsako vloženo enoto kapitala dobimo 19,83 enot dobička. To lahko ponovno pripišemo povečanju čistega poslovnega izida.

Tabela 8: Izračun dobičkonosnosti kapitala v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2020 in 2021

ELEMENTI	2019	2020	2021	Indeks 2021/2020
1. Čisti poslovni izid		1.439.046	2.100.506	145,97
2. Kapital	8.194.550	9.767.860	11.415.045	116,86
3. ROE (1/(0,5*(2t+2t-1))*100)		16,02%	19,83%	123,77

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2019a), Dun & Bradstreet d.o.o. (2019b), Dun & Bradstreet d.o.o. (2020a), Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b), Dun & Bradstreet d.o.o. (2021a) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

3.2.3.3 Dobičkovnost prihodkov

Dobičkovnost nam pokaže učinkovitost poslovanja, merjeno z dobičkom v primerjavi z izložki. Med najpomembnejše kazalnike dobičkovnosti spada stopnja dobičkovnosti prihodkov oziroma angl. Return on sales, v nadaljevanju ROS, ki pa ima lahko veliko oblik glede na to, kateri dobiček primerjamo s prihodki (Bergant in Manohin, 2018, str. 78). Ta kazalnik nam omogoča vpogled v to, kako dobičkonosni so naši prihodki oziroma koliko dobička se ustvari na evro prodaje. Naraščajoča dobičkovnost pomeni, da podjetje izboljšuje učinkovitost, na drugi stran pa padajoča lahko opozarja na bližajoče se finančne težave. ROS se uporablja za primerjavo izračunov tekočega obdobja z izračuni iz prejšnjih obdobj. To podjetju omogoča, da izvede analize trendov in primerja uspešnosti notranje učinkovitosti v daljšem časovnem obdobju. Koristno je tudi primerjati odstotek ROS enega podjetja z odstotkom ROS konkurenčnega podjetja. Vendar za primerjavo morata obe podjetji delovati v isti panogi, saj se dobičkovnost med panogami zelo razlikuje. Izračuna se, kot je vidno v enačbi (7) z deljenjem dobička s prihodki (Hayes, 2022).

$$\text{dobičkovnost prihodkov} = \frac{\text{dobiček}}{\text{prihodki}} \quad (7)$$

Tudi dobičkovnost prihodkov se je v preučevanem obdobju povečala. V tabeli 9 vidimo, da je v letu 2021 znašala 11,78 %, kar je v primerjavi z letom 2020, ko je znašala 8,62 %, boljše za 3,16 odstotnih točk. To je ponovno posledica večjega povečanja čistega poslovnega izida kot celotnih prihodkov.

Tabela 9: Izračun dobičkovnosti prihodkov v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2020 in 2021

ELEMENTI	2020	2021	Indeks 2021/2020
1. Čisti poslovni izid	1.439.046	2.100.506	145,97
2. Celotni prihodki	16.685.226	17.829.256	106,86
3. Dobičkovnost prihodkov (1/2)	8,62%	11,78%	136,60

Vir: Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).

4 NEFINANČNI KAZALNIKI

Direktorji in managerji v podjetjih se zavedajo, da tradicionalni finančno – računovodski kazalniki v današnjem konkurenčnem okolju niso več dovolj, saj ne ustrezajo spretnostim in kompetencam, ki jih podjetja želijo osvojiti dan danes. Zaradi tega se je razvil uravnotežen sistem kazalnikov oziroma kot bolje poznan Balanced Scorecard (angl. izraz – BSC). Vodstvu omogoča hiter in celovit vpogled v poslovanje podjetja. Torej omogoča, da na poslovanje gledajo s štirih pomembnih vidikov – finančni vidik, vidik notranjih poslovnih procesov, vidik učenja in rasti ter vidik kupcev. Prvi sodi pod finančne kazalnike, ostali trije pa med nefinančne kazalnike. S finančnimi kazalniki se analizirajo dejanja, ki so se v

podjetju že zgodila, z nefinančnimi kazalniki pa ukrepe, ki bodo podlaga za prihodnje finančne rezultate. V tabeli 10 so predstavljeni posamezni vidiki, kaj merijo in kaj je njihov namen (Kaplan in Norton, 1992, str. 71-72).

Tabela 10: Nefinančni kazalniki z njihovimi vrstami meritev in nameni

VIDIK	KAJ MERI	NAMEN
Finančni vidik	Dobiček, ROA, ROE, rast prihodkov, dodana vrednost na zaposlenega,...	Kako jih vidijo delničarji?
Vidik notranjih poslovnih procesov	Produktivnost, tehnološka zmogljivost, stroški kakovosti, izraba delovnega časa,...	Na katerih področjih se morajo izboljšati?
Vidik učenja in rasti	Vlaganje v raziskave in razvoj, vlaganje v informacijsko tehnologijo, št. ur izobraževanja zaposlenih, povprečna stopnja izobrazbe,...	Ali se podjetje lahko še naprej izboljšuje in ustvarja dodano vrednost?
Vidik kupcev	Stopnja zadovoljstva kupcev, dobičkonosnost kupcev, pravočasnost dobav,...	Kako jih vidijo kupci?

Prirejeno po Kaplan in Norton (1992).

