

Einkaufskompass Procurement compass

sourcing asia und ARAIA analysieren asiatische Beschaffungsmärkte sourcing asia and ARAIA analyse Asian procurement markets

Ferdinand Magellan war der erste Seefahrer, der die Welt umsegelte. Sein Ziel war dabei allerdings nicht, wie allgemein angenommen, die Weltumrundung an sich. Er wollte vielmehr einen Weg über die westliche Halbkugel zu den Molukken und nach Indien finden und damit einen Zugang zu den Schlüsselgebieten des strategisch wichtigen und lukrativen Gewürzhandels. Wirtschaftliche Beweggründe standen also wie so oft an erster Stelle unter den Motiven, eine bis dahin unbekannte Welt zu erforschen.

Auch heute stellen sich weltweit zahlreiche wirtschaftliche Herausforderungen. Um den unternehmerischen Erfolg langfristig zu sichern, müssen globale Chancen genutzt werden.

Global Sourcing wirft viele Fragen auf

„Wer heutzutage nachhaltig Erfolg haben will, muss kosteneffizient einkaufen und die Beschaffungsfunktion strukturell neu ausrichten“, unterstreicht Marc Staudenmayer, Geschäftsführer der Supply-Management-Beratung ARAIA. Wie aber sollen sich Unternehmen auf dem globalen Beschaffungsmarkt zu recht finden? Wo sind beispielsweise in Asien die interessantesten Partner für die verschiedenen Branchen und Warengruppen? Für wen ist Korea, China, Malaysia oder Thailand wichtig? Wie findet man den besten Zulieferer und wo liegen die Risiken? Dies sind schwierige Aufgaben, vor denen die Unternehmen stehen. Anders aber als bei dem portugiesischen Pionier Magellan gibt es heute verlässliche Mittel und Wege zur Erschließung neuer Regionen.

„sourcing asia“ wird aus diesem Grund zusammen mit der Unternehmensbe-

ratung ARAIA in diesem Jahr insgesamt zwölf Länderprofile veröffentlicht. Vorgestellt werden dabei im sogenannten ARAIA-Kompass die interessantesten ostasiatischen Märkte. Neben den wichtigsten allgemeinen Faktoren beinhaltet der ARAIA-Kompass vor allem Daten zu Infrastruktur, Schlüsselindustrien und Lohnkosten. Zusätzlich werden die länderspezifischen Warengruppen unter den Gesichtspunkten Technologie, EPM (Emerging Procurement Markets)-Wettbewerbsvorteile und -nachteile sowie EPM-Einsparungspotenzial analysiert. Eine SWOT-Analyse fasst dann die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Landes zusammen, bevor abschließend Informationen zum Beschaffungsprozess, zu Ausschreibungen und Audits sowie kulturelle Einblicke gegeben werden.

ARAIA fokussiert die Optimierung des Beschaffungsmanagements. Neben dem Hauptsitz in München unterhält ARAIA Niederlassungen in Hamburg, Köln und Warschau. Darüber hinaus verfügt ARAIA mit Vertretungen in China, Südkorea, Indien, der Türkei und Tunesien über Büros in den wichtigsten EPM-Regionen der Welt.

Namhafte europäische Unternehmen profitieren von der breit gefächerten Erfahrung auf den globalen Märkten und der detaillierten Methodik zur Optimierung der Einkaufskosten. Diese Methodik bedient sich kaufmännischer, technischer und operativer Hebel. Sie reichen von einfachen Bündelungsmaßnahmen bis hin zu komplexen Optimierungen wie ein vom Einkauf getriebenes Redesign-to-Cost, Lean Manufacturing und Be-

schaffung in EPMs. Die Nachhaltigkeit wird durch ein professionelles Change Management sichergestellt. Mit ARAIA können Unternehmen dadurch nicht nur die Kosten für den Einkauf optimieren, vielmehr werden gemeinsam mit dem Kunden die Beschaffungsprozesse nachhaltig verbessert. ☺

Ferdinand Magellan was the first sailor, who sailed around the world. However, as generally accepted, his goal was not to circumnavigate the world. Rather he wanted to find a way over the western hemisphere to the Moluccas and to India in order to find an entrance to the strategically important and lucrative spice trade. Hence, economic motives stood in the first place with the intention to discover a distant new world. Numerous economic challenges still exist nowadays. Global opportunities should be exploited in order to secure a long-term economic success.

Global Sourcing poses many questions

„In order to have a long-lasting business success, you must buy cost-efficiently and re-align your procurement function“ underlines Marc Staudenmayer, Managing Director of the Supply-Management consultancy ARAIA. How should companies cope with today's global procurement market? Where are for example interesting partners for the different industries and commodity groups? For whom are countries such as Korea, China, Malaysia or Thailand important? How to find the best suppliers and what are the risks? Companies stand in front of such tasks. However, there are today more reliable instruments and ways to suc-

ceed in new regions other than for the Portuguese pioneer Magellan.

For this reason, „sourcing asia“ and the consulting company ARAIA will publish together twelve country profiles this year. The most interesting East Asian markets will be presented in the ARAIA compass. In addition to key factors, the ARAIA compass will include primarily data regarding infrastructure, key industries and labour costs. Country-specific commodity groups will also be analysed under the criteria technology, EPM (Emerging Procurement Markets) advantages and disadvantages as well as EPM saving potentials. A SWOT-Analysis will summarise the strengths, weaknesses, chances and risks before information is finally given about the procurement process, tenders and audits as well as cultural point of view.

