

S ředitelem TH'systemu ing. Radimem Galvánkem především o firmě TH'system

Společnost TH'system byla na našem trhu vždy nepřehlédnutelná. O tom, jak se firmě vede, a hlavně o připravovaných novinkách jsme si povídali s ing. Radimem Galvánkem, ředitelem společnosti.

Od krabic k integraci

Chip: Současnost je často charakterizována jako období největšího ekonomického propadu v posledních letech. Jak se vám, jednomu z největších evropských distributorů, daří v této době prodávat produkty IT?

Radim Galvánek (R. G.): Máte pravdu, že při mnoha jednáních s našimi obchodními partnery a zvláště některými dodavateli je slyšet z jejich strany hodnocení prodeje ve smyslu velké recese, nebo v lepším případě alespoň stagnace. Trh v IT podle mne na tom není zas tak špatně, jak se povídá. Domnívám se, že některá jiná odvětví mají mnohem větší propady. Pesimismus je do určité míry způsoben dřívějšími velmi dobrými výsledky a dynamickými růsty, na které si všichni po léta zvykli.

TH'system rostl obrátově z roku 1997 na rok 1998 o 30 %, přesněji ze tří na čtyři miliardy korun, a v letošním roce předpokládáme podobný růst. Je však pravda, že dynamika růstu je způsobena jednak pokračující integrací v rámci skupiny CHS, jednak rozšiřováním portfolia produktů, které nabízíme, a v neposlední řadě i nárůstem našeho podílu na trhu v některých významných produktových řadách. Rozhodně je však citelný pokles počtu velkých zakázek, ať už ze státní správy, nebo z průmyslu.

Chip: Můžete přiblížit našim čtenářům, jaký segment z nabídky vaší firmy jde nejvíce na odbyt?

R. G.: Historicky jsme vždy byli a jsme stále zaměřeni na prodej značkových produktů. Logicky pak platí, že nejúspěšnější značky na našem trhu jsou i největšími komoditami z hlediska prodeje u naší firmy. Nejvýznamnějšími pilíři naší nabídky jsou produkty firem Hewlett-Packard, Compaq, Microsoft, 3Com, IBM a hard disky výrobců Western Digital a Seagate. Zvláště u prvních dvou komodit se domnívám, že náš podíl na trhu v poslední době mírně vzrostl. V oblasti produktů Microsoftu se obrát přesunul výrazně z prodeje "krabic" do prodeje licencí a také OEM produktů pro lokální výrobce, což je určitě pozitivní trend – zákazník dostává k novému počítači i legální software. U výrobků firmy 3Com, kde jsme vždy velmi úspěšně prodávali základní produkty ve vysokých objemech, je pro mne velkým potěšením, že dnes je prodej již rovnoměrně rozložen i směrem k produktům sofistikovaným.

Chip: Velké distributorské objemy určitě chtějí i zázemí a logistiku, starající se o oběh zboží na úrovni. Jak máte vyřešen tenhle problém?

R. G.: V dnešní době je myslím jediná šance pro distributora být excelentní v logistice. To je základ úspěchu. Přestože naše pověst v tomto směru byla vždy poměrně dobrá, postupné začleňování firem CHS pod TH'system nás přinutilo provést v tomto roce skokovou kvalitativní změnu. Na přelomu září a října uvedeme postupně do provozu nově vybudovanou expediční linku v rekonstruovaném logistickém areálu o rozloze 6000 m². Technologie je dimenzována s výhledem na čtyři až pět let a má umožňovat rovněž distribuci zaměřenou na vysoký počet partnerů. Nedílnou součástí logistického řetězce je i vysoká úroveň spolupráce s dopravci. Koncepte našeho areálu zahrnuje i lokální umístění našich největších dopravních partnerů a jejich kvalitní elektronickou komunikaci s naším informačním systémem v oblasti přepravních dat. V neposlední řadě dopravním partnerům poskytujeme i možnost využívat moduly našeho informačního systému pro vlastní potřebu.

