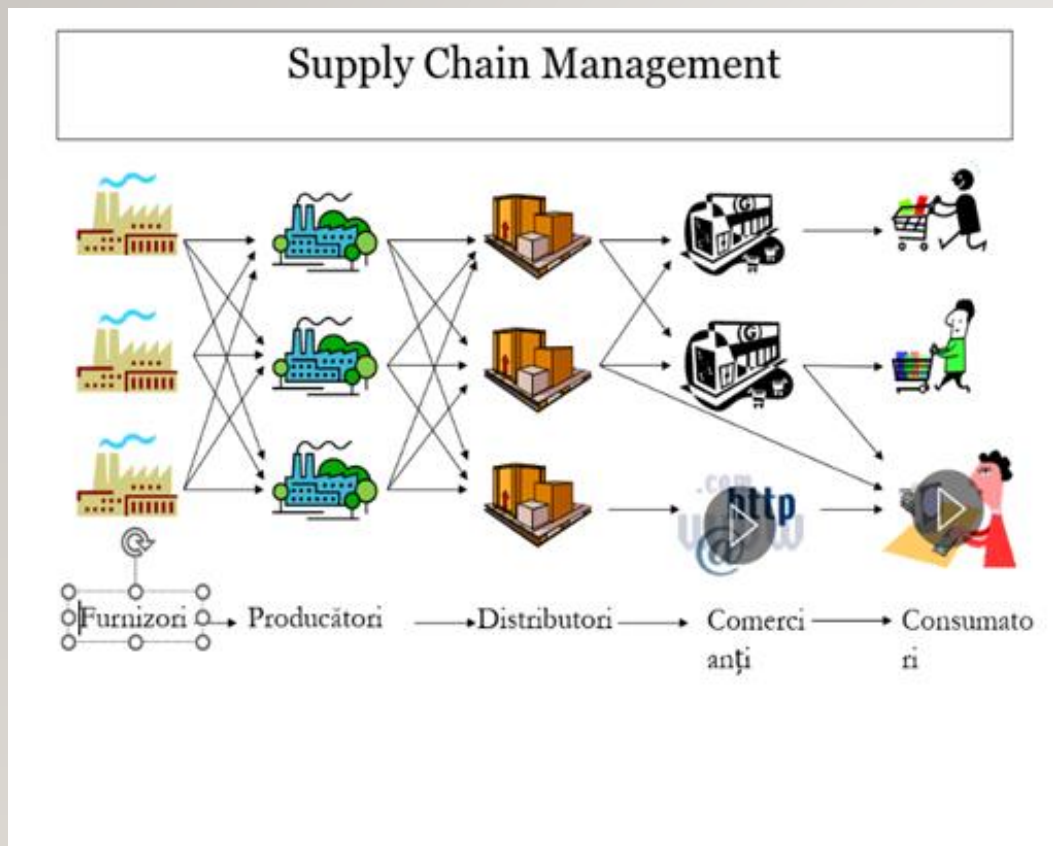


# TRUST IN YOUR HANDS BY ATP - A PRACTICAL CASE STUDY ON SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) AT ATP



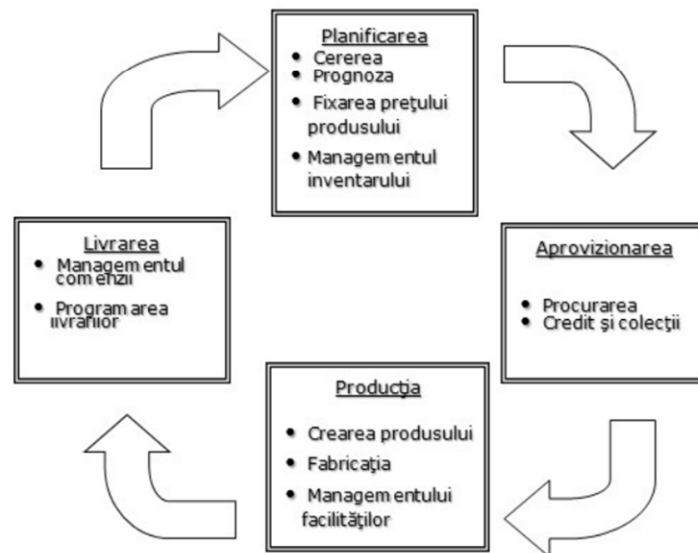
Autor/i: Marc Mihai Sebastian

# 1. CONCEPTUL DE SCM (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)



În ziua de azi companiile folosesc denumirea de management al lanțului de aprovizionare pentru a evidenția modalitatea de structurare și gestionare. Supply chain management (lanțul de aprovizionare) se axează pe procesele materiale care sunt gestionate într-o companie. In figura următoarea, am exemplificat conceptul de SCM.

