



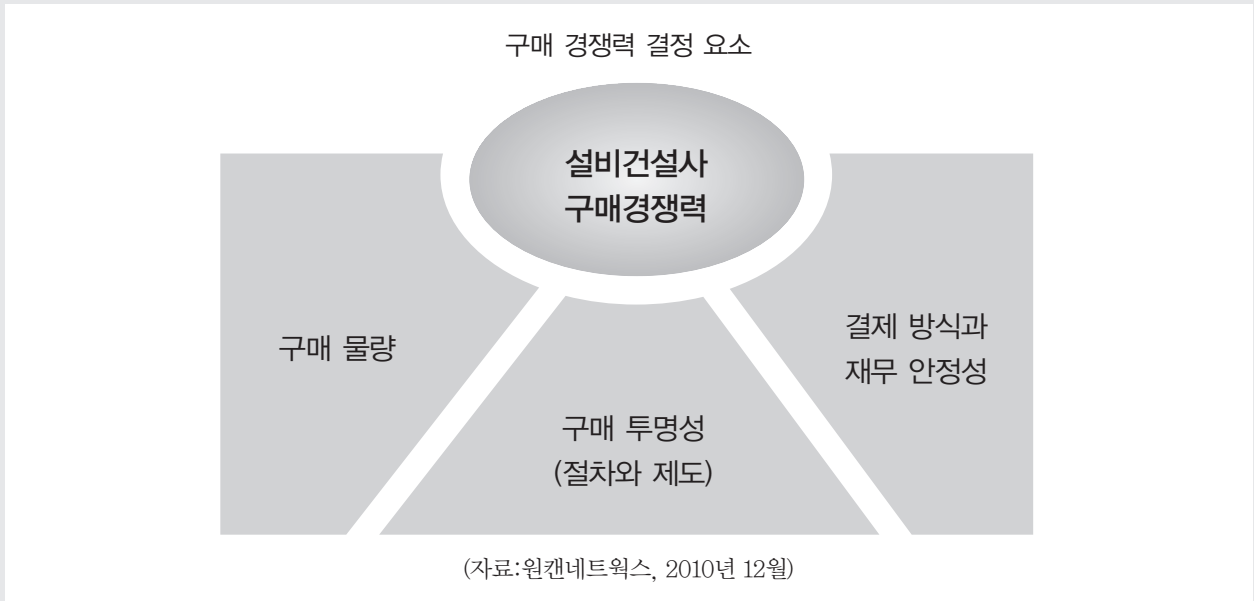
# 자재 구매 경쟁력 점검

김현회 / 원켄네트웍스 사업총괄본부장

올 초만 해도 자재 시장에 큰 소용돌이가 있을 것이라는 견해가 지배적이었다. 결과는 찻잔 속의 태풍으로 그쳤다. 침체된 건설 경기에 돌파구가 생기지 않은 탓이다. 오히려 부도 여파와 줄어든 수요 때문에 자재 시장은 이전 투구의 양상까지 보이고 있다. 단기적으로 큰 변화가 없다고 전제할 때 당분간은 기업 경쟁력 강화 특히 구매력 강화에 더욱 힘써야 하겠다. 즉 회사의 구매 경쟁력 요소 중 강점은 더욱 부각시켜 단가 인하의 토대로 만들고 약점은 최소화하여 단가 인상을 막아야겠다. 연말 결산의 의미에서 회사의 구매 경쟁력 수준 파악에 필요한 요소들을 점검해 보고 그에 따른 경쟁력 강화 전략도 함께 살펴보겠다.