Ukrepi, ki temeljijo na kupcih in notranjih poslovnih procesih so po mnenju podjetij najpomembnejši za konkurenčno prednost, vendar močna svetovna konkurenca zahteva, da se podjetja nenehno izboljšujejo. Sposobnost podjetja za inovacije, izboljšave in učenje je neposredno povezana z vrednostjo podjetja. Iz tega sledi, da lahko podjetje le s sposobnostjo uvajanja novih kakovostnih izdelkov in nenehnega izboljševanja učinkovitosti poslovanja progre na nove trge ter raste (Kaplan in Norton, 1992, str. 75-76).

Organizacije in podjetja so danes povsod po svetu v pomembnem procesu preoblikovanja. Iz industrijskega tekmovanja se preusmerjajo v informacijsko tekmovanje. Če želi podjetje postati konkurenčno, potrebuje nove zmogljivosti. Sposobnost organizacij, da izrabijo poleg materialnih tudi nematerialne zmogljivosti, postaja vse bolj pomembna. Nematerialne zmogljivosti omogočajo podjetjem predvsem, da (Pavliha, 2021):

- razvijajo odnos do kupcev, ki jim bo omogočil obdržati obstoječe kupce in uspešno ter učinkovito zadovoljevati nove kupce;
- uvajajo inovativne proizvode in storitve, ki jih želijo kupiti;
- proizvajajo visoko kakovostne proizvode ob majhnih stroških in kratkih dobavnih rokih;
- mobilizirajo sposobnosti zaposlencev in jih motivirajo, da nenehno povečujejo svoje zmogljivosti in usposobljenost.

Zaradi pomembnosti nefinančnih kazalnikov in boljšega razumevanja poslovanja podjetja sem v nadaljevanju analizirala tudi le-te. Osredotočila sem se predvsem na vidik učenja in

rasti, bolj natančno na raziskave in razvoj ter zaposlene, ki so temelj vsakega uspešnega podjetja.

4.1 Raziskave in razvoj

Izraz "raziskave in razvoj" (v nadaljevanju R&R) se nanaša na postopke, ki jih podjetja uporabljajo za ustvarjanje in uvajanje novega blaga in storitev. Pogosto pomeni začetek razvojnega procesa. Običajno je cilj uvesti nov izdelek in storitev na trg ter povečati poslovni izid podjetja. Raziskave in razvoj se po navadi uporabljajo za označevanje inovacij v poslovnem in javnem sektorju. Podjetjem omogočajo, da ohranijo konkurenčno prednost. Ker so R&R lahko tudi zelo tvegane se ne izvajajo s pričakovanjem takojšnjega dobička. Namesto tega se pričakuje, da bo podjetje dolgoročno postalo bolj dobičkonosno, saj razvoji novih inovativnih izdelkov vodijo v večjo konkurenčno prednost (Kenton, 2022).

V podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. je razvojna pot izdelka skrbno načrtovana, a vseeno zelo kreativna in kompleksna. Njihov glavni cilj za nadaljnjo razvijanje je to, da kupce navdušijo ter pomagajo, da se vsak v svoji koži počuti lepo. Pomembno jim je tudi, da so v koraku znanostjo in tesnem stiku z naravo (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 16).

Zgodba vsakega izdelka se prične na njenem koncu, torej pri uporabnikih. Razumevanje njihovih želja, potreb in pričakovanj je osnovno izhodišče za razvoj novih izdelkov. Zaposleni z oddelka marketinga redno spremljajo zahteve trga in na osnovi pridobljenih informacij skupaj z razvojniki pripravijo idejni koncept novega izdelka (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 16).

Bogato paleto izdelkov razvijajo v tehnološko dovršenem kompleksu lastnih laboratorijev. Razvoj novih izdelkov temelji na naprednih formulah in učinkovitih sestavinah, ki so naravnega in rastlinskega izvora, so prijazne koži ter skladne s certifikati. Temelj naprednih formul so obsežne znanstvene raziskave in inovativnosti, ki imajo vedno zgolj pozitivne učinke na kožo. V izdelke tudi ne dodajajo nepotrebnih sestavin, kot so barvila in dišave (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 16-17).

Sestavine izbirajo na osnovi rastlinskega izvora s preverjenim in certificiranim poreklom. Prav tako si prizadevajo, da poiščejo sestavine z že opravljenimi in vivo ali in vitro študijami, sestavine iz ekološke pridelave ter sestavine, ki se pridobijo po načelu pravične trgovine. Pomemben dejavnik pri izbiranju surovin je tudi to, da niso bile testirane na živalih (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 17).

Sledi zahtevna in številna študija pripravljana vzorcev, testiranja medsebojnih interakcij sestavin ter iskanje optimalne koncentracije. Končni vzorci so potem podvrženi internim testom učinkovitosti, ki jih izvajajo na prostovoljcih v svojih centrih. Rezultati jim povedo kakšna je učinkovitost, kako in v kolikšni količini ga uporabljati in ali ga koža sploh dobro prenaša. Vendar te rezultate lahko navajajo le kot subjektivne zaznave testirancev, zato

izdelke pošljejo še na dodatno testiranje na svetovno priznane neodvisne institucije. Ko je končni vzorec potrjen se pot nadaljuje v računalniško voden proizvodni proces, kjer izdelki ob avtomatiziranem polnjenju pridobijo končno obliko (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 17).

