

УДК 656.615.071.3

ВПЛИВ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-ПРОСТОРУ НА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПОРТОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Чиж Л.П.

Одеський національний морський університет

Дослідження присвячено визначенню ролі інформаційного забезпечення в управлінні портовими підприємствами в нових умовах бізнес-простору. Встановлено, що незадовільний стан інформаційного забезпечення підприємств є прямим наслідком порушення відомих принципів інформатизації. В якості одного з основних джерел зовнішньої інформації для портових підприємств визначено бенчмаркінг.

Ключові слова: інформація, інформаційне забезпечення, інформаційне суспільство, конкурентоспроможність, портове підприємство, бізнес-модель, бенчмаркінг.

Постановка проблеми. Ефективність і висока конкурентоспроможність функціонування підприємств в значній мірі залежить від обґрунтованості прийнятих рішень. Основою прийому таких рішень на рівні підприємств є економічний аналіз господарської діяльності. У свою чергу, адекватність і точність результатів аналізу реальним процесам безпосередньо залежать від рівня та якості інформаційного забезпечення, причому негативний ефект може викликати як недолік інформації, так і занадто велика її кількість. В даний час інформація перетворилася в один з основних факторів виробництва, повсюдне використання якої стало можливим завдяки появі нових ефективних систем її поширення.

Разом з тим не можна забувати, що інформація об'єктивно відображає процеси, що відбуваються як на підприємстві, так і за її межами. Тому конкурентні переваги досягаються виходячи з того, як підприємство організує процес виробництва і реалізації продукції, виконує окремі види діяльності в новій мінливої економіці. Старі бізнес-моделі вичерпали можливості використання за такими важливими параметрами, як складність і швидкість. Головна проблема полягає в руйнівній функціональній невідповідності між сьогодишньою бізнес-простором та традиційною бізнес-моделлю.

Оперативно визначати сильні та слабкі сторони функціонування підприємства у порівнянні з конкурентами керівництво може тільки за допомогою співробітників, так як вони спеціалізуються на окремих операціях або функціях, тобто володіють всією необхідною інформацією. Але втрачається багато часу на збір подібної інформації, її перевірку і обробку. Швидко і грамотно вирішити подібні питання допомагає аналіз ланцюжків створення цінностей, тобто продукції, яка користується попитом у споживачів.

До недавнього часу процес створення цінності традиційно розглядався локально, тобто в рамках одного підприємства. Однак, процеси росту спеціалізації, глобалізації призвели до того, що процес створення цінності вийшов за рамки тільки одного підприємства і став організовуватися в рамках групи юридично незалежних підприємств. Все це призводить до відповідних змін в організації інформаційного забезпечення процесів прийняття управлінських рішень в цілому і економічного аналізу, зокрема.

При цьому необхідно звернути увагу на необхідність врахування галузевих особливостей функціонування підприємств, тому що є такі нестандартні риси, які забезпечують інший підхід до вирішення відповідної проблеми у порівнянні, наприклад, з промисловими підприємствами.

До таких «нестандартних» підприємств відносяться підприємства портової діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним та практичним питанням інформаційного забезпечення процесу прийняття рішень в управлінні підприємствами присвячено роботи таких зарубіжних фахівців як І. Ансофф, Л. Бернстайн, М. Гольцберг, М. Мескон, П. Драккер, А.А. Томпсон, Дж. Стрікленд, Б. Нідлз, Д. Колдуелл, Дж. Фрідман, Р. Холт, Дж.К. Ван Хорн і ін. Приділяли увагу організації інформаційного забезпечення на підприємствах і вітчизняні вчені: І.А. Бланк, Ф.Ф. Бутинець, М.Л. Болюх, В.З. Бурчевський, М.Івахненко, К.В. Измайлова, М.І. Горбатюк, М.Я. Коробов, Є.В. Мних, І. Матвієнко-Зубенко, О.О. Терещенко, М.Г. Чумаченко та ін.

До другого напряму джерел питань тлумачення, пошуку та використання необхідної інформації можна віднести перелік законодавчих актів – законів України: про інформацію, про державну таємницю, про комерційну тайну (1, 2).

