

*Дячков Д.В.**д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія**Diachkov Dmytro**Poltava State Agrarian Academy**Полієнко Л.Р.**здобувач вищої освіти,
Полтавська державна аграрна академія**Poliyenko Liliya**Poltava State Agrarian Academy*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

INFORMATION APPROACH TO STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE IN A DYNAMIC BUSINESS ENVIRONMENT

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність формування новітнього підходу до стратегічного менеджменту підприємства, обумовлену перенесенням бізнесу в цифровий простір, інтеграцією світових та сучасних технологічних і віртуальних платформ, інформатизацією та автоматизацією більшості бізнес-процесів. Узагальнено класичні та сучасні підходи до стратегічного менеджменту підприємства, надано їх характеристику. Запропоновано інформаційний підхід до стратегічного менеджменту підприємства, базисом якого є інформація та інформаційні технології управління, які використовуються в процесі розроблення та реалізації стратегічного набору організації, а також здійснено цифровізацію об'єктів стратегічного управління для цифрового моделювання їх поведінки на перспективу. Побудовано концептуальну модель розроблення стратегії на основі запропонованого інформаційного підходу.

Ключові слова: інформаційна база даних, інформаційна модель, інформаційний підхід, стратегічний менеджмент підприємства, стратегічний набір, стратегія підприємства, цифровізація об'єктів.

Постановка проблеми. В умовах посилення конкурентної боротьби для кожного підприємства на перший план виходить завдання збереження й підвищення власної конкурентоспроможності. В контексті світових кризових явищ, цифровізації соціально-економічних відносин, інформатизації світового економічного простору проблема формування стійкої конкурентоспроможності набула особливої актуальності з огляду на підвищення мінливості зовнішнього середовища та недостатність науково-методичної розробленості багатьох аспектів формування й реалізації конкурентних переваг підприємств в умовах необхідної адаптивності. Відповідно до зазначених умов, стратегія є основним орієнтиром в управлінні підприємством, який охоплює всі напрями його діяльності та спрямований на забезпечення стійких конкурентних переваг шляхом підви-

щення конкурентоспроможності продукції, створення умов для економічного зростання, його інтенсифікації, отже, отримання прибутку. Проте перенесення бізнесу в цифровий простір, зокрема здійснення онлайн-продажів, інтеграція світових та сучасних технологічних і віртуальних платформ, інформатизація та автоматизація більшості бізнес-процесів, що спричинило зміну обсягів виробництва, перебудову логістики, корегування корпоративної культури загалом, вимагає новітніх підходів до формування та реалізації стратегічного набору підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численні концепції та підходи, що формують методологічний базис стратегічного менеджменту підприємств, виникали та розвивались на фоні змін домінуючих парадигм, форматів суспільства, домінуючих секторів економіки.

Класичним підходам до стратегічного менеджменту підприємств присвячені праці таких науковців, як А. Гапоненко, А. Панкрушина, О. Гришков, К. Федоренко. Зокрема, А. Гапоненко та А. Панкрушина досліджують основні закономірності процесу стратегічного управління не тільки в комерційних і некомерційних організаціях, але й на прикладі більш складних соціально-економічних систем, якими є країна, регіон, місто, а також відображають сучасне бачення системного підходу до технології таких спеціальних видів управління, як стратегічне та інноваційне. О. Гришков надає характеристику основних стратегій розвитку бізнесу та оцінку можливостей їх застосування з позиції ситуаційного підходу. Окремо автором розглядаються особливості реалізації стратегій розвитку для організацій різних масштабів бізнесу. К. Федоренко актуалізує динамічний та функціональний підходи до процесу стратегічного управління, запропоновані в різний час провідними фахівцями в галузі стратегічного менеджменту, а також описує власну модель, яка передбачає проведення аналізу макро- й мікросегментів ринку для реалізації стратегії цільової конкуренції.