Vseskozi se izvaja nadzor in kontrola ustreznosti ter kakovosti surovin, saj jim je kakovost izrednega pomena. To visoko in konstantno kakovost potrjuje tudi izpolnjevanje zahtev mednarodnega standarda ISO 22 716, ki izhaja iz načel evropske zakonodaje na področju kozmetike – Good Manufacturing Practices. Kakovost svojih izdelkov in vedno nove izboljšave tudi navajajo kot najmočnejšo prednost pred konkurenco, kar bo pripomoglo tudi k uspešnosti podjetja na svetovnih trgih (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 18).

4.2 Zaposleni

Ekonomska vrednost delavčevih izkušenj in spretnosti se imenuje človeški kapital. Človeški kapital vključuje sredstva, kot so izobrazba, usposabljanje, inteligenca, komunikacijske spretnosti, tehnične veščine, veščine reševanja problemov, izkušnje ter fizično in psihično zdravje. Delodajalci pa prav tako cenijo zvestobo in pravočasnost. Ker ga ni mogoče navesti v bilanci stanja podjetja, ga označujejo za neopredmeteno sredstvo ali kakovost. Velja prepričanje, da naložbe v človeški kapital povečajo produktivnost in s tem dobičkonosnost. Več ko podjetje vlaga v svoje zaposlene, večje so možnosti za njegovo produktivnost in uspeh (Kenton, 2023).

Za organizacijo se pogosto pravi, da je dobra le toliko, kolikor so dobri njeni ljudje, zato je človeški kapital za podjetje zelo pomemben. Prav tako obstaja močna povezava med gospodarsko rastjo in človeškim kapitalom. Ko se človeški kapital poveča na področjih, kot so znanost, izobraževanje, itd. to vodi do povečanja inovativnosti, povečane produktivnosti, izboljša stopnje sodelovanja in to vse vodi h gospodarski rasti. Povečanje gospodarske rasti pa po navadi izboljša kakovost življenja prebivalstva (Kenton, 2023).

Tudi v podjetju Kozmetika Afrodita se zavedajo, da za vsemi visokokakovostnimi izdelki in storitvami stojijo predvsem ljudje. Zaradi tega spodbujajo trdno in enakopravno komunikacijo med zaposlenimi in delodajalcem. Vedo, da so osnovni pogoji za doseganje zastavljenih ciljev zadovoljstvo zaposlenih, dobri medsebojni odnosi, spodbudno delovno okolje z elementi socialne varnosti in skrb za varno delo. Zavzeti in motivirani zaposleni so ključnega pomena za uspešno poslovanje in trajnostni razvoj podjetja. Dobri medčloveški odnosi in pripadnost družbi se razvija le v prijaznem delovnem okolju. Zavedajo se, da komunikacija z zaposlenimi krepi pripadnost, povečuje delovno uspešnost in vodi k doseganju poslovnih ciljev, zato z zaposlenimi komunicirajo odprto. Zaposleni in njihovo znanje so najpomembnejši element za poslovno odličnost in rast. K zavedanju pomembnosti zaposlenih in njihovih znanj prispeva predvsem vse večja konkurenčnost na trgu, kjer so gospodarske, politične, tehnološke in znanstvene spremembe stalnica (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 26).

Eden od ciljev podjetja je konkurenčnost v mednarodnem okolju, kar pa lahko dosežejo samo z motiviranimi in zavzetimi zaposlenimi. Za obvladovanje močne konkurence pa je potrebno nenehno izboljševanje izobrazbene ravni zaposlenih, širitev usposobljenosti in spodbujanje njihove ustvarjalnosti. Obveza vsakega delodajalca in interes delavca je učinkovito zagotavljanje varnosti in zdravja pri delu brez nezgod, poklicnih bolezni in bolezni, povezanih z delom. Skozi politiko varnosti in zdravja pri delu si nenehno prizadevajo za izboljševanje pogojev za delo, preprečevanje delovnih nezgod in za preprečevanje bolezni zaradi dejavnikov okolja. Na letni ravni se izvajajo izobraževanja s področja požarne varnosti, varstva pri delu in preverjanje znanja s tega področja. Prav tako čedalje večjo pozornost namenjajo ergonomskemu urejanju delovnih mest in delovnih pogojev ter ravnanju z odpadki (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 26).

4.2.1 Število zaposlenih

V tabeli 11 lahko vidimo, da se število zaposlenih v zadnjih treh letih ni drastično spreminjalo. V letu 2019 so imeli 158 zaposlenih, največji delež predstavljajo zaposleni v proizvodnji s 46,20 %, sledijo jim zaposleni v prodaji z 19,62 % in na tretjem mestu kozmetični saloni s 13,29 %. V naslednjem letu se je število zaposlenih zmanjšalo za 2 osebi na skupno 156 in zmanjšanje za eno osebo zasledimo pri prodaji in kozmetičnih salonih. Največji delež še vedno predstavljajo zaposleni v proizvodnji, katerim se je delež minimalno povečal. Leta 2021 znaša skupno število zaposlenih 165, torej se je indeks napram letu prej povečal za 5,77 %. Celotna struktura se prav tako ni spremenila, saj vodilna tri mesta še vedno pripadajo istim organizacijskim enotam. Na treh delovnih mestih lahko opazimo povečanje in sicer marketing se je povečal za 22,22 % (zaposlili so 2 novi osebi), razvoj za 11,11 % (zaposlili 1 novo osebo) in proizvodnja za 8,22 %, kjer so zaposlili 6 novih oseb.