Chip: Asi je nošením dříví do lesa ptát se, jak využíváte internetu? Pokud vím, TH'system byl jednou z prvních firem, které jej začaly používat...

R. G.: Internet je skutečně nedílnou součástí logistiky distributora. Domnívám se, že pokud jde o distributory, jsme v tomto směru stále v čele. Pokud bych to mohl vyjádřit procentuálně, přes 40 % objemu objednávek přijímáme přes internet.

Chip: Předpokládám, že ale nechcete současný stav zakonzervovat a že půjdete ještě dál...

R.G.: Je to tak. V současné době se dokončují další projekty v oblasti e-commerce, které mají umožnit intenzivnější přenos hlavních dat mezi naším a dealerským informačním systémem. Pro rozsáhlost celé problematiky je řešení zpracováno partnerskou firmou; ta by měla být řešitelem i propagátorem nové úrovně našeho elektronického propojení s nejdůležitějšími obchodními partnery a také je pověřena vybudováním nového typu prodejního kanálu, říkáme mu e-partners, zaměřeného na prodej právě přes internet.

Chip: V naší zemi jsou viditelné dvě cesty prodeje. Za prvé klasický model prodeje typu výrobce – distributor – dealer – zákazník a pak výrobce – distributor – velký řetězec typu Makro, Tesco apod. – zákazník. Na které lodi se nachází vaše firma?

R. G.: Máte pravdu, takto to existuje již roky i v západní Evropě. U nás to bude mít možná ještě delší rozvoj a souvisí to s příchodem těchto velkých řetězců do České republiky, kde dnes zdaleka ještě nejsou zastoupeny všechny firmy. Ty stávající pak dnes nejsou ve všech regionech. Naše firma se staví do role logistického centra sloužícího především výrobcům a primárním dodavatelům produktů. Rádi obslužíme všechny kategorie svých možných obchodních partnerů, to znamená malé i velké firmy. Technologie naší expedice je na to připravena.

Chip: Nepředstavují řetězce reálnou hrozbu pro existenci třeba i vaší firmy tím, že se v cestě k zákazníkovi vynechá distributor a celý obchod s mnohem zajímavější cenou pro zákazníka pojede po trase výrobce – velký řetězec – zákazník? Nebojíte se eliminace postavení a pozice distributora v tomto řetězci?

R. G.: Jak jsem uvedl v minulé odpovědi, cílem je být logistickým centrem poskytujícím služby výrobcům informačních technologií. Domnívám se, že excelentní logistikou distribuce produktu a finančních služeb můžeme být pro výrobce stále zajímavým partnerem. I v případě modelu, který uvádíte, budou oni potřebovat kvalitní logistiku, kterou budeme mít již připravenou. Samotné řetězce podle mne v Evropě nebudou v dohledné době jedinou cestou ke koncovému zákazníkovi, i když budou hrát větší roli. Navíc pokud výrobce nemá perfektně rozjetý přímý prodej koncovému zákazníkovi se vším všudy – tedy včetně vlastní logistiky, lokálního invoicingu v lokální měně, servisu, cash collection apod. – není ani schopen přímo spolupracovat s takovými řetězci. To platí v Evropské unii, kde nejsou další administrativní překážky. Když se k tomu připočtou specifika východní Evropy, jsem přesvědčen, že jen výše uvedená fakta blokují vyřazení distributora z řetězce ještě na několik let. A to nemluvím o administrativně-logistických požadavcích takových velkých řetězců na formu spolupráce s dodavateli čehokoli.

Náš pohled do budoucnosti je: prodejce s těsnou vazbou na výrobce zajišťuje logistiku, finance atd. a uplatní se tři skupiny prodejců:

- ☛ integrátoři – pokud jde o zákazníky požadující řešení;
- ☛ řetězce – prodej menším zákazníkům;
- ☛ internetové obchody – ty obslouží celé spektrum zákazníků.