І. Маркіна, О. Помаз, Ю. Помаз, Г. Кургускіна, І. Потапюк, М. Івченко, Р. Склярчук, О. Федірець, Т. Сазонова, І. Шульженко

звертають увагу на те, що стратегічний набір досліджується як ефективний інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств, розглядають процес, принципи та особливості формування стратегічного набору на підприємствах, пропонують модель стратегічного менеджменту, засновану на формуванні та реалізації стратегічного набору, забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності та побудові основи сталого розвитку.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Стратегічний менеджмент – це складний процес, тому його осмислення може здійснюватися з різних точок зору, з використанням різних методологічних підходів до вирішення певного кола управлінських завдань. Сам факт наявності безлічі підходів до стратегічного менеджменту підприємства свідчить про стрімкий розвиток цього напрямку та його актуальності, тому основні підходи до стратегічного менеджменту підприємства, зокрема системний, програмно-цільовий, ситуаційний, процесний, проектний, продовжують залишатися методологічною базою для нових досліджень у галузі стратегічного управління в сучасних умовах. Проте означені умови глобалізації, цифровізації та інформатизації діяльності суб'єктів на мікро- та макrorівнях обумовлюють необхідність визначення новітнього підходу до вирішення стратегічних завдань розвитку підприємства.

В науковій літературі з інформаційного менеджменту, зокрема його стратегічного аспекту, представленого працями Т. Андрєєвої, С. Васютинської, В. Цветкова, існує дефіцит рефлексії методологічних прийомів, технік і методик його реалізації, впливу інформаційних процесів на стратегічне планування та реалізацію стратегічного набору. Переважно має місце пізнавальна проблема, яка пов'язана з недостатнім теоретичним та практичним науковим здобутком у сфері інформаційних аспектів стратегічного менеджменту. Розв'язання зазначеної проблематики потребує системного вирішення та розроблення відповідного теоретико-концептуального підходу.

Мега статті. Головною метою роботи є формування основних положень інформаційного підходу до стратегічного менеджменту підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.

Виклад основного матеріалу. Значимість стратегічного менеджменту в умовах сьогодення складно переоцінити, оскільки постійно зростаючий рівень конкуренції та нестабільна економічна ситуація вимагають від підприємств визначення вектору розвитку на довгострокову перспективу для досягнення визначених цілей. Стратегічне управління необхідне для забезпечення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, що дає змогу не тільки утримувати позиції, але й розвивати бізнес-потенціал в довгостроковій перспективі. Стратегічний менеджмент передбачає визначення стратегії розвитку бізнесу підприємства, що відповідає сучасному стану, цілям, можливостям та перспективам. Від правильного вибору стратегії найчастіше залежить ефективність діяльності підприємства загалом. Цей вибір спирається на глибокий попередній аналіз внутрішнього й зовнішнього середовища організації, її потенціалу та тенденцій розвитку. Аналіз зовнішнього середовища дає змогу своєчасно виявити можливості й загрози, що впливають на діяльність підприємства та реалізацію плану. Від того, яким чином здійснюються

процеси визначення стратегії підприємства, визначаються підходи до стратегічного менеджменту (рис. 1).

Аналіз досліджень із зазначеної проблематики дав змогу визначити такі класичні підходи до стратегічного менеджменту:

- системний підхід, який передбачає, що в процесі визначення стратегії підприємства його розглядають як систему, тобто як сукупність взаємопов'язаних елементів, що має вхід, вихід (мету), зв'язок із зовнішнім середовищем та зворотний зв'язок;
- ситуаційний підхід, який передбачає визначення стратегії підприємства на основі використання методів, які найбільше відповідають цій ситуації у внутрішньому та зовнішньому середовищі, а також адаптацію до них;
- комплексний підхід, який здійснюється з урахуванням технічних, економічних, організаційних, екологічних, соціальних, психологічних аспектів стратегічного менеджменту у



Рис. 1. Класичні та сучасні підходи до стратегічного менеджменту підприємства

Джерело: узагальнено авторами на основі [4; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 13]

їх взаємозв'язку, тобто під час визначення стратегії враховуються не тільки фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, але й особливості (темперамент, компетентності, досвід, знання тощо) менеджерів, які розробляють стратегію;