Tabela 11: Število zaposlenih po posameznih organizacijskih enotah v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021

ORGANIZACIJSKA ENOTA	2019	%	2020	%	2021	%	Indeks 2021/2020
1. Uprava	8	5,06	8	5,13	8	4,85	100,00
2. FRS	3	1,90	3	1,92	3	1,82	100,00
3. Prodaja	31	19,62	30	19,23	30	18,18	100,00
4. Nabava	4	2,53	4	2,56	4	2,42	100,00
5. Marketing	9	5,70	9	5,77	11	6,67	122,22
6. Razvoj	9	5,70	9	5,77	10	6,06	111,11
7. Proizvodnja	73	46,20	73	46,79	79	47,88	108,22

se nadaljuje

Tabela 12: Število zaposlenih po posameznih organizacijskih enotah v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021 (nad.)

8. Kozmetični saloni	21	13,29	20	12,82	20	12,12	100,00
9. Skupaj (1+2+3+4+5+6+7+8)	158	100,00	156	100,00	165	100,00	105,77

Vir: Kozmetika Afrodita d.o.o. (2020) in Kozmetika Afrodita d.o.o. (2021).

Tudi iz povprečnega števila zaposlenih lahko vidimo, da ni prevelikih nihanj. Kot je vidno v tabeli 12 se povprečno število od leta 2019 do leta 2021 giba med 146 in 152. V letu 2021 se je napram letu 2020 povprečno število zaposlenih povečalo za 2,51 % oziroma štiri zaposlene.

Tabela 13: Povprečno število zaposlenih v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021

ELEMENT	2019	2020	2021	Indeks 2021/2020
povprečno število zaposlenih	146,20	148,58	152,31	102,51

Vir: Kozmetika Afrodita d.o.o. (2020) in Kozmetika Afrodita d.o.o. (2021).

4.2.2 Izobrazbena struktura zaposlenih

Podjetje zaposluje ljudi iz različnih strok, s poudarkom s področja farmacije, mikrobiologije, kemije, kozmetologije, managementa in trženjskega komuniciranja. Ker gre za proizvodno podjetje, ima največ zaposlenih poklicno ali srednješolsko izobrazbo (Kozmetika Afrodita d.o.o., 2022, str. 26). Kot je vidno v tabeli 13 skupaj tvorijo kar 50 % vseh zaposlenih. Najmanj zaposlenih ima III. stopnjo izobrazbe. V primerjavi z letom 2020 se je za 21,05 % oziroma 4 ljudi povečalo število zaposlenih z visokošolsko strokovno izobrazbo. Prav tako se je za 10 % povečalo število zaposlenih z univerzitetno izobrazbo. Povečanje med 2 % in 5 % opazimo tudi pri IV. in V. stopnji.

Tabela 14: Izobrazbena struktura zaposlenih v podjetju Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021

ELEMENTI	2019	%	2020	%	2021	%	Indeks 2021/2020
1. II. Priučeni delavci	16	10,13	16	10,26	16	9,70	100,00
2. III. Kvalificirani delavci	5	3,16	5	3,21	5	3,03	100,00
3. IV. Kvalificirani delavci	39	24,68	39	25,00	40	24,24	102,56
4. V. Srednja stopnja	42	26,58	42	26,92	44	26,67	104,76

se nadaljuje

Tabela 15: Izobrazbena struktura zaposlenih v podjetju Kozmetika Afroditia d.o.o. v letih 2019, 2020 in 2021 (nad.)

5. VI. Višja stopnja	15	9,49	15	9,62	15	9,09	100,00
6. VII/1. Visokošolski strokovni program	19	12,03	19	12,18	23	13,94	121,05
7. VII/2. Univerzitetni program	22	13,92	20	12,82	22	13,33	110,00
8. Skupaj (1+2+3+4+5+6+7)	158	100,00	156	100,00	165	100,00	105,77

Vir: Kozmetika Afroditia d.o.o. (2020) in Kozmetika Afroditia d.o.o. (2021).

Povprečna starost zaposlenih je 41 let, 39 let pri moških in 42 let pri ženskah. Z večino zaposlenimi so sklenjene pogodbe za nedoločen čas. Kljub proizvodnemu procesu je zaposlenih več žensk kot moških. Moški prevladujejo v operativnem proizvodnem procesu, ženske pa v razvoju, kontroli in ostalih strokovnih službah (Kozmetika Afroditia d.o.o., 2022, str. 26).

