

УДК 339.138

Пинило Т. – ст. гр. БМм-61

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **МІСЦЕ ЛОГІСТИКИ У СИСТЕМІ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Зяйлик М.Ф.

Pinilo T.

*Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University*

## **PLACE of LOGISTIC In SYSTEM PRODUCTION-SALE to ACTIVITY of ENTERPRISE**

Supervisor: Zyaylik M.F.

Ключові слова: логістика, виробничо-збутова діяльність.

Key words: logistic, production-sale activity.

Логістика - це галузь економічних знань, що знаходиться на стику кількох економічних дисциплін: маркетингу, організації виробництва, постачання, складського господарства, транспорту, обробки економічної інформації, об'єднуючи й інтегруючи їх. Формування, діяльність і зміни в логістичній системі підприємства викликають реформування транспорту, постачання, збуту, складування і складської обробки, обробки інформації в бік їх комплексної оптимізації на основі нового принципу - логістичного управління.

Але різні автори мають різні погляди на зв'язок логістики з іншими функціональними сферами, її місце та роль в господарській діяльності. При цьому часто випускається з розгляду їх взаємний вплив, необхідність комплексного аналізу та оптимізації.

Логістичний підхід до управління дозволяє інтегрувати управління матеріальними й інформаційними потоками, не виділяючи будь-яку з функціональних сфер як більш чи менш важливу, і звести управління ними в одну інтегровану систему. При цьому планування, управління, контроль і здійснення просування матеріальних та інформаційних потоків тісно переплітається з іншими видами діяльності підприємства.

Логістика як форма сучасного менеджменту є перш за все комерційною, системною сферою діяльності, що дозволяє підприємствам знаходити нові резерви для підприємства.

Ось, чому найбільша увага приділяється зв'язкам логістики з маркетингом та виробничою сферою, причому в даному випадку, логістика розглядається як набір інструментів для планування та управління матеріалопотоками в процесі виробництва та реалізації продукції, приділяючи постачанню мало уваги, а деякі логістичні функції просто передаючи маркетингу.