

## УПРАВЛІННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## MANAGEMENT AND PLANNING OF ENTERPRISE COMMERCIAL ACTIVITIES

УДК 658:65.014.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct36-29>

**Кудінов В.В.**

д.т.н., професор,  
професор кафедри обліку  
та менеджменту

Криворізький факультет  
Запорізького національного  
університету

**Васильєва С.І.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри обліку та менеджменту  
Криворізький факультет

Запорізького національного  
університету

**Ігнатова О.М.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри обліку та менеджменту  
Криворізький факультет

Запорізького національного  
університету

У статті досліджено і розкрито сутність та значення інформаційного забезпечення процесу управління підприємством. Використання всіх показників, що представляють інтерес, сформованих із зовнішніх і внутрішніх джерел дає змогу створити на кожному підприємстві цілеспрямовану систему інформаційного забезпечення, орієнтовану як на прийняття стратегічних рішень, так і на ефективне поточне й оперативне керування результативністю діяльності підприємства. Розглянуто основні види та джерела інформації на підприємстві та визначено тенденції стратегічного управління інформаційним забезпеченням підприємств. Проведено аналіз інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління підприємством, що дало змогу розробити рекомендації щодо використання нових інформаційних технологій в інформаційно-аналітичному забезпеченні стратегічного управління й є підґрунтям інформаційної підтримки управління.

**Ключові слова:** підприємство, інформація, інформаційне забезпечення, інформаційні технології, маркетингове дослідження, стратегічне управління.

В статье исследованы и раскрыты сущность и значение информационного обеспечения процесса управления предприятием. Использование всех показателей, представляющих интерес, формируемых из внешних и внутренних источников, позволяет создать на каждом предприятии целенаправленную систему информационного обеспечения, ориентированную как на принятие стратегических решений, так и на эффективное текущее и оперативное управление результативностью деятельности предприятия. Рассмотрены основные виды и источники информации на предприятии и определены тенденции стратегического управления информационным обеспечением предприятий. Проведен анализ информационного обеспечения процесса стратегического управления, что позволило разработать рекомендации по использованию новых информационных технологий в информационно-аналитическом обеспечении стратегического управления как основу информационной поддержки.

**Ключевые слова:** предприятие, информация, информационное обеспечение, информационные технологии, маркетинговое исследование, стратегическое управление.

*The essence and importance of information support of the enterprise management process are investigated and revealed in the article. The use of all indicators of interest, formed from external and internal sources, allows to create a purposeful system of information support for each enterprise, oriented both on making strategic decisions, as well as on effective current and operational management of the performance of trading enterprise activity. The basic types and sources of information at the enterprise are considered and tendencies of strategic management of information support of the enterprises are determined. The analysis of information support of the process of strategic management of the enterprise was carried out, which made it possible to develop recommendations on the use of new information technologies in the information and analytical support of strategic management. To eliminate the shortcomings and improve the information support of the strategic management process of the enterprise under study, the following recommendations have been developed: the use of information technology will give the manager and professionals the opportunity to quickly access any accumulated information and effectively use it in the decision-making process, will facilitate the communication of information to the place of creation and use of knowledge. To improve management information support, an information support system should be established that will allow for more informed management decisions and increase the flexibility of enterprise management. The organization of an automated workplace should be based on the fulfillment of new functions: data entry, database maintenance, work with screen forms as documents, new forms of presentation of productive information (graphic, multi-window data display) are used. The organization of information support of the strategic management process should provide for the definition of consumers and suppliers of information, the order of requests and responses to requests for information, the establishment of information support departments of management, the allocation of centers of responsibility for certain information support processes, the formalization of responsibility distribution, the proper staffing of the process of information support management. The collection of information on strategic management should include the use of all planned sources of information receipt and the use of modern technologies of search and accumulation, structuring and storage of information.*

**Key words:** enterprise, information, information support, information technology, marketing research, strategic management.

**Постановка проблеми.** Глибокі зміни в політичній, економічній, соціальній сферах, що відбуваються в Україні, спрямовані на становлення нової економічної системи, заснованої на ринкових відносинах. Ключовими технологіями ринкової економіки є менеджмент, маркетинг та інформаційні технології.