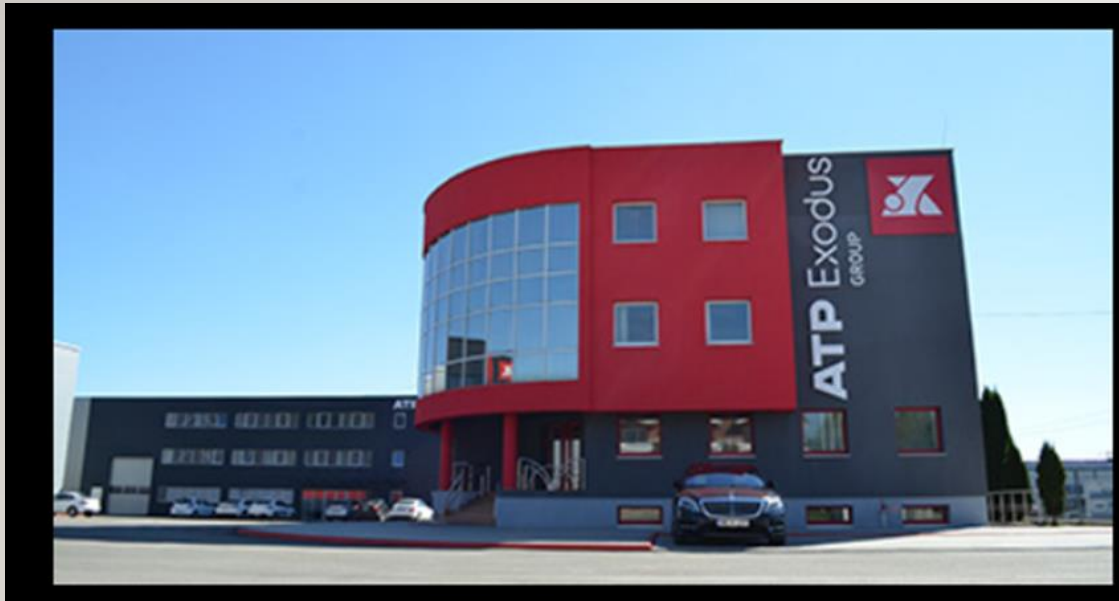
Figura 5. Operațiunile lanțului de distribuție



Sursa: Hugos, 2003

**SCM (Managementul lanțului de aprovizionare)** este un sistem de organizații, oameni, activități, informații și resurse implicate în procesul prin care bunurile și serviciile ajung de la furnizori la consumatorii finali. În cadrul activităților din SCM materiile prime și componentele sunt transformate în produse finite și livrate consumatorilor finali.

## 2. SCM ÎN CADRUL COMPANIEI ATP EXODUS



Compania ATP a luat ființă în anul 1995 și a avut ca domeniul de activitate distribuția pieselor auto. Pe parcursul trecerii anilor ATP EXODUS, a luat în calcul și introducerea în circuit al vânzărilor de autovehicule, începând cu brandul german deluxe, Mercedes-Benz. Astfel s-a orientat și spre mărci mult mai accesibile cum ar fi Suzuki, Mazda, Opel, acoperind astfel un segment destul de vast al domeniului auto.



XGEN  
R&D

- Grupul ATP, ca orice astfel de companie, are la bază un lanț de aprovizionare și desfacere, drept urmare conceptul de SCM este foarte bine definit și conturat în companie, despre acesta amintindu-se în cele ce urmează.



Conducerea ATP are un management foarte bine pus la punct. Lucrează după niște principii foarte bine definite, toate sectoarele fiind împărțite pe departamente. Fiecare departament acoperă un sector al SCM-ului în cadrul companiei. De exemplu aprovizionarea depozitului de piese auto se face constant din 14 în 14 zile, după niște previziuni realiste, în funcție de numărul de intrări în service al clienților ATP. Țările de unde provin piesele de schimb sunt Turcia, China, Germania și USA



Rolul managementului lanțului de aprovizionare în cadrul companiei ATP Exodus este acela de a echilibra deficiențele organizaționale și de a se concentra asupra proceselor care oferă clienților companiei cel mai înalt de satisfacție. În acest scop, putem vedea managementul lanțului de aprovizionare/ distribuție al companiei ATP Exodus ca o serie de activități interconectate, care au ca scop planificarea, coordonarea și controlul materialelor și a produselor finite, de la furnizorii companiei și până la consumatorul final.