- інтеграційний підхід, який передбачає спрямованість на дослідження й посилення взаємозв'язків між окремими підсистемами та елементами системи стратегічного менеджменту; між стадіями життєвого циклу об'єкта управління; між рівнями управління по вертикалі; між суб'єктами управління по горизонталі;

- маркетинговий підхід, який є орієнтацією керуючої підсистеми стратегічного управління на споживача, тобто клієнтоорієнтованим підходом до розроблення та реалізації загальної, конкурентної та функціональних стратегій;

- функціональний підхід, який передбачає здійснення процесу стратегічного менеджменту на основі послідовної реалізації функцій управління, необхідних для реалізації місії підприємства;

- динамічний підхід, який є розглядом об'єкта стратегічного менеджменту в діалектичному розвитку, причинно-слідчих зв'язках;

- відтворювальний підхід, який обумовлює орієнтацію на постійне поновлення виробництва товару відповідно до потреб конкретного ринку з найменшими сукупними витратами;

- процесний підхід, який передбачає розгляд функцій стратегічного управління як серії безперервних взаємопов'язаних дій;

- нормативний підхід, який зумовлює встановлення нормативів управління по всіх підсистемах системи менеджменту з найважливіших елементів;

- кількісний підхід, який передбачає перехід від якісних оцінок до кількісних за допомогою математичних і статистичних методів, інженерних розрахунків, експертних оцінок, системи балів;

- адміністративний підхід, який обумовлює регламентацію функцій стратегічного менеджменту, прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, тривалості, елементів системи менеджменту в нормативних актах;

- поведінковий підхід, який передбачає надання допомоги менеджменту вищого рівня в усвідомленні можливостей підприємства на основі застосування концепцій поведінкових наук.

Отже, за сучасних трансформаційних умов соціально-економічних відносин до стратегічного менеджменту підприємств застосовуються переважно окремі наукові підходи, такі як системний, поведінковий, адміністративний, маркетинговий, рідше застосовуються відтворювальний, нормативний, функціональний підходи. Проте розростання міжнародного економічного простору, інформатизація та цифровізація об'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища, інтеграція елементів системи стратегічного менеджменту потребують формування новітнього, релевантного підходу до визначення та реалізації стратегії суб'єктів господарювання.

Отже, нами запропоновано інформаційний підхід до стратегічного менеджменту підприємства, базисом якого є інформація та інформаційні технології управління, які використовуються в процесі розроблення та реалізації стратегічного набору організації, а також здійснюється цифровізація об'єктів стратегічного управління для цифрового моделювання їх поведінки на перспективу. Концептуальна модель розроблення стратегії на основі запропонованого інформаційного підходу зображена на рис. 2.

Відповідно до запропонованої моделі, на кожному етапі стратегічного менеджменту акумулюється база даних, яка

містить певну інформацію, необхідну для завершення поточного та здійснення наступного етапу розроблення, реалізації або корегування стратегії. Етапи в межах запропонованої моделі схожі на етапи класичних підходів, водночас у зазначену архітектуру стратегічного управління додано новий етап, такий як цифровізація об'єктів стратегічного планування, що передбачає перенесення властивостей об'єктів, напрямів діяльності підприємства в цифрове середовище задля відображення об'єктів реального світу у віртуальному просторі, що дає змогу автоматизовано обробити та проаналізувати відцифровані дані за допомогою різноманітних інформаційних технологій. Цифрові об'єкти «оживляють» дані предметної сфери через розширюваний функціонал та інтерфейси. Цільові моделі, які конструюються на основі пов'язаних і взаємодіючих цифрових об'єктів, надають економічним суб'єктам варіанти їх активного застосування для виконання безлічі практичних завдань [5].

Представлена модель містить інформацію й дані, які використовуються в процесі стратегічного менеджменту, і можуть бути згруповані залежно від середовища, яке оточує підприємство, об'єктів аналізу, джерел інформації та методів стратегічного планування тощо.