Здебільше дослідження вчених розкривають структуру, класифікацію, вимоги та принципи організації інформаційного забезпечення промислових підприємств.

Деякі аспекти інформації, що використовується при прийнятті управлінських рішень сучасними підприємствами портової діяльності, приділяється певна увага в роботах В.В. Жихаревої, О.М. Кібік, О.М. Котлубая, М.Т. Примачева, В.І. Чекаловца та ін. Разом з тим, в працях названих вчених не в достатній мірі розкриваються питання інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття та реалізації ефективних управлінських рішень на портових підприємствах в умовах їх функціонування в сучасного бізнес-простору.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Таким чином, складність та різнобічність інформаційного забезпечення вимагають поглибленого дослідження особливостей його формування для створення умов прийняття ефективних і своєчасних управлінських рішень, в першу чергу, на тих підприємствах, які мають

принципальні галузеві особливості і цілковито нові умови функціонування. До таких, зокрема, відносяться транспортні підприємства.

Враховуючи особливості функціонування транспорту, які обумовлюються тим, що транспорт не виготовляє нової речовинної продукції і є продовженням процесу виробництва в межах процесу обігу, тобто, транспортна послуга являє собою переміщення людей і вантажів без створення матеріального продукту. В свою чергу, корисний ефект від послуги створює споживчу вартість транспортної продукції завдяки взаємодії з товарами або людьми та забезпечуючи їх просторово-часове переміщення. Крім того, у структурі видатків на виробництво транспортної продукції відсутні витрати на сировину, а використовуються лише засоби праці, паливо і матеріали [3, с. 165].

В системі транспортних підприємств України провідна роль належить морським портовим підприємствам. «В умовах невизначеності ринку найважливішим стає інформаційне забезпечення розрахунків прогнозової та поточної ефективності підприємств морського транспорту. Необхідно виділити структуру, склад даних та джерела їх отримання» [4, с. 190].

Мета статті є обґрунтування необхідності впровадження системи інформаційного забезпечення основних учасників виробничого процесу підприємств портової діяльності – портових операторів – з урахуванням не тільки галузевих особливостей, але і реорганізації бізнес-процесів в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Інформація та пов'язані з нею процеси інформаційного забезпечення в даний час стають основною умовою ефективного управління суспільством. Як заявляв засновник кібернетики Н. Вінер, «дієво жити – це означає жити, маючи в своєму розпорядженні правильну інформацію» [5, с. 42].

Ми звикли до словосполучення «інформаційне суспільство», але навряд чи хто-небудь замислювався над тим, коли воно виникло. Вперше ідея інформаційного суспільства була сформульована наприкінці 60-х – початку 70-х років ХХ століття. Винахід самого терміна «інформаційне суспільство» приписується Ю. Хаяші, професору Токійського технологічного інституту. Основи інформаційного суспільства були сформульовані в звітах, які були подані японському уряду низкою організацій: Агентством економічного планування (ЕРА: Economic Planning Agency) – «Японське інформаційне суспільство: теми і підходи», Інститутом розробки використання комп'ютерів (JACUDI: Japan Computer Usage Development Institute) – «план інформаційного суспільства», Совета по структурі промисловості (ISC: Industrial Structure Council) – «Конттури політики сприяння інформатизації японського суспільства» [6, с. 190].

У грудні 2003 року питання створення інформаційного суспільства вперше в історії людства було підняте у межах проведення Всесвітньої зустрічі на вищому рівні з питань інформаційного суспільства. побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство, орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване

на розвиток інформаційне суспільство, в якому. Було проголошено мета побудови, орієнтованого на інтереси людей, відкритого для всіх інформаційного суспільства. В інформаційному суспільстві кожен міг би створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися і обмінюватися ними, з тим щоб дати окремим особам, громадам і народам можливість повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи своєму сталому розвитку і підвищуючи якість свого життя на основі цілей і принципів Статуту Організації Об'єднаних Націй і дотримуючи в повному обсязі і підтримуючи Загальну декларацію прав людини [7].