Вивчення проблем інформаційного забезпечення управління діяльністю має як теоретичне, так і пряме практичне значення, тому вивчення, розуміння внутрішніх механізмів інформаційного забезпечення дає змогу виробити ефективну політику підприємствами торгівлі, створити «режим найбільшого сприяння» підвищенню продуктивності праці.

З інформаційного погляду ключовим моментом є система підтримки маркетингового управління

підприємством. Основною метою побудови даної системи є забезпечення інформаційної і методичної підтримки підготовки прийняття рішень у сфері п'ять «Р» менеджерами підприємства на основі фактографічного й статистичного аналізу та прогнозу основних економічних і фінансових показників.

Побудова даної системи вимагає, передусім, правильної організації маркетингової інформаційної системи, тому що вона є основним чинником обґрунтованості прийнятих управлінських рішень. На сучасному етапі процесу управління підприємствами ставиться таке завдання: на базі повсюдного впровадження ПЕВМ створити інтегровані автоматизовані системи управління підприємством і тим самим забезпечити гнучке реагування на потребі ринку, мінімізувати витрати звертання

й одержати додаткові переваги в конкурентній боротьбі за покупця.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання інформаційного забезпечення процесу управління підприємства розглянуто в роботах багатьох як закордонних, так і вітчизняних учених: Л.В. Балабанової, Т.І. Алачевої, О.С. Виханського, А.Н. Германчук, В.Г. Герасимчук, Ф. Котлера, В.С. Соловьева, М.П. Переверзева, В.П. Федько, Л.С. Шевченко та ін. [1–7]. Проте системи інформаційного забезпечення процесу управління підприємством недостатньо використовуються на практиці, що і зумовлює актуальність представленої дослідження.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів, а також розроблення заходів щодо вдосконалювання системи інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління комерційною діяльністю підприємства як основи формування управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо використання її на практиці.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

«Реалізація концепції стратегічного управління на підприємстві торкається всіх аспектів його діяльності; однак оскільки інформація – це предмет управлінської праці, а більшість важелів впливу суб'єкта управління на об'єкт мають інформаційний характер, перебудувати інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного управління згідно з вибраними стратегіями треба дуже ретельно. Під час розгляду ресурсних, функціональних і комплексних стратегій кожне підприємство повинно:

- визначити тип та обсяги необхідної для стратегічної діяльності інформації;
- розробити ефективну систему збирання, обробки, використання та зберігання інформації;
- вжити заходів для запобігання негативному ефекту використання недостовірної інформації;
- створити умови для ефективного використання необхідної інформації для прийняття стратегічних рішень.

Стратегічні рішення безпосередньо визначають долю підприємства, впливають на його розвиток і життєздатність. Обґрунтованість рішень, що приймаються, залежить від інформації, на якій вони базуються, а ціна помилок постійно зростає» [8].

«Існуючі інформаційні системи надають керівникам підприємств інформацію, що зорієнтована переважно на внутрішнє середовище – технологію, організацію виробництва, фінансово-економічні ретроспективні показники тощо – і характеризує його. Інформація про зовнішнє середовище має фрагментарний, несистемний характер. Немає інформації про економічні тенденції, науково-технічні досягнення, ринки та конкуренцію на них, споживачів та їхні потреби тощо. До того ж бра-

кує соціально-політичної інформації, збиранням і аналізом якої навіть науково-дослідні інститути мало займаються. Усе це призводить до домінування суб'єктивних уявлень про ситуацію на підприємстві та поза ним, що не дає змоги складати обґрунтовані прогнози та приймати стратегічні рішення про пристосування до майбутнього та формування самого майбутнього» [9].

Стратегічні інформаційні потреби підприємства охоплюють усе, що може вплинути на довгострокову діяльність підприємства, непередбачені випадковості, пов'язані зі змінами у середовищі (у тому числі з форс-мажорними обставинами), навіть інформацію про події, що перебувають за межами безпосередньої діяльності та впливу, але можуть змінити долю підприємства. Стратегічні інформаційні потреби залежать від тих стратегічних цілей, які підприємство ставить перед собою.