Основні структурні складові частини інформаційного підходу до стратегічного менеджменту наведено на рис. 3. Особливістю інформаційного підходу до управління є застосування спеціальних інформаційних моделей, що описують динаміку взаємодії оточення об'єкта управління. Інформаційний підхід включає використання інформаційних технологій, інформаційних систем, інформаційних одиниць, інформаційних моделей, інформаційного моніторингу, інформаційного моделювання, інформаційних потоків. Все це застосовується для вирішення практичних завдань, отримання й накопичення знань [2].

Окрім зазначеного, запропонований інформаційний підхід до стратегічного менеджменту підприємств створює можливості вдосконалення методів стратегічного аналізу та планування, накопичення інформаційного досвіду дослідження, зафіксованого в об'єктивних, не залежних від людини цифрових моделях та інформаційних базах даних.

Головна перевага інформаційного підходу до стратегічного менеджменту полягає в тому, що він створює можливості міждисциплінарного перенесення досвіду досліджень і логіко-математичних методів, а застосування цього підходу сприятиме недопущенню розвитку кризових явищ у процесі функціонування підприємства, оскільки цифрова модель об'єктів стратегічного управління спрямована на передбачення таких явищ, своєчасне реагування на них та запобігання ним.

Отже, інформаційний підхід до стратегічного менеджменту є сучасним напрямом у теорії управління, який має два основних напрями розвитку, а саме цифрове моделювання об'єктів та напрямів діяльності підприємства й прийняття рішень щодо реалізації стратегічної альтернативи на основі моделювання та використання інформаційних баз даних. Під час управління реальними системами необхідно враховувати організаційні чинники, які поєднуються з інформаційними, що приводить до необхідності розгляду моделі складної організаційної системи як об'єкта управління.

У межах запропонованого підходу до стратегічного менеджменту постає завдання глобального переходу до мережі взаємодіючих цифрових об'єктів у середовищі інтегруючих цифрових

