

구매SCM 솔루션 해외진출 전략

2020. 0. 0

목 차

- I. 구매SCM 솔루션 개요
- II. 시장 현황 및 최신 트렌드 분석
- III. 해외진출 전략과 시사점

I . 구매SCM 솔루션 개요

- 구매SCM은 사업에 필요한 상품 및 서비스를 확보하는 활동으로, 안정적인 사업 수행을 위한 가격, 수량, 품질, 납기를 제어하는 중요한 영역임

<구매SCM 업무 프로세스>



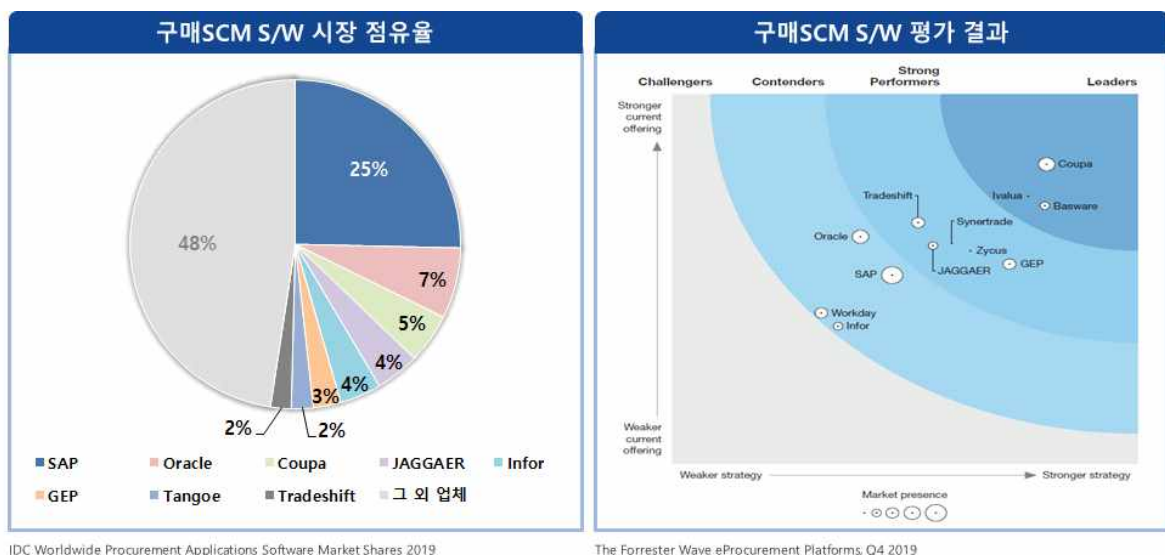
- 단순한 구매(Buying)를 넘어 구매 요청, 업체 소싱 및 선정, 가격 협상, 계약, 발주, 검수, 협력사 관리를 포함하는 전략적이고 분석적인 활동임
- 타 부서, 외부 협력사 등 다양한 이해관계자와 함께 협상을 통한 계약서를 기반으로 업무가 수행되어 시간이 오래 걸리고 절차가 까다로움
- 빠르고 정확한 업무 처리와 규정에 따른 공정성 확보가 필요함
- 구매SCM 솔루션은 표준화된 업무 프로세스와 자동화된 기능을 제공하여 빠르고 정확하게 업무를 처리하고, 모든 활동과 정보를 저장하여 가시성과 투명성을 확보하며, 비용 절감을 통한 재무적인 효과를 실현함
 - 투명성 확보: 업무 프로세스 표준화, 규정 반영, 실시간 모니터링, 이력 관리
 - 업무 효율화: Paperless 전자입찰/계약 처리, 협력사 소통 채널 단일화
 - 구매비용 절감: 통합 구매를 통한 구매/협상력 증가, 공정 경쟁 유도
 - 정보의 자산화: 거래/협상 정보 축적, 단가 비교, 관련 문서 제공