На сучасному етапі процесу стратегічного управління підприємствами ставиться таке завдання: на базі повсюдного впровадження ПЕВМ створити інтегровані автоматизовані системи управління підприємством і тим самим забезпечити гнучке реагування на потреби ринку, мінімізувати витрати звертання й одержати додаткові переваги в конкурентній боротьбі за покупця.

#### **«Проблеми інформаційного забезпечення:**

- приховування потрібної інформації під прикриттям комерційної таємниці;
- відсутність часу у керівників на те, щоб глибоко вникнути в сам процес одержання інформації;
- відсутність можливості і бажання вкладати необхідні фінансові засоби в упорядкованість інформації для вирішення виникаючих проблем;
- прагнення одержати результат відразу, не з огляду на необхідний часовий масштаб збору й оцінки інформації;
- звичка приймати рішення в поспіху на основі надходження «сирої» інформації;
- виникнення помилок у процесі збору й оцінки інформації;
- утрата контролю над процесом збору, оцінки і переробки необхідної інформації стратегічного значення;
- фізична неможливість простежити за всіма різноманітними джерелами маркетингової інформації;
- орієнтація на приховування інформації від «низів»;
- прагнення монополізувати інформацію на вищих рівнях управління;
- недооцінка сигнальної інформації з нижніх рівнів управління;
- низька культура професійного спілкування, що спотворює комунікації, деформує циркуляцію інформації;
- виникнення слухів, що заповнюють недостатність інформації і негативно впливають на прийняття управлінських рішень;

– недосконалість діючих інформаційних потоків між рівнями і між функціональними підрозділами одного рівня» [10, с. 344].

Рішення всіх цих проблем (рис. 1) буде сприяти підвищенню якості інформаційного забезпечення і використання сучасних інформаційних технологій в удосконалюванні управлінської діяльності підприємств.

На підставі спостережень і опитувань керівників та фахівців підрозділів цих підприємств була здійснена експертна оцінка якісних показників конкурентоспроможності за 10-бальною шкалою.

Було проведено дослідження ТОВ «Рондо» і ТОВ «Борисфен трейдінг». Як свідчать дані таблиці, обидва підприємства-конкурента мають досить високу оцінку за всіма якісними показниками конкурентоспроможності, однак ТОВ «Рондо» має більше конкурентних переваг майже за всіма показниками і його підсумок становить 92 бали, тоді як у ТОВ «Борисфен трейдінг» загальна оцінка становила 80 балів. Результати проведених досліджень нами були узагальнені та відображені в профілі діяльності підприємств-конкурентів (табл. 1).

Профіль діяльності ще раз наочно показує, що досліджуване підприємство менш конкурентоспроможне, ніж ТОВ «Рондо», оскільки набрана

ним загальна кількість балів становить 110, а підприємства-конкурента – 155 бали.

Стратегічне управління ТОВ «Борисфен трейдінг» зв'язано з використанням значної кількості розрахункових операцій, прогнозуванням і оптимізацією необхідних показників, розглядом значної кількості варіантів та вибором оптимального з них. Можливість формалізації переважної більшості завдань щодо управління підприємством, використання сучасних економіко-математичних методів і моделей для рішення слабко структурованих задач у ТОВ «Борисфен трейдінг» забезпечить ефективність використання персональних комп'ютерів (ПК) під час виконання фахівцями різних функцій.

У ТОВ «Борисфен трейдінг» інформаційна підтримка стратегічного управління діяльністю підприємства (рис. 2) повинна, насамперед, забезпечити ефективне інформаційне забезпечення управління діяльністю підприємства та своєчасну діагностику позиції підприємства, сприяючи підвищенню швидкості та ефективності реакції керівництва на зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

Формування інформаційного забезпечення передбачає розроблення прогресивної системи маркетингової інформації (СМІ) – складової



Рис. 1. Сучасні проблеми і тенденції розвитку інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління підприємством

Джерело: [10, с. 186]

Профіль полярності ТОВ «Борисфен трейдінг»