În acest sens, compania ATP Exodus privește lanțul de aprovizionare ca un întreg, nu ca mai multe părți fragmentate.

## 4.SEGMENTUL TRUSTON DIN CADRUL GUPULUI ATP:



Autocamionul Truston a luat naștere în 2019 și a apărut ca o ofensivă pe piața autocamionelor pentru mărci consacrate cum ar fi Volvo, Scania, Mercedes, etc. Astfel, Truston a devenit primul camion 8x4 care se fabrică în România. Pe lângă gama de autocamioane, în cadrul companiei ATP Exodus se mai produc și capuri de tractor, autobetoniere, autopompe de beton.



Compania ATP exodus și-a dezvoltat propriul brand de benă, cât și mixer pentru beton, anume STAMER. Bena are inscripționat un logo semnificativ, plus sistemul de pompare STAMER de pe autopompa de beton. Firma ATP Exodus are o capacitate de producție propriu-zisă de un camion pe zi. Anul 2019, a fost primul an în care forma ATP a început producția camionului Truston și datorită efectelor negative ale pandemiei de Coronavirus, care au afectat întreaga economie mondială, compania ATP a reușit să vândă doar 30 de acamioane Truston în acel an.





Experții din domeniu susțin că, construcția camionului Truston este una simplă și se bazează pe o tehnologie clasică al motorului, cutia de viteze fiind completată de o robustețe dusă la extrem , pentru exploatarea camionului în condiții de muncă extrem de grele. Pentru un management al lanțului de aprovizionare cât mai eficient in ceea ce privește promovare - vânzarea camionului Truston, departamentul de marketing din cadrul companiei ATP își face foarte bine treaba, realizând o publicitate foarte bună a camionului Truston. În acest sens, compania ATP GRUP beneficiază anual de o promovare a brandului de camioane Truston în cadrul „ZILEI CONSTRUCTULUI”.

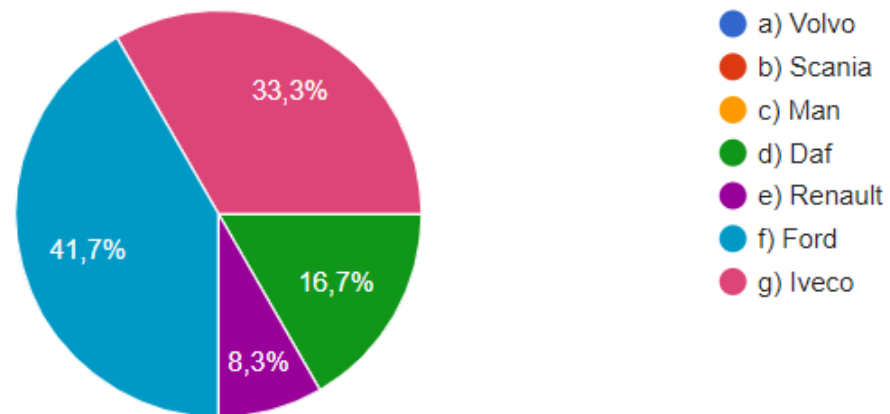
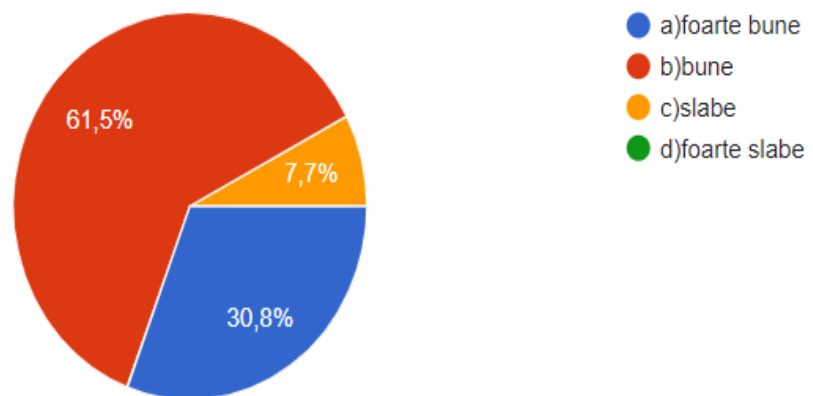
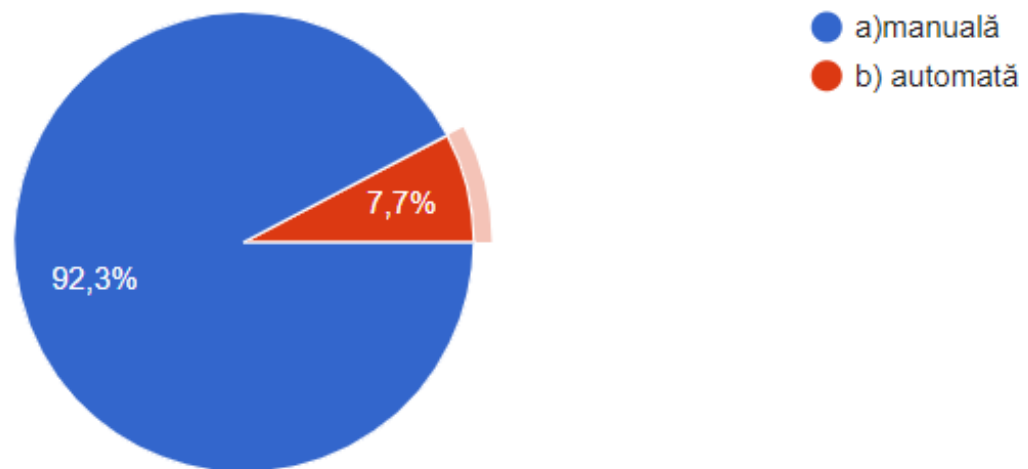