Chip: Pane řediteli, v nedávné době došlo ke spojení společností A&A a TH'system – tedy v abecedním pořadí. Co si osobně od této integrace slibujete?

R. G.: Plán integrace jednotlivých společností patřících korporaci CHS Electronics není asi žádnou novinkou a záměry byly v minulosti prezentovány našim hlavním dodavatelům. Integrace A&A je jedním z plánovaných kroků. Hlavním cílem by měla být centralizace některých činností jednotlivých firem, především tzv. back office ve smyslu ekonomického zefektivnění. Na druhé straně vybudováním centrálního skladu a dokonalého datového propojení je možné všem prodejním skupinám, tj. Praze, Brnu a Ostravě, zpřístupnit pro zákazníky mnohem větší sortiment produktů z jednoho zdroje. Z podstaty věci pak samozřejmě větší centrální sklad poskytuje obecně i lepší dostupnost produktů. Nezanedbatelný přínos vidím i v oblasti poskytování elektronických dat pro větší skupinu partnerů. Výhody by měly být vždy na obou stranách.

Chip: Můžete našim čtenářům přiblížit, co jim spojení přinese? Není integrace A&A prvním krůčkem ke globalizaci trhu – tedy ke zvýšení síly velkých distributorů?

R. G.: I když jsem už uvedl některé výhody, které vznikají na straně zákazníka, rád bych doplnil i výhody plynoucí ze silného postavení velkého distributora. Globalizace trhu probíhá viditelně v celé České republice a příkladů v letošním roce je mnoho; globalizace však probíhá i v celé západní Evropě. Mezi distributory evropské úrovně má pak TH'system jednoznačně lepší šanci být rozlišitelný i u velkých producentů a mít tak možnost zajistit svým zákazníkům dobré produkty ve správný čas a za dobré ceny, a o to myslím v obchodě běží...

Chip: Můžeme se vrátit ještě kousek zpět – jak je to vlastně s pozicí TH'systemu ve skupině CHS?

R.G.: Firma TH'system je vlastněna nadnárodní korporací CHS Electronics. V regionu východní Evropy patří obecně ke třem největším CHS firmám spolu s firmami ABC data v Polsku a Arena v Turecku. Všechny jsou vlastněny korporací CHS Electronics. Ve skupině CHS Electronics je významný faktor velké obchodní a finanční samostatnosti jednotlivých firem.

Chip: Jak se vypořádáváte s problémem tzv. šedých dovozců? Pálí vás vůbec takový problém?

R. G.: Podle mého názoru šedé dovozy byly významné v letech 1990 – 96, tj. v letech, kdy se ještě utvářela distribuční scéna u nás. Poslední dva roky se nesetkáváme s problémem šedého dovozu nějak významně, i když připouštím, že asi existuje. Domnívám se však, že spíše příležitostně a že to mnohdy souvisí s nekoordinovanými promoakcemi některých výrobců v sousedních zemích.

Chip: Elektronický obchod – je to pouze současný módní trend, nebo jde o vážnou hrozbu pro distribuční model prodeje?

R. G.: Elektronický obchod není hrozbou, ale naopak budoucností distribučního modelu prodeje.

Chip: Jak TH'system využívá elektronického platebního styku?

R. G.: Elektronický platební styk se myslím zdaleka nerozvíjí kvalitativně tak, jak se vyvíjí kvalita některých obchodně-distribučních kanálů v České republice. Příčinou je relativní konzervativnost a opožděnost našeho bankovního sektoru. Podmínky, ať už technické, nebo obchodní, které jsou na našem trhu, jsou pro distribuční kanál IT ve většině případů nevhodné. Dnes v této oblasti spolupracujeme se třemi bankami, a to s bankami Citibank, IPB a Expandia, které se nabízenými produkty částečně liší. Osobně však cítím, že to jsou spíše počátky opravdového elektronického obchodu.

Chip: Díky za rozhovor.

Za Chip rozmlouvali Milan Loucký a Jiří Palyza.