II. 시장 현황 및 최신 트렌드 분석

1 시장 현황

- 글로벌 구매SCM S/W 시장은 '27년까지 연평균 9.6% 성장하고, 구축형(8.2%) 보다 클라우드(10.2%) 시장이 빠르게 성장할 것으로 예상
 - 지역별로는 아시아/태평양(10.8%), 유럽(10.2%), 북미(9.2%), 중동/아프리카(8.4%), 남미(7.9%) 순서로 성장률 예상
 - 아시아/태평양 시장 내 국가별로는 중국(12.3%), 일본(11.9%), 인도(11.6%), 한국(9.9%), 호주(7.6%), 기타(9.1%) 순서로 성장률 예상
- *출처: Reports and data_Global Procure-to-Pay Software market Estimates and Segment Forecasts to 2027 (2019.09)
- 글로벌 구매SCM S/W 시장에는 다양한 플레이어들이 존재하고, 독점적으로 시장을 점유한 기업이 없음
 - 업체별 시장 점유율은 SAP(25%), Oracle(7%), Coupa(5%), 이후 다섯 업체가 4~2% 수준이며, 상위 8개 업체를 제외한 기타 업체가 48%를 차지함
 - S/W 평가에서는 구매SCM S/W 전문 업체가 상위에 위치함