№ п/п	Показники	Бали																		
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	-8	-9
1	Ринкова частка																			
2	Прибуток від операційної діяльності																			
3	Чистий прибуток																			
4	Обсяг продажу																			
5	Рентабельність																			
6	Рівень витрат																			
7	Товарообіговість																			
8	Продуктивність праці																			
9	Ресурсовіддача																			
	Коефіцієнт співвідношення власних та залучених коштів																			
	Широта асортименту																			
	Частка товарів ринкової новизни																			
	Адаптивність каналів збуту																			
	Ціна товарів																			
	Рівень сучасності обладнання																			
	Додаткові послуги																			
	Послуги щодо тестування товару																			
	Розміщення підприємства																			
	Якість обслуговування																			
	Доставка																			
	Стимулювання покупців																			
	Витрати на рекламу																			
	Стимулювання працівників																			
	Імідж підприємства																			

частини інформаційної системи управління (ІСУ). СМІ необхідна на кожному підприємстві, вона повинна займати центральне місце у діяльності служби маркетингу і бути основою для прийняття

управлінських рішень. СМІ охоплює такі підсистеми (блоки): блок збору інформації, систематизацію даних, блок обробки інформації, блок використання інформації.

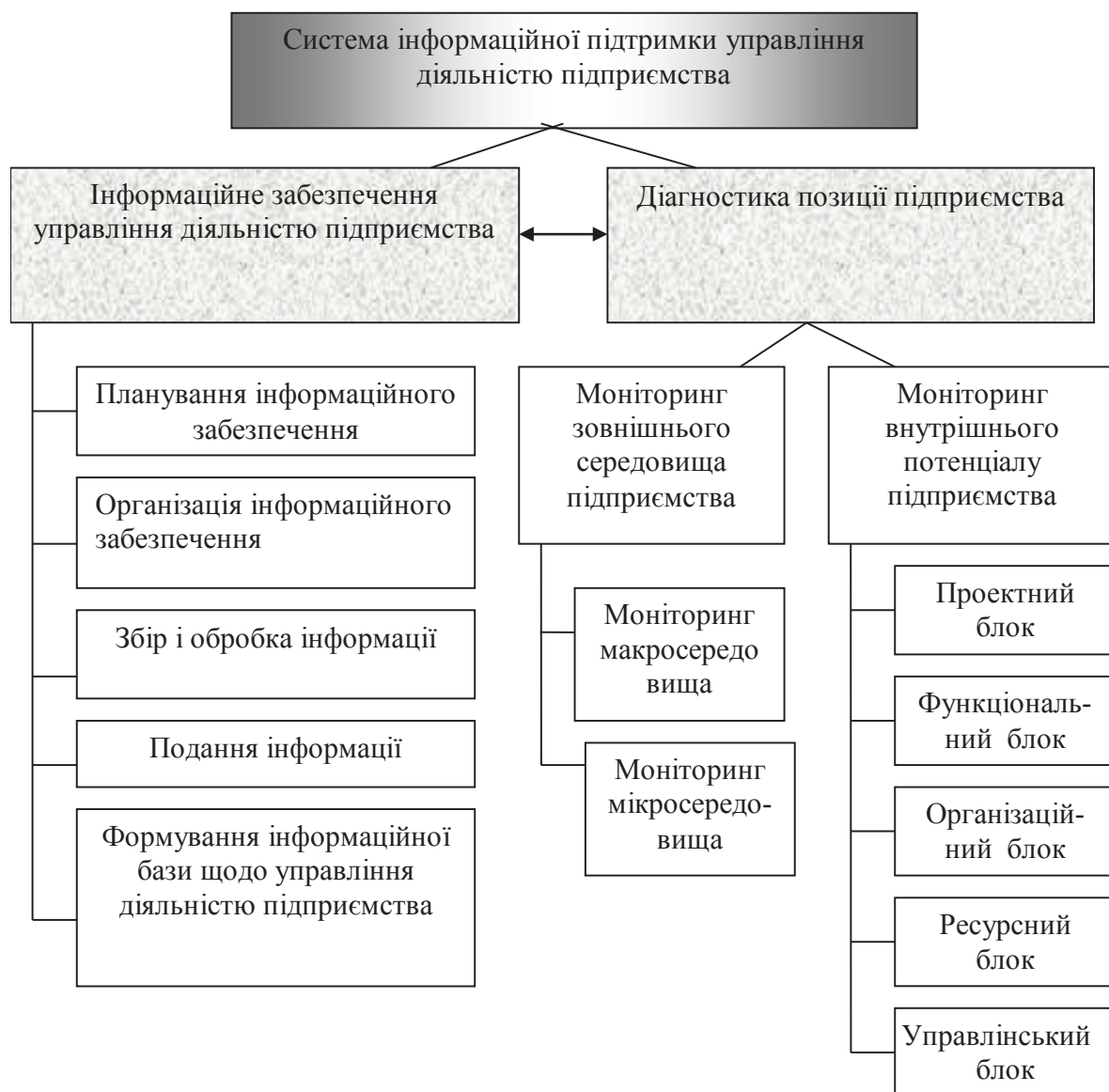


Рис. 2. Рекомендована система інформаційної підтримки управління діяльністю підприємства ТОВ «Борисфен трейдінг»

Підсистема збору інформації займає значне місце серед усіх маркетингових операцій. При цьому, враховуючи складність середовища функціонування, ТОВ «Борисфен трейдінг» необхідно використовувати комп'ютеризовані інформаційні системи маркетингу. Природно, що їх створення пов'язано з високою трудоемністю, значними витратами, необхідністю мати у штаті професіоналів відповідної кваліфікації.

Для усунення недоліків і вдосконалення інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління досліджуваного підприємства розроблено такі рекомендації:

1. Застосування інформаційних технологій надасть керівнику і фахівцям ТОВ «Борисфен трейдінг» можливість оперативно одержувати доступ до будь-якої накопиченої інформації й ефективно використовувати її в процесі прийняття