The optimisation of the procurement management is ARAIA main focus. With its Head-Office in Munich, ARAIA has subsidiaries in Hamburg, Cologne and Warsaw. ARAIA managed also to have access in the most important EPM regions with its representations in China, South Korea, India, Turkey and Tunisia. Well-known companies profit from its experience in global markets and detailed methodology to optimise purchasing costs. This methodology covers commercial, technical as well as operational levers ranging from simple bundling to complex optimisation measures such as Redesign-to-Cost, Lean Manufacturing and procurement in EPMs. The sustainability is guaranteed through a professional Change management. Companies will not only optimise their costs with ARAIA but also improve effectively their procurement process. ☺

ARAIA COMPASS

South Korea - Key Sourcing Facts

ARAIA GmbH

Theatinerstraße 14

80333 Munich

Germany

Phone: +49 (0)89 5230 4130

Fax: +49 (0) 89 5230 4139

Amsterdam · Ankara · Barcelona · Chicago · Cologne · Hamburg · London · Los Angeles · Madrid · Milan · Mumbai · Munich · Paris · Seoul · Shanghai · Tokyo · Tunis · Vienna · Warsaw · Zurich

Südkorea South Korea

Key Facts

Capital: Seoul

Population: 48,42 Mio.

Area: 98.480 km² (~ 1/4 of Germany)

GDP share of export: 30%

Main industrial areas: Seoul, Pusan, Ulsan, Pohang, Daejeon (R&D)



Politics & Industry

Political background: After the end of the Korean war in 1953 Korea was split along a demilitarized zone at about the 38th parallel. In the nineteen sixties and seventies South Korea achieved rapid economic growth mainly caused by the manufacturing industry. Later the government focused more on information and communication industry. In 1993, KIM Young Sam became South Korea's first civilian president following 32 years of military rule. South Korea today is a fully functioning modern democracy. Korean companies are still dominated by chaebols, which are large business conglomerates. Latest, the government strongly focuses on science as well as research and development centers.

Natural resources

Coal, tungsten, graphite, molybdenum, lead, hydropower potential.

Core competences

Semiconductors, wireless telecommunications equipment, motor vehicles, computers, steel, ships, petrochemicals.

Main Export partners

China 19.7%
US 17%
Japan 8.6%
Hong Kong 7.2% (2004)

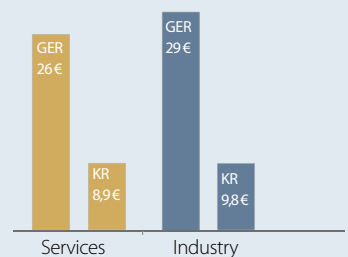
Infrastructure

- General good street infrastructure
- International Airports: Gimhae, Incheon, Seoul, Pusan
- Main harbors: Inch'on, Mokpo, P'ohang, Pusan, Ulsan
- Entry with valid passport

Main industries

- Electronics
- Telecommunications
- Automobile production
- Chemicals
- Shipbuilding

Salary per hour



▼
Wages/Month 1900 €
Unemployment rate 3,7%

Commodity	Technology	Competitive advantage/ disadvantage in EPM*	Relative EPM Savings potential (in %)
Memory	Line width of transistors	<ul style="list-style-type: none"> + Large production capabilities Experience High quality level 	
TFT/PDP Displays	Liquid crystal displays/ Plasma displays	<ul style="list-style-type: none"> + High volume production facilities Strong experience - Vs. Taiwan higher labour cost 	
High precision automation modules	Laser cutting Bending Milling Surface treatment	<ul style="list-style-type: none"> + Good conditions and access to raw materials, technical level - Prices for world market purchasing parts 	
Automotive parts	Aluminum die casting Stamping Turning Plastic parts	<ul style="list-style-type: none"> + Good conditions and access to raw materials, modern machinery park - Savings potential decreases with need of high tolerances t 	

* EPM: Emerging Procurement Markets, TPM: Traditional Procurement Markets

SWOT* Analysis South Korea

Strengths

- Korean economy is successfully internationalized
- Mostly excellent English language skills
- Qualified staff
- Good infrastructure

Weakness

- Labour cost is high compared to other Asian LCC high
- Mainly large, export oriented companies are competitive. Small and domestic focused ones often have poor conditions

Opportunities

- High investments in R&D infrastructure
- Good contacts to other

Threats

- Overall economy comes down in the last years, poor domestic demand
- Strong hierarchy within companies
- Strong country development implements that South Korea will not stay a classic EPM in near future

ARAIA Compass South Korea

Sourcing Process

- Need to build up trustful relationship
- Strong supplier support & motivation needed

Tendering

- Strong communication needed
- Importance of respect to cultural behaviors is needed for negotiating success
- Negotiation requires time and needs more than one meeting

Audit

- Long time schedule needed before arriving in the country
- In first audit not all required information can be collected

Cultural Insight

- Extremely friendly and formal communication
- Avoid the word "win" which implies one site benefit
- Strong respect to hierarchy and traditions relating to business behavior is needed