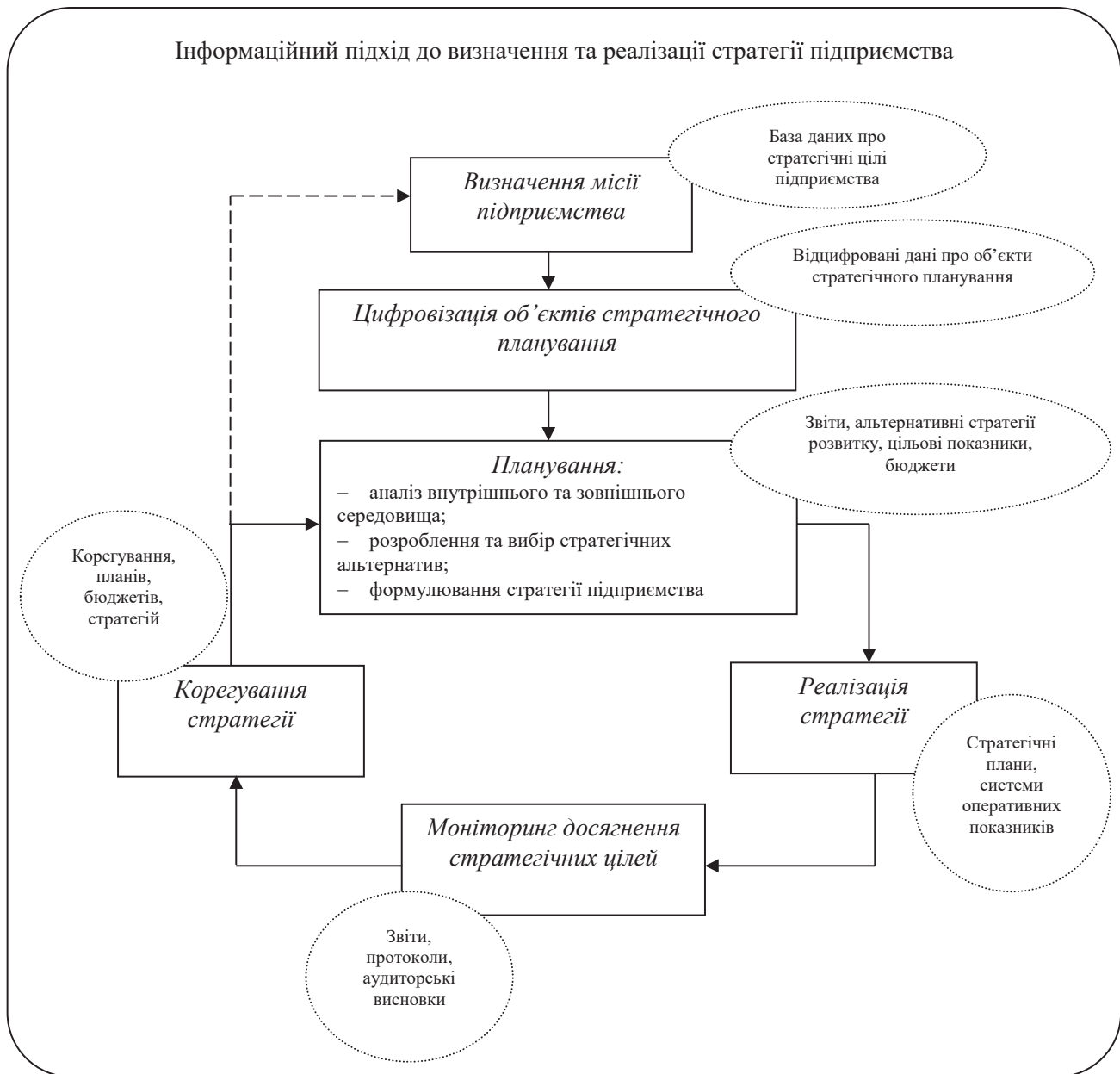


Рис. 2. Модель інформаційного підходу до визначення та реалізації стратегії підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 2; 5; 12]

платформ. Таке рішення здатне реорганізувати та підвищити якість використовуваних цифрових даних, підвищити рівень інформаційної взаємодії, мінімізувати технічні та семантичні помилки й поліпшити процес стратегічного планування та реалізації стратегії.

Висновки і пропозиції. Таким чином, на основі узагальнення ключових переваг класичних та сучасних підходів до визначення та реалізації стратегії підприємства запропоновано інформаційний підхід до стратегічного менеджменту підприємства, основними положеннями якого є:

– використання інформаційних ресурсів та інформаційних технологій у процесі розроблення та реалізації стратегії підприємства;

– перенесення властивостей об'єктів, напрямів діяльності підприємства в цифрове середовище задля відображення об'єктів реального світу у віртуальному просторі;

– цифровізація об'єктів стратегічного управління для цифрового моделювання їх поведінки на перспективу;

– застосування спеціальних інформаційних моделей, які описують динаміку взаємодії оточення з об'єктами управління;

– прийняття рішень щодо реалізації стратегічної альтернативи на основі моделювання та використання інформаційних баз даних;

– накопичення досвіду стратегічного менеджменту підприємства, зафіксованого в об'єктивних, не залежних від людини цифрових моделях та інформаційних базах даних.

Для забезпечення оптимальної системи стратегічного менеджменту підприємства в майбутніх дослідженнях планується визначити механізм взаємозв'язку між елементами системи стратегічного управління з урахуванням положень інформаційного підходу.



КА – концептуальний аспект;
 ТА – технологічний аспект;
 РА – ресурсний аспект;
 МА – аспект моделювання;
 СА – ситуаційний аспект;
 АП – аспект застосовуваних принципів;
 ЦА – цифровий аспект;
 ПУ – аспект реального управління

Рис. 3. Ключові аспекти інформаційного підходу до стратегічного менеджменту підприємства

Джерело: сформовано на основі [2; 5]

Література:

1. Андреева Т. Информационное обеспечение стратегического менеджмента предприятия. *Информационная безопасность регионов*. 2012. № 2. С. 11–17.
2. Васютинская С. Развитие информационного управления. *Образовательные ресурсы и технологи*. 2015. № 2(10). С. 113–119.
3. Гапоненко А., Панкрушина А. Теория управления. Москва : РАГС, 2004. 558 с.
4. Гришков А. Разработка стратегий развития бизнеса. *Молодой ученый*. 2017. № 38(172). С. 53–55.
5. Дячков Д. Управлінські аспекти інформаційної безпеки: теорія, методологія, практика : монографія. Полтава : Інтер-М, 2019. 424 с.
6. Маркіна І. Конкурентоспроможність національної економіки та стратегія інноваційного розвитку підприємств. *Вісник Львівського університету. Серія : Економічна*. 2015. Вип. 52. С. 107–112.
7. Помаз О., Помаз Ю., Кургускіна Г. Стратегічне управління аграрним підприємством в умовах конкурентного середовища: регіональний аспект. *Економічний форум*. 2018. № 1. С. 30–34.
8. Потапюк І., Івченко М., Склярук Р. Теоретико-методологічні аспекти розробки маркетингової стратегії підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 24. С. 81–84.
9. Потапюк І., Міщенко О., Сухорученко Я. Управлінський контроль як елемент стратегічного управління підприємством. *Економічний форум*. 2018. № 4. С. 209–214.
10. Федірець О., Сазонова Т. Стратегічний набір як ефективний інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств. *Економічний розвиток: теорія, методологія, управління : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції*. Будапешт – Прага – Київ : НДІСР, 2016. С. 245–253.
11. Федоренко К. Еволюція підходів к структурованню процесу стратегічного управління. *Стратегічний менеджмент*. 2012. № 2. С. 136–147.
12. Цветков В. Информационный поход. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2016. № 4–3. С. 645–645.
13. Шульженко І. Стратегічний набір як ефективний інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств. *Еконо-*

мічний розвиток: теорія, методологія, управління : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. Будапешт – Прага – Київ, 2016. С. 245–253.

References:

1. Andreyeva T. (2012) Informatsionnoye obespecheniye strategicheskogo menedzhmenta predpriyatiya [Information support of the strategic management of the enterprise]. *Informatsionnaya bezopasnost' regionov*, no. 2, pp. 11–17.
2. Vasyutinskaya S. (2015) Razvitiye informatsionnogo upravleniya [Development of information management]. *Obrazovatel'nyye resursy i tekhnologi*, no. 2(10), pp. 113–119.
3. Gaponenko A., Pankrushina A. (2004) Teoriya upravleniya [Control theory]. *RAGS*, 558 p.
4. Grishkov A. (2017) Razrabotka strategiy razvitiya biznesa [Development of business development strategies]. *Molodoy ucheny*, no. 38(172), pp. 53–55.
5. Diachkov D. (2019) Upravlins'ki aspekty informatsiynoi bezpeky: teoriya, metodolohiya, praktyka [Management aspects of information security: theory, methodology, practice] : monohrafiya. Poltava : Inter-M, 2019. 424 p.
6. Markina I. (2015) Konkurentospromozhnist' natsional'noyi ekonomiky ta stratehiya innovatsiynoho rozvytku pidpryyemstv [Competitiveness of the national economy and strategy of innovative development of enterprises]. *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Seriya ekonomichna*, no. 52, pp. 107–112.
7. Pomaz O., Pomaz Yu., Kurhuskina H. (2018) Stratehichne upravlinnya ahranym pidpryyemstvom v umovakh konkurentnoho seredovyshcha: rehional'nyy aspekt [Strategic management of agricultural enterprises in a competitive environment: a regional aspect]. *Ekonomichnyy forum*, no. 1, pp. 30–34.
8. Potapyuk I., Ivchenko M., Sklyaruk R. (2017) Teoretyko-metodolohichni aspekty rozrobky marketynhovoyi stratehiyi pidpryyemstva [Theoretical and methodological aspects of developing a marketing strategy of the enterprise]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, no. 24, pp. 81–84.
9. Potapyuk I., Mishchenko O., Sukhoruchenko Ya. (2018) Upravlins'kyy kontrol' yak element stratehichnoho upravlinnya pidpryyemstvom [Management control as an element of strategic management of the enterprise]. *Ekonomichnyy forum*, no. 4, pp. 209–214.
10. Fedirets' O., Sazonova T. (2016) Stratehichnyy nabir yak efektyvnyy instrument zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Strategic recruitment as an effective tool for ensuring the competitiveness of enterprises]. *Ekonomichnyy rozvytok: Teoriya, metodolohiya, upravlinnya. Materialy IV Mizhnarodnoyi nauko-vo-praktychnoyi konferentsiyi [Theory, methodology, management. Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference]*. Budapesht – Praha – Kyiv, *NDISR*, pp. 245–253.
11. Fedorenko K. (2012) Evolyutsiya podkhodov k strukturirovaniyu protsessa strategicheskogo upravleniya [Evolution of approaches to structuring the process of strategic management]. *Strategicheskyy menedzhment*, no 2, pp. 136–147.
12. Tsvetkov V. (2016) Informatsionnyy pokhod [Information campaign]. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy*, no. 4–3, pp. 645–645.
13. Shul'zhenko I. (2016) Stratehichnyy nabir yak efektyvnyy instrument zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Strategic recruitment as an effective tool for ensuring the competitiveness of enterprises]. *Ekonomichnyy rozvytok: Teoriya, metodolohiya, upravlinnya : Materialy IV Mizhnarodnoyi nauko-vo-praktychnoyi konferentsiyi [Theory, methodology, management. Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference]*. Budapesht – Praha – Kyiv, 2016, pp. 245–253.