рішень, буде сприяти повідомленню інформації до місця створення і використання знань.

2. Для поліпшення інформаційної підтримки управління у ТОВ «Борисфен трейдінг» повинна бути сформована система інформаційної підтримки, яка дасть змогу приймати більш обґрунтовані управлінські рішення, підвищити гнучкість управління підприємством.

3. Організація АРМ у ТОВ «Борисфен трейдінг» повинна ґрунтуватися на виконанні нових функцій: уведення даних, ведення баз даних, робота з екранними формами як із документами, використовуються нові форми представлення результативної інформації (графічна, багатовіконне відображення даних).

4. Організація інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління ТОВ «Борисфен трейдінг» повинна передбачати визначення



споживачів та постачальників інформації, порядку запитів та відповідей на запити інформації, створення підрозділу інформаційної підтримки управління, виділення центрів відповідальності за певні процеси інформаційного забезпечення, формалізацію розподілу відповідальності, належне кадрове забезпечення процесу інформаційної підтримки управління.

5. Збір інформації щодо стратегічного управління ТОВ «Борисфен трейдінг» повинен передбачати використання всіх запланованих джерел надходження інформації та використання сучасних технологій пошуку, накопичення, структуризації та збереження інформації.

6. Основним напрямом удосконалення інформаційного забезпечення в ТОВ «Борисфен трейдінг» є створення та застосування системи маркетингової інформації, яка базується на сучасних апаратно-програмних засобах, інформаційних технологіях, розподіленій обробці даних у мережах, на використанні економіко-математичних методів і моделей, систем підтримки прийняття рішень та експертних систем.

7. Формування інформаційного забезпечення стратегічного управління ТОВ «Борисфен трейдінг» повинно передбачати розроблення прогресивної системи маркетингової інформації (СМІ) – складової частини інформаційної системи управління (ІСУ). Вона повинна бути основою для прийняття управлінських рішень та охоплювати такі підсистеми (блоки): блок збору інформації, систематизацію даних, блок обробки інформації, блок використання інформації.

8. Система діагностики маркетингового середовища ТОВ «Борисфен трейдінг» повинна містити такі елементи: моніторинг основних чинників макросередовища підприємства, дослідження безпосереднього оточення підприємства та маркетинговий зріз внутрішнього середовища цього підприємства.