Минуло майже 15 років і ми все більше переконуємося в глибоке проникнення в усі сфери життєдіяльності людини нових інформаційних технологій. Сьогодні існує можливість інформованості всіх і кожного через персональний комп'ютер та Інтернет. Незважаючи на те, що комп'ютер практично є у кожного працівника підприємства, рівень інформованості керівництва і аналітичної діяльності в організації не зазнає помітних змін.

Керівники підприємств різних рівнів зазнають труднощів з виявленням своїх інформаційних потреб і раціональних шляхів доступу до інформаційних ресурсів для виробітки ефективних управлінських рішень. Тому для того, щоб бути в курсі останніх подій їм доводиться використовувати велику кількість джерел зовнішньої і внутрішньої інформації і самим її обробляти. Це вимагає значних витрат часу і коштів, що є основною причиною економічної, правової некомпетентності керівників і фахівців сучасних підприємств.

Такий стан інформаційного забезпечення підприємств є прямим наслідком порушення відомих принципів інформатизації, сформульованих засновником інформатизації управління академіком В.М. Глушковым: автоматизації документообігу; інтегральна інформаційна база; одноразовий введення даних; динамічна цілісність; системне єдність; універсальність і уніфікація; модульність [8, с. 59-62].

Не будемо зупинятися на з'ясуванні якою мірою який принцип не дотримується. Факт залишається фактом – ступень забезпеченості керівників підприємств інформацією для прийняття управлінських рішень потребує подальшого реформування на теоретичному і практичному рівнях.

Сьогодні удосконалюються технічні основи створення інформаційної бази, оскільки є сучасна техніка, досконале програмне забезпечення, є можливість через комунікаційні мережі, Інтернет швидко користуватися й обмінюватися інформацією. При цьому, теоретико – методичні розробки відстають від потреб практики.

Для формування методологічної бази раціонального інформаційного забезпечення в багатьох роботах різного рівня проведено класифікація інформації, яка використовується при прийнятті управлінських рішень. На нашу думку, заслуговує особливий інтерес, розподіл такої інформації на внутрішню та зовнішню групи, які утворюються з планово-облікових та позаоблікових даних [9, с. 132].

Прийнято вважати, що в системі інформаційного забезпечення центральне місце займає бух-

галтерська, статистична, оперативна та податкова інформація, яка має високі аналітичними можливостями, достовірністю. Дійсно, для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства цінність цих джерел важко переоцінити. Крім того, бухгалтерська звітність в сукупності зі іншою інформацією фінансового характеру, що публікується комерційними дослідницькими організаціями у вигляді аналітичних оглядів про стан ринку капіталу, дозволяє отримати досить об'єктивну оцінку фінансового стану можливих контрагентів або об'єктів передбачуваних інвестицій.

Підприємствам, що діють на зовнішньому ринку, необхідно мати дані по всіх параметрах управлінського процесу, від результатів якого залежить їх ефективність і конкурентоспроможність. Як показують результати порівняльної оцінки вітчизняними та зарубіжними підприємствами важливості різних джерел інформації можна зробити такі висновки: 1) загальний рівень довіри до інформації з боку вітчизняних підприємств виявляється нижчим, ніж у їх зарубіжних колег; 2) для вітчизняних підприємств найважливішими джерелами інформації вважаються контакти з ринковими контрагентами та внутрішня інформація, тоді як для зарубіжних підприємств таку ж важливість (окрім значених контактів з ринковими контрагентами) мають юридичні документи та спеціалізовані друковані й електронні видання; 3) суттєві розбіжності між вітчизняними та зарубіжними підприємствами спостерігаються у сприйнятті інформації з таких джерел, як контакти з працівниками, консалтинговими агенціями та власні маркетингові дослідження. Причому, якщо інформація від працівників є одним з суттєвих джерел інформації для вітчизняних підприємств, в зарубіжних компаніях цьому джерелу надають значно меншої уваги. Та навпаки, консалтингова підтримка та маркетингові дослідження є доволі поширеною практикою задоволення інформаційних потреб зарубіжними компаніями, тоді як для вітчизняних підприємств рейтинг цих джерел інформації є порівняно низьким [10, с. 207].