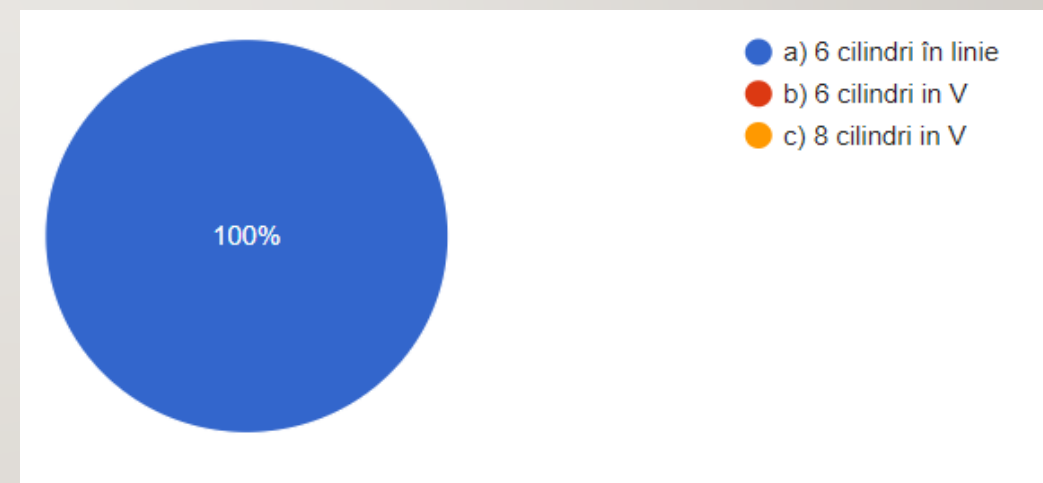
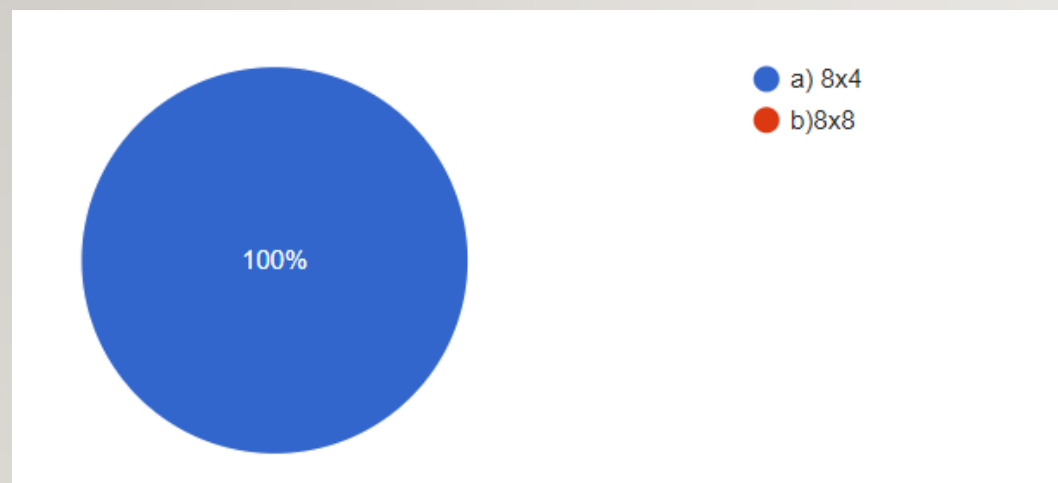
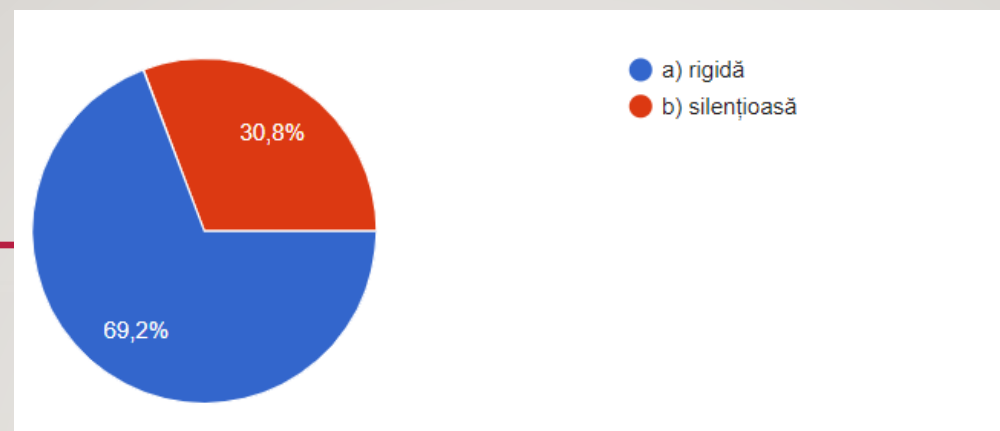
În fiecare an, compania ATP Exodus evaluează întregul concept de SCM al organizației, fiind într-o continuă aplicare de noi strategii organizaționale, pentru a-și îndeplini un scop comun oricărei afaceri, acesta fiind creșterea continuă a vânzărilor și obținerea unui indice de profitabilitate mare al afacerii, lucruri care ar determina implicit un profit mai mare al companiei ATP Exodus.