#### Висновки з проведеного дослідження.

Аналіз руху інформаційних потоків показав, що в ТОВ «Борисфен трейдінг» не забезпечується наявність у кожному документі необхідної і достатньої для ухвалення рішення інформації, чітка її адресність; не завжди чітко визначено джерела і споживачі інформації; не організовані раціональні потоки інформації за рахунок усунення дублювання документів і показників, що містяться в документах.

Основним напрямом удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного управління в ТОВ «Борисфен трейдінг» є створення та застосування системи маркетингової інформації, яка базується на сучасних апаратно-програмних засобах, інформаційних технологіях, розподіленій обробці даних у мережах, на використанні економіко-математичних методів і моделей,

систем підтримки прийняття рішень та експертних систем. Організація інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління ТОВ «Борисфен трейдінг» повинна передбачати визначення споживачів та постачальників інформації, порядку запитів та відповідей на запити інформації, створення підрозділу інформаційної підтримки управління, виділення центрів відповідальності за певні процеси інформаційного забезпечення, формалізацію розподілу відповідальності, належне кадрове забезпечення процесу інформаційної підтримки управління.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия. Серия «Теория и практика менеджмента»: учебное пособие. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 416 с.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. *Графічне моделювання*: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2000. 360 с.
3. Волков О.И., В.К. Скляренко. Экономика предприятия: курс лекций. Москва: ИНФРА-М, 2003. 280 с.
4. Балабанова Л.В. Информационное обеспечение обоснования управленческих решений в условиях маркетинговой ориентации предприятия: монография. Донецк: ДонГУЭТ, 2003. 143 с.
5. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент: учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. 448 с.
6. Переверзев М.П., Шайденко Н.А., Басовский Л.Е. Менеджмент: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2008. 288 с.
7. Федько В.П. Основы маркетинга: учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. 480 с.
8. Фатхутдинов Р. Стратегический менеджмент. Москва: Интел-Синтез, 2006. 640 с.
9. Информационное обеспечение стратегического управления и планирования. URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/stplinfo.htm> (дата звернення: 11.10.2019).
10. Капоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: учебник. Москва: Омега-Л, 2004. 472 с.

#### REFERENCES:

1. Ansoff, Y. (1999). *Novaia korporativnaia strategiya. Seryia: Teoriya y praktika menedzhmenta: uchebnoe posobyie* [New corporate strategy. Series: Theory and practice of management: a training manual]. St. Petersburg: Piter. (in Russian)
2. Herasimchuk, V.H. (2000). *Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom. Hrafichne modeliuannia: navch. posib* [Strategic management of the enterprise. Graphic Modeling: Tutorial tool.]. Kyiv: KNEU. (in Ukraine)
3. Volkov, O.Y. and Skliarenko, V.K. (2003). *Ekonomika predpriyatya: kurs lektsiy* [Business Economics: Lecture Course] Moscow. YNFRA-M. (in Russian)
4. Balabanova, L.V. (2003). *Ynfomatsyonnoe obespechenye obosnovaniya upravlencheskykh resheniy v usloviakh marketynhovoj oryentatsyy predpriyatya: monohrafiya* [Information support for substantiating managerial decisions in a marketing orientation of the enterprise: monograph]. Donetsk: DonHUET. Ukraine.

5. Solov'ev, V.S. (2002). *Stratehycheskyj menedzhment: uchebnyk* [Strategic Management: A Textbook]. Rostov-na-Donu: Fenyks. (in Russian)

6. Pereverzev, M.P. Shajdenko, N.A. and Basovskij, L.E. (2008). *Menedzhment: uchebnyk. Menedzhment: uchebnyk*. [Management: textbook]. Moscow: YNFRA-M. (in Russian)

7. Fed'ko, V.P. (2002). *Osnovy marketynha: uchebnyk*. [Marketing Basics: A Textbook]. Rostov-na-Donu: Fenyks. (in Russian)

8. Fatkhutdinov, R. (2002). *Stratehycheskyj menedzhment*. [Strategic management]. Moscow: Byznes-shkola «Yntel-SynteZ». (in Russian)

9. *Informatsionnoe obespechenie strategicheskogo upravleniya i planirovaniya* [Information support for strategic management and planning] available at: <http://www.stplan.ru/articles/theory/stplinfo.htm> (accessed 11 October 2019).