5 PREDSTAVITEV UGOTOVLJENIH PREDNOSTI IN SLABOSTI TER PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE

Podjetje Kozmetika Afroditia d.o.o. ima kar nekaj prednosti. Kot prvo bi izpostavila kakovost njihovih izdelkov. Kot je že bilo omenjeno, je razvojna pot izdelka skrbno načrtovana in vsi izdelki so razviti v dovršenih lastnih laboratorijih. Izdelki temeljijo na učinkovitih in naravnih sestavinah. Sestavine izbirajo na osnovi rastlinskega izvora s preverjenim in certificiranim poreklom. Znotraj njihove ponudbe je na voljo tudi vrsta izdelkov, ki ne vsebuje sestavin živalskega izvora in so primerni za vegane. Prav tako nikoli ne testirajo na živalih in na tej osnovi izbirajo tudi dobavitelje surovin. Kot še eno prednost bi lahko omenila nenehno strmenje k razvoju in vlaganju v inovacije. Nenehno iščejo nove rešitve, inovativne izdelke, kakovostne sestavine, na osnovi katerih soustvarjajo trende v kozmetični industriji, zato ni presenetljivo, da so najmočnejša blagovna znamka v segmentu nege obraza na slovenskem trgu.

Kot slabost bi lahko omenila, da ima podjetje po celotni Sloveniji le 7 lepotnih centrov in prodajaln. Večina jih je v Rogaški Slatini, s kjer podjetje tudi izvira ter po eden v Ljubljani in Mariboru. S tem bolj slabo pokrivajo zahodni del Slovenije, saj jim je najbližja specializirana prodajalna v Ljubljani. Njihove izdelke lahko dobimo tudi na prodajnih policah večjih trgovin ter nekaterih kozmetičnih trgovinah. Vendar je v teh trgovinah ponudba izdelkov bolj skopa in imajo kupci manj izbire, kot bi jo imeli v specializiranih prodajalnah samega podjetja. Največjo ponudbo izdelkov imajo sicer v svoji spletni trgovini, kjer so izdelki razdeljeni po kategorijah in je vsak podrobno predstavljen. Ampak nekateri kupci izdelke raje kupujejo fizično v trgovinah kot preko spleta, sploh če gre za izdelke z

višjo ceno. V fizičnih trgovinah lahko izdelke lažje primerjajo med seboj in za dodatno pomoč vprašajo tudi zaposlene.

Podjetje že sedaj ustvarja visokokakovostne izdelke, problem sem zaznala le v številu specializiranih prodajaln. Kot rešitev bi predlagala širitev lepotnih centrov in prodajaln na zahod. Na začetku bi se lahko osredotočili le na večja mesta, v nadaljevanju bi pa bilo dobro, da bi v vsaki regiji imeli prodajalno in s tem bili bolj dostopni večjemu številu kupcev. Za boljšo ponudbo v večjih trgovinah in kozmetičnih trgovinah bi lahko naredili raziskavo, katere izdelke Kozmetika Afrodita si kupci želijo v fizičnih trgovinah. S tem bi imeli boljši občutek kaj si kupci želijo in bi temu primerno razširili ponudbo pri ostalih ponudnikih in mogoče na police postavili izdelke, ki jih trenutno tam še ni. Predlagala bi tudi testerje za izdelke z višjo ceno. Glede na to, da je koža vsakega posameznika drugačna, vsak ima drugačne občutljivosti in preference, pri kozmetiki pa je pomembno, da ima možnost preizkusiti večje število izdelkov in se odločiti za tistega, ki mu najbolj ustreza.

6 SKLEP

V zaključni strokovni nalogi sem analizirala in primerjala poslovanje podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o. v letih 2021 in 2020. Ker vse več podjetij uporablja neko obliko uravnoteženih sistemov kazalnikov, sem tudi sama raziskala poslovanje podjetja s strani pomembnejših finančnih kazalnikov ter dveh nefinančnih kazalnikov. Na začetku sem predstavila opazovano podjetje, njihov razvoj v preteklih petdesetih letih, njihovo vizijo ter vrednote. V nadaljevanju sem predstavila pojem analiza poslovanja z vidika različnih avtorjev ter se osredotočila na dve pomembnejši finančni analizi – analiza uspeha poslovanja in analiza učinkovitosti in uspešnosti poslovanja. V okviru analize uspeha poslovanja sem analizirala prihodke, odhodke in poslovni izkaz. Praktično pri vseh treh postavkah opazimo povečanje. Prihodki so se na račun čistih prihodkov iz prodaje povečali za skoraj 7 % in odhodki so se zaradi povečanja stroškov materiala, blaga in storitev povečali za 2,33 %. Vendar povečanje odhodkov ni vplivalo na izid iz poslovanja, saj je podjetje v obeh opazovanih obdobjih poslovalo z dobičkom. V letu 2021 je celotni poslovni izid znašal 2.559.099 EUR. Tej analizi sledi analiza učinkovitosti in uspešnosti poslovanja, kjer sem dala poudarek na kazalnike produktivnost dela, ekonomičnost in rentabilnost. Tukaj ponovno vidimo povečanje vseh kazalnikov, kar pomeni, da je podjetje poslovalo bolj uspešno kot leto prej. Produktivnost dela se je na račun povečanja celotnih prihodkov povečala za dobre 4 %. Ekonomičnost je znašala 1,17, kar je več kot 1, kar pomeni, da so poslovali ekonomično in so imeli prihodke višje od odhodkov. Za dodatno primerjavo sem analizirala tudi delne ekonomičnosti, kjer prav tako opazimo izboljšanje. Pod pojmom rentabilnost sem predstavila dobičkonosnost kapitala, dobičkonosnost sredstev in dobičkovnost prihodkov. Med temi tremi kazalniki največje povečanje zasledimo pri dobičkovnosti prihodkov za 36,60 %, sledi dobičkonosnost sredstev za dobrih 35 % in na koncu še dobičkonosnost kapitala za slabih 24 %. Po tem pretežno finančnem poglavju se osredotočim na nefinančne kazalnike, kjer jih prvotno predstavim in kasneje v izbranem