## 2010년 11월~12월 자재 동향

|              |   |
|--------------|---|
| 자재 전반        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 달러화 약세에 따른 투기 자금 유입 영향으로 국제 비철금속 가격의 강세 지속 → 국내 주요 비철금속 또한 상승세임</li> <li>- 분위기에 편승하여 동관, STS관도 인상됨</li> <li>- 강관은 2010년 7월 협가 기준으로 많이 인하되어 거래됨. 시장에 수요가 없어 물량이 많다면 충분히 가격 인하 협상 가능</li> </ul> |
| 강관 및 관련 제품   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수요 부족으로 대리점과 제강사들이 연말 가격 인하 러시 이룸</li> <li>- 내년 상반기까지 강관 및 관련 제품 인상 기대는 요원함</li> </ul>   |
| 동관 및 관련 제품   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 11월 LME 시세 10월 대비 320원 인상. 비중이 작은 가공비 인하만으로는 단가 인하에 한계 있음</li> <li>- 동관은 지속 상승 기류, 관련 제품들은 보합 상태 유지. 단, 동 용접봉은 생산량 감소로 인상폭이 커 움직임 예의 주시 필요함</li> </ul>   |
| STS관 및 관련 제품 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 11월 STS관 BASE는 전월 대비 100원 인상됨. 니켈 국제 원자재 시세는 11월 중반부터 주춤하고 있음</li> <li>- 관계자들은 내년 초까지는 소폭 상승될 가능성에 무게를 둠</li> <li>- STS 부속들은 10월 인상으로 당분간 보합 무드일 것임</li> </ul>                                   |
| 주철관류         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 줄어드는 수요에 PPF 등 대체재 확산으로 건설 시장 입지 축소</li> <li>- 일부를 제외한 대부분이 중국산으로 품질 비교가 무의미함</li> </ul>   |
| 구매 전략        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일부 회원사에 국한되지만 경기 예측 능력을 어느 정도 갖췄다면 연간 고정 단가 계약이 최선이고 그렇지 않다면 Escalation과 Disclation이 적용된 연간 단가 계약이 차선임. 또한 자금 사정이 허락하는 범위 내에서 결제 조건을 유리하게 가져간다면 협상력은 더욱 시너지를 발휘할 것임</li> </ul>                   |



설비건설사 자재 구매 경쟁력의 핵심은 크게 세가지로 나눌 수 있다. 첫째는 구매 물량이다. 연간 10억을 구매하는 곳과 500억을 구매하는 곳의 경쟁력은 확연히 차이가 날 수밖에 없다. 두번째로는 결제 방법 및 재무 안정성이다. 익월 현금 결제하는 회사와 6개월 어음 결제하는 회사, 그리고 재무구조가 튼실한 회사와 그렇지 않은 회사는 당연히 차별을 받게 된다. 셋째는 설비사의 구매 절차와 제도이다.

첫번째로 언급한 구매 물량은 중요한 요소임에도 불구하고 쉽게 바꾸기가 어렵다. 매출이 하루 아침에 늘어나지는 않기 때문이다. 두번째로 결제 방식의 변경도 그리 쉽지만은 않다. 하지만 조금씩이라도 변화를 주며 장기적으로 현금 결제의 비중을 높여 가면 충분히 가격 인하를 유도할 수 있다. 반면에 세번째 요소인 구매 절차와 제도는 경영진의 의지만 있으면 바로 바꿀 수 있고 그 효과 또한 탁월하다. 이를 위해 먼저 해야 할 일은 구매 단가 견적시 투명성과 공정성을 확보하는 것이다. 단순히 소문에만 의지하거나 어느 1인에 의하여 독단적으로 진행되는 단가 비교는 여러가지 리스크가 있다. 따라서 누가 봐도 의심의 여지가 없는 엑셀 패스워드 견적 등을 통하여 여러 사람이 투명하고 합리적으로 자기 회사의 단

가를 동시에 파악할 수 있어야 한다. 또 현장 밀착 관리를 통하여 주문 빈도를 최소화하고 현장 임의 지정 및 구두 발주 등을 지양해야 한다. 이것을 현장별 통계 분석 자료로 만들면 자재공급사에 자재 가격 인하를 유도할 수 있는 좋은 도구가 된다. 이에 대한 효과는 이미 검증이 되었다. 이외에도 많은 변수들이 있지만 상기의 요소만 제대로 파악하여 강점을 부각하고 단점을 보완해도 구매 경쟁력의 90%는 통제할 수 있을 것이다. ●

**김현회(金炫會) 총괄본부장 프로필**



- 現 원컨네트웍스(구 설비넷) 사업총괄 본부장
- 서울대 언론정보학과 졸(91년)
- 삼성그룹 공채 입사(91년, 삼성화재 발령)
- 홍보실 근무(사보, 사장단 연설문 작성, 사내방송PD, 언론·인터넷 담당 등)
- 삼성그룹디자인연구원 멀티미디어학과 및 UCLA Extension(뉴미디어, 스토리텔링 등) 과정 수료
- 시장개발 및 영업기획 업무 담당(PDA영업, 리플렛 기획 등)
- 인터넷사업팀 근무(삼성화재 전국에니카서비스망 구축, 전자 인터넷사업 기획 운영 등)