10. Kaponenk, A.L. and Pankrukhn, A.P. (2004). *Stratehycheskoe upravlenye: uchebnyk* [Strategic management: a textbook] Moscow: Omeha-L. (in Russian)

**Kudinov Valentin**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Professor of the Department of Accounting and Management  
Faculty of Kryvyi Rih  
Zaporizhzhya National University

**Vasylieva Svitlana**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Senior Lecturer at Department of Accounting and Management  
Faculty of Kryvyi Rih  
Zaporizhzhya National University

**Ignatova Olena**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Senior Lecturer at Department of Accounting and Management  
Faculty of Kryvyi Rih  
Zaporizhzhya National University

**MANAGEMENT AND PLANNING OF ENTERPRISE COMMERCIAL ACTIVITIES**

**The purpose of the article.** Studying problems of information support of activity management has both theoretical and direct practical value. Therefore, the study, understanding of the internal mechanisms of information support allows you to develop an effective policy for trade enterprises, to create a “mode of greatest assistance” to increase productivity. The purpose of the article is to study the theoretical and practical aspects, as well as to develop measures to improve the system of information support to the process of strategic management of commercial activity of the enterprise as a basis for the formation of management decisions and to develop recommendations for its use in practice.

**Methodology.** In the course of the research common scientific methods were used: analogy, system analysis, formalization; methods of economic and statistical analysis: tabular (for presentation of calculations and specific research results), graphical, comparison, grouping; marketing methods: matrix method; observations, surveys; methods of expert diagnostics.

**Results.** Analysis of the flow of information flows showed that the enterprise does not ensure the presence in each document necessary and sufficient for decision making information, its clear targeting; sources and consumers of information are not always clearly identified; rational flows of information are not organized by eliminating duplication of documents and indicators contained in documents. The main direction of improvement of information-analytical support of strategic management is creation and application of marketing information system, which is based on modern hardware and software, information technologies, distributed processing of data on networks, using economic-mathematical methods and models, decision support systems and expert systems. The organization of information support of the strategic management process should provide for the definition of consumers and suppliers of information, the order of requests and responses to requests for information, the establishment of information support departments of management, the allocation of centers of responsibility for certain information support processes, the formalization of responsibility distribution, the proper staffing of the process of information support management.

**Practical implications.** To eliminate the shortcomings and improve the information support of the strategic management process of the enterprise under study, the following recommendations have been developed: the use of information technology will give the manager and professionals the opportunity to quickly access any accumulated information and effectively use it in the decision-making process, will facilitate the communication of information to the place of creation and use of knowledge. To improve management information

support, an information support system should be established that will allow for more informed management decisions and increase the flexibility of enterprise management. The organization of an automated workplace should be based on the fulfillment of new functions: data entry, database maintenance, work with screen forms as documents, new forms of presentation of productive information (graphic, multi-window data display) are used. The organization of information support of the strategic management process should provide for the definition of consumers and suppliers of information, the order of requests and responses to requests for information, the establishment of information support departments of management, the allocation of centers of responsibility for certain information support processes, the formalization of responsibility distribution, the proper staffing of the process of information support management. The collection of information on strategic management should include the use of all planned sources of information receipt and the use of modern technologies of search and accumulation, structuring and storage of information. The basic direction of improvement of information support is creation and application of the system of marketing information, which is based on modern hardware and software, information technologies, distributed processing of data in networks, using economic - mathematical methods and models, decision support systems and expert systems. The formation of strategic management information support should involve the development of a progressive marketing information system - an integral part of the management information system. It should be the basis for managerial decision-making and cover the following subsystems (blocks): information gathering unit, data systematization, information processing unit, information utilization unit. The system of diagnostics of the marketing environment should contain the following elements: monitoring of the main factors of the macro-environment of the enterprise, research of the immediate environment of the enterprise and marketing section of the internal environment of the enterprise.

**Value/originality.** The essence and importance of information support of the enterprise management process are revealed. The use of all indicators of interest, formed from external and internal sources, allows to create in each enterprise a purposeful system of information support, oriented both on making strategic decisions, and on effective current and operative management of efficiency of activity of the enterprise.