Проблеми створення інформаційного забезпечення портових підприємств усугубляються ще й тим, що порт характеризується великим обсягом, інтенсивністю і різноманітністю інформаційних зв'язків, в першу чергу, зі зовнішнім оточенням, і тільки в другу – між підрозділами (виробничими та управлінськими) самого підприємства. Тобто саме зовнішнє середовище має вирішальний вплив на результати діяльності таких підприємств. Крім того, складові портової системи відрізняються різною юридичною належністю, що ускладнює збір, обмін інформацією.

Радикальні зміни в організаційній структурі і функціонування підприємств портової галузі відбуваються з 2013 р., після вступу в силу Закону «Про морські порти України». Забезпечувати функціонування морських портів, утримання та використання портової інфраструктури, безпеку мореплавання покликане створене в рамках портової реформи державне підприємство «Адміністрація морських портів України». У зв'язку з цим змінюється підхід до функціонування інформаційного забезпечення морських торговельних портів та їх складових одиниць (агентські,

стивідорні компанії та ін.). Наприклад, у новому правовому полі вантажооборот порту складається з вантажообороту портових операторів (державні і приватні стивідорні компанії), що змінює ведення статистичної звітності по морським портам.

Виходячи з цього, можна таким чином прозначити пріоритети в інформаційному забезпеченні портових підприємств:

1. Інформація про загальний стан світового ринку портових послуг, джерелом якої є, так звані, морські кластери. В Європі вже багато років кластери ефективно працюють. Вони є основою повної і об'єктивної інформації про ринки. Кластер дозволяє оперативно виявляти існуючі проблеми, аналізувати цілий пласт економіки регіону і галузі. це система, яка забезпечує ефективну взаємодію морських транспортних і виробничих підприємств з органами місцевої влади, науковими та навчальними закладами регіону [11, с. 20-21].

2. Інформація про найближчих конкурентів. В даний час велика частина такої інформації є конфіденційною і важко доступною. В Україні відсутній єдиний реєстр всіх перевалочних потужностей портів поза їх території, єдиної повної і достовірної інформації про кількість експедиторських і агентських фірм, перевізників, їх економічної діяльності, людей, які працюють в сфері перевалки, логістики, дистрибуції, скільки і які вантажі куди направляються і т.д.

3. Інформація про фінансовий стан і фінансові результати діяльності підприємства, технологічному, кадровому потенціалі, інформаційно-методичному забезпеченні процесу надання послуг і так далі.

На протязі кількох років спеціалісти морської галузі серед найважливіших факторів які обумовлюють стан і розвиток перевалочних робіт називають застарілий парк перевантажувального обладнання. Зберігають або розширюють свої позиції на ринку насамперед те підприємства, які володіють повною науково-технічною інформацією, що містить нові наукові знання, відомості про технічні новинки підприємств своєї галузі. Це безперервно поновлюваний інформаційний фонд технічних рішень, дозволить підприємству забезпечити високий рівень конкурентоспроможності за рахунок прийняття своєчасних обґрунтованих управлінських рішень. Дійсно, конкурентоспроможність і сталий розвиток порту визначаються експлуатаційними характеристиками основних засобів. Однак при прийнятті управлінських рішень необхідно застосовувати комплексну інформацію, як інтеграцію перелічених вище напрямків. Тільки це дозволить проектувати раціональну організаційну структуру порту, оптимізувати взаємовідносини з партнерами логістичного ланцюга, швидко реагувати на зміни фрахтового ринку.

А домогтися цього підприємство може лише володіючи розгорнутою, комплексною систематизованою постійно оновлюваною базою даних. Частина цієї інформації міститься в результатах маркетингових досліджень. Однак підприємство може виявитися заручником недостатньої інформації, коли не буде враховувати наявний світовий передовий досвід в області виробничих і бізнес-технологій.

Таким чином, в зв'язку з необхідністю використання зовнішніх факторів, які впливають на взаємодію з контрагентами і конкурентами, потрібен був метод, пов'язаний з пошуком найкращої практики на підприємствах партнерах, конкурентах і в суміжних галузях з метою їх використання на власних підприємствах для підвищення конкурентоспроможності в найближчій і довгостроковій перспективі.