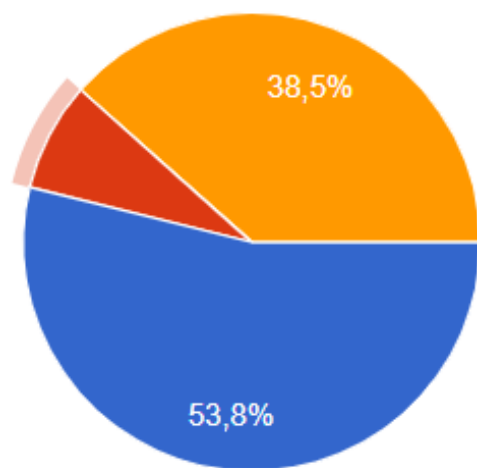
## 4.STUDIU DE CAZ

- Pentru o mai bună înțelegere al conceptului TRUSTON, am pregătit un chestionar ce cuprinde 15 întrebări care permit identificare gradul de cunoaștere al camionului Truston, a datelor tehnice, a părerilor personale despre: motor, cutie de viteze, capacitatea de încărcare, modurile de condus, exploatare .Am aplicat acest chestionar pe un un eșantion de 75 de persoane,care sunt operatori și cunoscători de autobasculante 8x4 și am primit 50 de chestionare completate. În continuare, vă vom prezenta rezultatele obținute.









- a) este un camion relativ simplu, cu foarte puțină parte electrică care să conducă la probleme în folosirea acestuia
- b) este un camion complicat, cu multă parte electrică și cu costuri mari de întreținere
- c) este un camion obișnuit ca toți concurenții săi

## 5.CONCLUZII ȘI PROPUNERI

---



Putem concluziona faptul că compania ATP GRUP are un SCM simplu, dar cu o politică de marketing riguroasă și o gamă de produse și servicii vastă. Această ofertă foarte variată acoperă nevoile oricărui tip de client care îi trece pragul, asigurându-le mereu o mentenanță optimă și avantajoasă. Cât despre camionul TRUSTON, părerile au fost fragmentate în rândul celor chestionați dar putem concluziona că decizia îi aparține mereu posibilului cumpărător dar firma ATP Exodus vine cu un produs nou, românesc, atrăgător din multe puncte de vedere pentru potențialii clienți.s