

UVOD

Dominantno obilježje savremenog okruženja su stalne, sve dinamičnije i složenije promjene koje presudno utiču na poslovanje svakog preduzeća bez obzira na njegovu djelatnost, veličinu ili geografski položaj. U takvom okruženju uloga i značenje konkurentske prednosti veća je nego ikada, te stoga postizanje i održavanje prednosti nad konkurentima ima strategijsko značenje za poslovanje i postaje osnovni cilj i preduslov rasta i razvoja preduzeća. Djelovanje konkurentskih odnosa direktno utiče na utvrđivanje ciljeva i strategije nastupa na tržištu. Poznavanje obilježja uže i šire okoline, uz internu analizu samog preduzeća, pretpostavka je odgovarajućeg pozicioniranja preduzeća u okolini i kreiranja njegovih održivih konkurentskih prednosti. Management preduzeća treba odabrati metode i načine pomoću kojih će stvoriti novu, dodanu vrijednost za svoje potrošače (kupce) i time se razlikovati od svoje konkurencije.

Ovaj složen i odgovoran zadatak dodatno se komplicira uslijed internacionalizacije i globalizacije tržišta, sve bržeg tehnološkog razvoja i kraćeg inovacijskog i proizvodnog ciklusa. Konkurencija jača u svim djelatnostima, zaoštava se tržišna utakmica, a stvoriti ili održati prednost nad konkurentima postaje primarni i strateški cilj managementa preduzeća.

U vremenu koje karakterizira ovakvo turbulentno i rizično okruženje, management preduzeća posebnu pažnju treba posvetiti nadzornim mehanizmima, među koje se ubraja i interna revizija. Danas se interna revizija posmatra ne samo s aspekta funkcije ocjenjivanja tačnosti i vjerodostojnosti obavljanja poslovnih operacija, već više s aspekta ocjene efikasnosti i djelotvornosti cjelokupnog poslovanja s naglaskom na jačanju njezine savjetodavne funkcije.

Uvažavajući navedeno, odlučila sam se za temu ovog rada "Uloga interne revizije u ocjeni konkurentske prednosti preduzeća" s namjerom da povežem dva područja, područje interne revizije i područje strategija konkurentskih prednosti koje u savremenom poslovnom svijetu imaju sve veći značaj i uticaj na uspješnost poslovanja. Sistematiziranjem teoretskih spoznaja i praktičnih iskustava vezanih za ova područja, želja mi je utvrditi na koje sve načine interna revizija može biti u funkciji managementa koji je zadužen za određenje i implementaciju ukupnih ciljeva poslovanja pa tako i ciljeva konkurentske prednosti.

Osamostaljivanjem Bosne i Hercegovine i prelaskom na tržišni način privrede uveliko se promijenilo i okruženje u kojem posluju naša preduzeća. Okruženje poslovanja koje je sada mnogo nesigurnije i riskantnije, sigurno utiče na management i uprave bosansko-hercegovačkih preduzeća da više pažnje usmjere dugoročnim ciljevima i konkurentskim strategijama preduzeća. Činjenica da je navedena problematika nedovoljno zastupljena i obrađena u domaćoj literaturi i želja mi je ovim istraživanjem pokušati dati svoj doprinos ovoj problematici i podstaknuti buduća istraživanja iz ovog područja.

Predmet istraživanja metodološki prati strukturu problema. Budući da je predmet istraživanja ovog rada "Uloga interne revizije u ocjeni konkurentske prednosti poduzeća", struktura istraživanog problema oblikuje se spregom revizijskog teoretskog okvira i sadržaja samog postupka provedbe interne revizije sa strateškim značenjem postizanja konkurentske prednosti u poslovanju. Temu ovog rada "Uloga interne revizije u ocjeni konkurentske prednosti preduzeća" moguće je razraditi pomoću slijedećih hipoteza: Interna revizija ima važnu ulogu u ocjenjivanju postupka odabira strategije i ciljeva konkurentske prednosti.

Interna revizija značajno doprinosi efikasnom upravljanju poslovnim rizicima i tako ostvaruje i pridodaje novu vrijednost upravljačkom sistemu preduzeća.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com