Комплекс засобів, що дозволяють систематично знаходити, оцінювати всі переваги чужого досвіду і використовувати їх в своїй роботі є бенчмаркінг. Бенчмаркінг (англ. bench – место, marking – отметить) визначається таким чином: «Постійний, систематичний пошук, впровадження найкращої практики, що призводить до поліпшення продуктивності» [12, с. 91].

Таким чином, найголовніше, що дає бенчмаркінг – це запозичення та адаптація знань, досягнень у інших компаній, які є «best of the best» в своїй сфері.

У своєму розвитку бенчмаркінг пройшов кілька етапів (генерацій) від реверсивного (орієнтованого на продукт) до глобального (Вивчення досвіду глобальних компаній) [12, с. 93-94].

В останні десятиліття популярність бенчмаркінгу зростає. Причина очевидна – конкуренція стала глобальною, і в грамотні керівники починають усвідомлювати необхідність вивчення і подальшого використання кращих досягнень інших компаній заради власних майбутніх успіхів.

Як кожний дослідний процес, бенчмаркінг включає декілька традиційних етапів, серед яких найскладнішим є спостереження і збирання інформації.

Найдоступнішими, а тому і поширеними способами отримання інформації для еталонного порівняння є:

- консалтингові і академічні дослідження;
- вивчення публікацій в галузевих і міжгалузевих виданнях, інформаційних бюлетенях, звітів аналітиків;
- інтерв'ювання бізнесменів, менеджерів різних компаній, партнерів, дистриб'юторів і постачальників компанії;
- обробка публічної статистичної інформації;
- особисті зв'язки, відвідування спеціалізованих виставок, семінарів;
- вибір «компаньйона» по бенчмаркінгу за рахунок зацікавленості в обопільній вигоді;
- Інтернет.

На даний момент бенчмаркінг набуває статусу глобального і розглядається як інструмент міжнародного обміну бізнес-інформацією. Багато в чому це викликано тим, що з'являються організації, що спеціалізуються на пошуку партнерів для еталонного зіставлення, «індустріальні бюро знайомств», як називає їх відомий фахівець з маркетингу Філіп Котлер. У 1993 році, бенчмаркінгового центри Великобританії, США, Німеччини, Швеції та Італії вирішили об'єднати зу-

силля з розвитку методу еталонного зіставлення в світі. І вже в 1994 році була заснована Глобальна мережа бенчмаркінгу (Global Benchmarking Network, GBN – www.globalbenchmarking.org) як спільнота незалежних бенчмаркінгових центрів. На сьогоднішній день вона об'єднує подібні центри з 20 країн світу, з усіх континентів, за винятком Південної Америки.

Незважаючи на переваги бенчмаркінгу і накопичений міжнародний досвід спільної співпраці компаній, для багатьох вітчизняних підприємців помилкова комерційна таємниця є основною «кам'єнем спотикання» для ініціювання бенчмаркінгового дослідження.

Разом з тим, лідери по конкурентній боротьбі вважають престижним виступати в якості компанії-еталона. Крім того, еталонні компанії захищені Кодексом поведінки при проведенні бенчмаркінгу. Цей кодекс був складений Товариством бухгалтерів в сфері управлінського обліку Канади (Society of Management Accountants of Canada) [13].

Не можна не відзначити той факт, що сама дійсність штовхає бізнесменів займатися діяльністю, явно схожою на бенчмаркінг. Що ж стосується «наукового» бенчмаркінгу, то застосовують його поки одиниці. В основному це представники великого бізнесу, які мають ділові контакти із зарубіжними партнерами.

Висновки та пропозиції. Формування системи управління сучасними підприємствами портової діяльності, що базується на розвитку ринкових відносин, сприяло переміщенню пріоритетів у створенні інформаційного забезпечення з внутрішніх джерел інформації на зовнішні, що характеризують умови та тенденції зміни того середовища, в якій вони функціонують. Використання зовнішніх інформаційних потоків може мати стратегічне значення для досягнення компанією конкурентних переваг.