podjetju analiziram raziskave in razvoj ter zaposlene. Opišem, kako poteka proces raziskav in razvoja v podjetju ter zakaj je to pomembno. V naslednjem poglavju preučim še število zaposlenih v podjetju ter njihovo izobrazbeno strukturo. Število zaposlenih se v preučevanem obdobju ni veliko spreminjalo. Kljub proizvodnemu procesu pa imajo zaposlenih več žensk kot moških. Za konec predstavim še prednosti in slabosti podjetja ter moje predloge za izboljšave. Med prednostmi izpostavim kakovost in vlaganje v inovacije, med slabostmi pa slabše pokrivanje trga z lepotnimi centri in prodajalnami. Za izboljšave predlagam več centrov po celotni državi, primerno razširitev ponudbe v večjih trgovinah in kozmetičnih trgovinah ter testerje za izdelke z višjo ceno.

Menim, da sem dosegla namen, ki sem si ga zastavila pred pisanjem zaključne strokovne naloge. S pomočjo podatkovne baze GVIN sem pridobila potrebne finančne podatke in s pomočjo letnega poročila podjetja raziskala in predstavila nefinančne vidike, ki imajo prav tako velik vpliv na uspešno in konkurenčno poslovanje podjetja. Cilj je bil prav tako dosežen, saj sem predstavila podjetje, naredila analizo poslovanja z vidika finančnih in nefinančnih kazalnikov ter predstavila prednosti in slabosti ter možne izboljšave.

Podjetje se je v preteklih letih srečalo s kar nekaj težavami kot je izguba trgov po razpadu Jugoslavije, vpliv Covida-19 na poslovanje in podražitve zaradi Rusko-Ukrajinske vojne. V prihodnosti je njihov glavni cilj uspešno prebroditi težave in dosegati zastavljene cilje. Glavna želja je še vedno prodreti na nove trge, okrepiti internetno prodajo, povečati tržni delež na obstoječih trgih in uspešno obvladovanje stroškov.

LITERATURA IN VIRI

1. Bergant, Ž. (2007). *Osnove analize poslovanja*. Abeceda storitve.
2. Bergant, Ž. (2013). *Analiza poslovanja od teorije do prakse: (računovodski in finančni vidiki)*. Inštitut za poslovodno računovodstvo.
3. Bergant, Ž. in Manohin, I. (2018). *Priročnik za analiziranje poslovanja*. Inštitut za poslovodno računovodstvo.
4. Bernstein, A. L. (1989). *Financial Statement Analysis* (4. izd). Irwin
5. Chen, J. (2023, 27. marec). *Income Statement: How to Read and Use It*. <https://www.investopedia.com/terms/i/incomestatement.asp>
6. Dun & Bradstreet d.o.o. (2019a). *Bilanca stanja za leto 2019*. <https://www-gvin-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/GvinFipo/Pages/Company.aspx?Mode=GvinSI&App=GvinFipo2012SI&CompanyId=50797&CompanyDetailType=BalanceSheet&CompanyDetailSubType=BalanceSheet&Lang=sl-SI>
7. Dun & Bradstreet d.o.o. (2019b). *Izkaz poslovnega izida za leto 2019*. <https://www-gvin-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/GvinFipo/Pages/Company.aspx?Mode=GvinSI&App=GvinFipo2012SI&Company>