Аннотация. В статье обоснована необходимость формирования новейшего подхода к стратегическому менеджменту предприятия, обусловленная переносом бизнеса в цифровое пространство, интеграцией мировых и современных технологических и виртуальных платформ, информатизацией и автоматизацией большинства бизнес-процессов. Обобщены классические и современные подходы к стратегическому менеджменту предприятия, предоставлена их характеристика. Предложен информационный подход к стратегическому менеджменту предприятия, базисом которого являются информация и информационные технологии управления, которые используются в процессе разработки и реализации стратегического набора организации, а также осуществлена цифровизация объектов стратегического управления для цифрового моделирования их поведения на перспективу. Построена концептуальная модель разработки стратегии на основе предлагаемого информационного подхода.

Ключевые слова: информационная база данных, информационная модель, информационный подход, стратегический менеджмент предприятия, стратегический набор, стратегия предприятия, цифровизация объектов.

Summary. The article substantiates the need for the formation of the latest approach to strategic management of the enterprise, due to the transfer of business to digital space, integration of global and modern technological and virtual platforms, informatization and automation of most business processes. Classical and modern approaches to strategic management of the enterprise were generalized (system approach, situational approach, complex approach, integration approach, marketing approach, functional approach, dynamic approach, reproductive approach, process approach, normative approach, quantitative approach, administrative approach, behavioral approach) and their characteristic was given. An information approach to the strategic management of the enterprise, based on information and management information technologies used in the development and implementation of the strategic set of the organization, and digitization of strategic management objects for digital modeling of their behavior in the future. The conceptual model of strategy development on the basis of the offered information approach was constructed. According to the proposed model, at each stage of strategic management, a database was accumulated that contains certain information necessary to complete the current and implement the next stage of development, implementation or adjustment of the strategy. The stages within the proposed model are similar to the stages of classical approaches, at the same time, a new stage was added to the specified architecture of strategic management – digitization of strategic planning objects, which involves transferring properties of objects, areas of activity to a digital environment world in cyberspace, which allows to provide digitized automated processing and analytics using a variety of information technologies. A feature of the information approach in management is the use of special information models that describe the dynamics of the interaction of the environment of the object of management. The information approach includes the use of: information technology, information systems, information units, information models, information monitoring, information modeling, and information flows. All this is used to solve practical problems, obtain and accumulate knowledge.

Keywords: digitization of objects, enterprise strategy, information approach, information database, information model, strategic management of the enterprise, strategic set.