Не викликає сумнівів, що формування інформаційного забезпечення портових підприємств вимагає впровадження і використання нових інформаційних технологій управління в частині організації процесів збору, зберігання, обробки, оновлення, забезпечення безпеки інформації.

При цьому не менш важливу роль відіграє збір необхідної і достатньої інформації, визначення напрямку її потоків, забезпечення своєчасності інформації для прийняття управлінських рішень. У цьому аспекті, перш за все, необхідно звернути увагу на проблеми, вирішення яких можливе лише на державному рівні (створення морських кластерів в Україні).

Крім того, державно-приватне партнерство в морській галузі країни вимагає використання міжнародного досвіду співпраці і обміну інформацією. Глобальна конкуренція, необхідність повсюдної адаптації та використання світових досягнень в області виробничих і бізнес-технологій – ось основні причини використання принципів бенчмаркінгу.

Список літератури:

1. Господарський кодекс України: Офіційний текст / Україна. Верховна Рада. – К.: Кондор, 2003. – 208 с.
2. Закон України «Про інформацію» / Відомості Верховної Ради України, 1992, № 48.
3. Oneshko S.V. Approach to assessment of management operating of port operator / С.В. Онешко // Економічні інновації. – 2016. – № 62. – С. 163-170.

4. Примачев Н.Т., Примачева С.Н. Морские торговые порты в системе интермодальных сообщений / Н.Т. Примачев, С.Н. Примачева. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2001. – 214 с.
5. Винер Н. Кибернетика и общество / Н. Винер. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1958. – 203 с.
6. Ионин Л.Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна информационному обществу / Л.Г. Ионин. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2007. – 430 с.
7. Декларация принципов «Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии» // Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества. Документ WSIS-03/GENEVA/DOC/4-R 12 декабря 2003 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.medialaw.ru/publications/zip/113/1.htm>
8. Аноприенко А.Я. Семь принципов академика Глушкова / А.Я. Аноприенко // Межобластная научно-практическая конференция «Информатизация региона в новых социально-экономических условиях»: тезисы докладов. – Донецк. – 1993. – С. 59-62.
9. Економічний аналіз / За ред. проф. М.Г. Чумаченка / М.Г. Чумаченко – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
10. Гребешков О.М. Інформаційне забезпечення діяльності підприємства: інформаційні потреби та джерела їх задоволення / О.М. Гребешков // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6, Т. 3 – С. 205-208.
11. Наврозова Ю. Що можуть морські кластери? / Ю.О. Наврозова // Порти України – № 5. – 2013. – С. 20-21.
12. Редченко К.І. Стратегічний аналіз в бізнесі: навчальний посібник / К.І. Редченко. – Львів: «Новий Світ – 2000», 2003. – 272 с.
13. Мэй М. Трансформирование функции финансов / М. Мэй // Перевод со второго английского издания – М.: Инфра – М, 2005. – 235 с.

Чиж Л.П.

Одесский национальный морской университет

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕС-ПРОСТРАНСТВА НА ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПОРТОВЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация

Исследование посвящено определению роли информационного обеспечения в управлении портовыми предприятиями в новых условиях бизнес-пространства. Установлено, что неудовлетворительное состояние информационного обеспечения предприятий является прямым следствием нарушения известных принципов информатизации. В качестве одного из основных источников внешней информации для портовых предприятий определен бенчмаркинг.

Ключевые слова: информация, информационное обеспечение, информационное общество, конкурентоспособность, портовое предприятие, бизнес-модель, бенчмаркинг.

Chyzh L.P.

Odessa National Maritime University

INFLUENCE OF MODERN BUSINESS ENVIRONMENT ON THE FORMATION OF THE INFORMATIONAL SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF PORT ENTERPRISES

Summary

The study intends to determine the role of informational support in the management of port enterprises in the changing business environment. It is concluded that the unsatisfactory state of the informational support of the analysed enterprises is explained by the violation of informatization principles. Benchmarking is defined and recommended as one of the main sources of external information for port enterprises.

Keywords: information, informational support, informational society, competitiveness, port enterprise, business model, benchmarking.