- Id=50797&CompanyDetailType=BalanceSheet&CompanyDetailSubType=Profit&Lang=sl-SI
8. Dun & Bradstreet d.o.o. (2020a). *Bilanca stanja za leto 2020*. <https://www-gvin-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/GvinFipo/Pages/Company.aspx?Mode=GvinSI&App=GvinFipo2012SI&CompanyId=50797&CompanyDetailType=BalanceSheet&CompanyDetailSubType=BalanceSheet&Lang=sl-SI>
 9. Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b). *Izkaz poslovnega izida za leto 2020*. <https://www-gvin-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/GvinFipo/Pages/Company.aspx?Mode=GvinSI&App=GvinFipo2012SI&CompanyId=50797&CompanyDetailType=BalanceSheet&CompanyDetailSubType=Profit&Lang=sl-SI>
 10. Dun & Bradstreet d.o.o. (2021a). *Bilanca stanja za leto 2021*. <https://www-gvin-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/GvinFipo/Pages/Company.aspx?Mode=GvinSI&App=GvinFipo2012SI&CompanyId=50797&CompanyDetailType=BalanceSheet&CompanyDetailSubType=BalanceSheet&Lang=sl-SI>
 11. Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b). *Izkaz poslovnega izida za leto 2021*. <https://www-gvin-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/GvinFipo/Pages/Company.aspx?Mode=GvinSI&App=GvinFipo2012SI&CompanyId=50797&CompanyDetailType=BalanceSheet&CompanyDetailSubType=Profit&Lang=sl-SI>
 12. Fernando, J. (2023, 5. april). *Return on Equity (ROE) Calculation and What It Means*. <https://www.investopedia.com/terms/r/returnonequity.asp>
 13. Hargrave, M. (2022, 14. junij). *Return on Assets (ROA): Formula and 'Good' ROA Defined*. <https://www.investopedia.com/terms/r/returnonassets.asp>
 14. Hayes, A. (2022, 18. marec). *Return on Sales: What ROS Is and the Formula To Calculate It*. <https://www.investopedia.com/terms/r/ros.asp>
 15. Kamenšek, D. (2019, 30. januar). *Predstavitev vrst poslovnega izida na praktičnem primeru v povezavi s PSR 4*. <https://www.findinfo.si/medijsko-sredisce/v-srediscu/235741>
 16. Kaplan, R. S. in Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard- Measures That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1),71–79.
 17. Kenton, W. (2022, 19. junij). *Research and Development (R&D) Definition, Types, and Importance*. <https://www.investopedia.com/terms/r/randd.asp>
 18. Kenton, W. (2023, 22. marec). *Human Capital Definition: Types, Examples, and Relationship to the Economy*. <https://www.investopedia.com/terms/h/humancapital.asp>
 19. Kozmetika Afrodita d.o.o. (2021). *Revidirano letno poročilo 2020*. <https://www.ajpes.si/jolp/datoteka.asp?maticna=5300444000&id=14716896&idi=17969452>

20. Kozmetika Afrodita d.o.o. (2022). *Revidirano letno poročilo 2021*. <https://www.ajpes.si/jolp/datoteka.asp?maticna=5300444000&id=16262769&idi=19526378>
21. Kozmetika Afrodita, Slovenija. (brez datuma). *Afrodita se predstavi*. <https://webshop.afroditacosmetics.com/slo/afrodita-se-predstavi>
22. Pavliha, J. (2021, 28. september). *Računovodske informacije za spremljanje uspešnosti poslovanja organizacije*. <https://pavliha.org/racunovodske-storitve/racunovodstvo/racunovodske-informacije-za-spremljanje-uspesnosti-poslovanja-organizacije/#h-opredelitev-uspe-nosti-poslovanja>
23. Schwarzmann, A. (2016, 12. januar). *Odhodki*. <https://www.dara.si/33/odhodki-uniqueidmRRWSbk196EAafnF40AQgJStqqwHWRpusGG4Uv9FzA6H0f0cFG2R7Q/?query=odhodki&serp=1>
24. Statistični urad Republike Slovenije. (2022). *Indeks cen življenjskih potrebščin za leti 2019 in 2020*. <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/0400600S.PX>
25. Svet kapitala. (2017, 22. marec). *Finančni kazalniki uspešnosti podjetja?*. <https://svetkapitala.delo.si/finance/financni-kazalniki-uspesnosti-podjetja/>
26. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj – UMAR. (2011). *Produktivnost dela*. https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/pr/2011/SRS/1/ML/produktivnost%20dela.pdf
27. Vuković, K., Keramat, S. in Juršev, U. (2021, 23. februar). *Prihodki*. <https://www.dara.si/33/prihodki-uniqueidmRRWSbk196EAafnF40AQgLgX4F61gYtFJ7LRrRXsGnKVcS6ooUesTQ/?serp=1>

PRILOGE

Priloga 1: Bilanca stanja podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah

Kategorije	leto 2019		leto 2020		leto 2021
	NOMINALNO	REALNO	NOMINALNO	REALNO	REALNO
Sredstva	12.354.174	12.816.974	13.415.517	14.072.877	14.999.062
A. Dolgoročna sredstva	6.773.611	7.027.357	6.347.079	6.658.086	6.683.032
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitve	52.495	54.462	93.116	97.679	132.543
1. Neopredmetena sredstva	52.495	54.462	93.116	97.679	n.p.
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitve	0	-	0	-	n.p.
II. Opredmetena osnovna sredstva	6.673.882	6.923.892	6.203.427	6.507.395	5.827.128
III. Dolgoročne finančne naložbe in naložbene nepremičnine	643	667	2.576	2.702	674.369
1. Naložbene nepremičnine	0	-	0	-	0
2. Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil	643	667	2.576	2.702	674.369
IV. Dolgoročne poslovne terjatve	16.200	16.807	16.200	16.994	16.200
V. Odložene terjatve za davek	30.391	31.529	31.760	33.316	32.792
B. Kratkoročna sredstva	5.580.563	5.789.616	7.063.964	7.410.098	8.314.587
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0	-	0	-	0
II. Zaloge	842.817	874.390	1.169.018	1.226.300	1.584.449
III. Kratkoročne finančne naložbe	0	-	0	-	0
IV. Kratkoročna posojila	0	-	0	-	0
V. Kratkoročne poslovne terjatve	4.166.761	4.322.852	3.864.144	4.053.487	3.880.532
VI. Denarna sredstva	570.985	592.375	2.030.802	2.130.311	2.849.606
C. Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	0	-	4.474	4.693	1.443

se nadaljuje

Priloga 2: Bilanca stanja podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah (nad.)