<글로벌 구매SCM S/W 경쟁 현황>



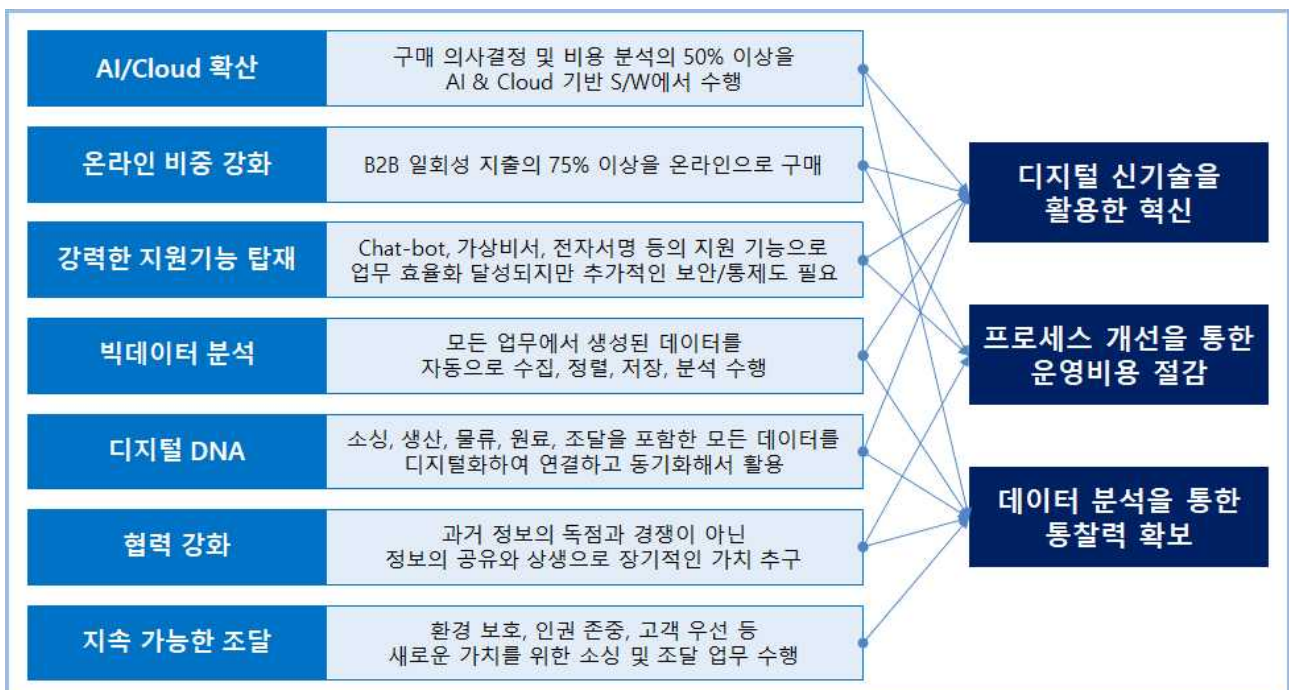
2

최신 트렌드 및 시사점

- 최근 경제침체 상황이 심각해짐에 따라 비용 절감의 중요성이 더욱 강조되어 ‘디지털 신기술을 활용한 혁신’, ‘프로세스 개선을 통한 운영비용 절감’, ‘데이터 분석을 통한 통찰력 확보’의 세 측면에서 구매SCM 영역의 혁신이 추진되고 있음
- 기존 구매SCM S/W의 50%가 AI 분석 기능이 탑재되고 Cloud 환경 기반의 S/W로 교체될 것으로 예상됨
- 구매SCM 업무 프로세스 개선을 위해 다양한 디지털 신기술(Chat-bot, RPA, 전자서명 등)을 도입하여 업무 소요 시간과 오류를 줄이고, 업무 담당자는 우수 협력사 발굴, 가격 비교, 리스크 관리와 같은 高부가가치 업무에 집중
- 시스템化를 통해 생성된 데이터를 축적하고 분석하여 확보된 통찰력으로 구매 경쟁력을 강화하고, 환경 규제, 협력사 동반 성장과 같은 외부요인을 감안한 지속 가능한 구매SCM 업무 선진화 추구가 필요함

*출처: Procurement Trends in 2020 and Beyond (Purchase and Control, 2019), 필자 재구성

<최신 글로벌 구매SCM 트렌드>



Ⅲ. 해외진출 전략과 시사점

- 글로벌 구매SCM S/W 시장의 성장성과 경쟁 구도를 고려할 때 해외 진출의 충분한 기회가 있다고 판단되지만, 디지털 신기술을 활용한 업무지원 기능과 보유 데이터 분석을 통한 전문적인 콘텐츠 확보가 필요함
 - 해외 선도 S/W는 Cloud 환경을 기반으로 유연성, 확장성, 비용절감 효과를 강조하고 있고, AI를 활용한 비용 분석, 협력사 추천, 적정 가격 제시 등의 강력한 기능을 제공하고 있어, 디지털 신기술 기반 경쟁력 확보가 필요함
 - 구매SCM S/W 평가 시, 시장 점유율 상위 업체보다 구매SCM 전문 업체의 평가 점수가 훨씬 높아 전문성 있는 기능과 경쟁력 있는 콘텐츠 제공 시 인지도 확보와 해외시장 진입 가능
- 글로벌 구매SCM S/W 시장의 규모와 성장성 모두 북미와 유럽의 비중이 가장 큰 특징을 갖고 있어, 시장이 성숙된 국가/산업/회사를 대상으로 정확한 목표 시장 선별과 현지 요건과 업무 특성에 맞는 현지화가 필수적임
- 해외시장 진출 시 필요한 대규모 투자, 오랜 기간, 성공의 불확실성에 따른 기회비용 등 여러 가지 이슈 해결을 위하여 정부기관, 국내 대기업, 다양한 글로벌 플레이어들과의 전략적인 제휴를 적극 활용해야 함
 - 정부기관과의 협업을 통한 시장 조사, 고객 확보, 현지 업체 소개와 다양한 지원 프로그램을 통한 정량적/정성적 지원으로 해외 진출 리스크 최소화
 - 국내 대기업의 해외 진출 시, 현지 법인과 협력사들의 구매SCM 경쟁력 강화를 위한 수단으로 S/W 도입을 함께 추진
 - 글로벌 컨설팅 회사와 협업하여 구매SCM 혁신을 통한 업무 효율화 및 비용 절감이 가능한 디지털 혁신 추진
 - 글로벌 Cloud 서비스 회사의 App. Market Place에 SaaS(Software as a Service) S/W를 등록하여 필요한 기능을 선택하여 사용할 수 있도록 제공

<참고 문헌>

- 1) Reports and data_Global Procure-to-Pay Software market Estimates and Segment Forecasts to 2027 (2019.09)
- 2) Procurement Trends in 2020 and Beyond (Purchase and Control, 2019)
- 2) IDC Worldwide Procurement Applications Software Market Shares 2019
- 3) The Forrester Wave eProcurement Platforms, Q4 2019

※ 본 이슈리포트의 내용은 무단 전재할 수 없으며, 인용할 경우, 반드시 원문출처를 명시하여야 합니다.