Obveznosti do virov sredstev	12.354.174	12.816.974	13.415.517	14.072.877	14.999.062
A. Kapital	7.898.658	8.194.550	9.311.592	9.767.860	11.415.045
I. Vpoklicani kapital	8.763	9.091	8.763	9.192	8.763
1. Osnovni kapital	8.763	9.091	8.763	9.192	8.763
2. Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0	-	0	-	0
II. Kapitalske rezerve	164.121	170.269	164.121	172.163	164.121
III. Rezerve iz dobička	169.042	175.374	169.042	177.325	169.042
IV. Revalorizacijske rezerve	0	-	0	-	0
V. Rezerve, nastale zaradi vrednotenja po pošteni vrednosti	-23.675	- 24.562	-21.519	- 22.573	-17.509
VI. Preneseni čisti poslovni izid	6.472.843	6.715.322	7.578.971	7.950.341	8.990.122
VII. Čisti poslovni izid poslovnega leta	1.107.564	1.149.054	1.412.214	1.481.412	2.100.506
B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razmejitev	925.647	960.323	1.069.031	1.121.414	954.005
I. Rezervacije	925.647	960.323	937.897	983.854	817.175
II. Dolgoročne pasivne časovne razmejitev	0	-	131.134	137.560	136.830
C. Dolgoročne obveznosti	1.041.397	1.080.409	230.454	241.746	203.465
I. Dolgoročne finančne obveznosti	1.041.397	1.080.409	230.454	241.746	203.465
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	-	0	-	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	-	0	-	0
D. Kratkoročne obveznosti	2.488.472	2.581.693	2.804.440	2.941.858	2.426.547

se nadaljuje

Priloga 3: Bilanca stanja podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah (nad.)

I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	-	0	-	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	306.695	318.184	812.464	852.275	33.735
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	2.181.777	2.263.509	1.991.976	2.089.583	2.392.812
E. Kratkoročne pasivne časovne razmejitev	0	-	0	-	0

Vir: lastno delo na podlagi Dun & Bradstreet d.o.o. (2019a), Dun & Bradstreet d.o.o. (2020a) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021a).

Priloga 4: Izkaz poslovnega izida podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah

Kategorije	leto 2019		leto 2020		leto 2021
	NOMINALNO	REALNO	NOMINALNO	REALNO	REALNO
1. Čisti prihodki od prodaje	17.159.733	17.468.282	15.605.411	15.901.914	17.282.245
2. Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje	-21.746	- 22.137	34.957	35.621	189.548
3. Usredstveni lastni proizvodi in lastne storitve	0	-	0	-	0
4. Drugi poslovni prihodki	109.340	111.306	745.996	760.170	532.244
5. Stroški blaga, materiala in storitev	10.769.351	10.962.995	8.905.792	9.075.002	9.635.609
a) Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala ter stroški porabljenega materiala	5.829.686	5.934.510	5.922.506	6.035.034	n.p.
b) Stroški storitev	4.939.665	5.028.485	2.983.286	3.039.968	2.889.070
6. Stroški dela	4.567.365	4.649.491	5.037.365	5.133.075	5.111.526

se nadaljuje

**Priloga 5: Izkaz poslovnega izida podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021,
2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah (nad.)**

a) Stroški plač	3.670.877	3.736.883	3.896.969	3.971.011	3.943.667
b) Stroški pokojninskih zavarovanj	324.873	330.715	344.882	351.435	349.015
c) Stroški drugih socialnih zavarovanj	290.784	296.013	274.423	279.637	283.862
d) Drugi stroški dela	280.831	285.881	521.091	530.992	534.982
7. Odpisi vrednosti	523.665	533.081	680.205	693.129	665.407
8. Drugi poslovni odhodki	42.291	43.051	37.182	37.888	35.088
9. Finančni prihodki	8.788	8.946	15.751	16.050	11.165
a) Finančni prihodki iz deležev	0	-	0	-	0
b) Finančni prihodki iz danih posojil	0	-	0	-	0
c) Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	8.788	8.946	15.751	16.050	11.165
10. Finančni odhodki	27.977	28.480	19.333	19.700	11.316
a) Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	0	-	0	-	0
b) Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	902	918	16.655	16.971	8.500
c) Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	27.075	27.562	2.678	2.729	2.816
11. Drugi prihodki	26.398	26.873	6.960	7.092	3.602
12. Drugi odhodki	966	983	0	-	759
13. Celotni poslovni izid	1.350.898	1.375.188	1.729.198	1.762.053	2.559.099
14. Davek iz dobička	245.197	249.606	318.353	324.402	459.625

se nadaljuje

Priloga 6: Izkaz poslovnega izida podjetja Kozmetika Afrodita d.o.o., v letih 2021, 2020 in 2019, v realnih in nominalnih cenah (nad.)

15. Odloženi davki	-1.864	-1.898	-1.369	-1.395	-1.032
16. Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	1.107.565	1.127.480	1.412.214	1.439.046	2.100.506

Vir: lastno delo na podlagi Dun & Bradstreet d.o.o. (2019b), Dun & Bradstreet d.o.o. (2020b) in Dun & Bradstreet d.o.o. (2021b).