

# ‘설비넷닷컴(www.sulbinet.com)’ ... 그 곳에 가고 싶다

사회가 복잡해지고, 개인의 삶의 질 향상에 대한 욕구가 높아지고 있는 현실에서 노력과 시간, 경비를 절감할 수 있는 인터넷 쇼핑은 가장 보편타당한 구매 수단이 되고 있다. 대상 품목도 생필품에서부터 기업에서 필요로 하는 원자재에 이르기까지 모든 분야로 확대되고 있다.

설비건설업계도 예외는 아니다. 이제 설비업체의 자재담당자들은 필요한 자재 구매를 위해 공급사를 찾아 이리저리 전화하고 판매자를 만나 금액을 협의하는 절차가 없어지게 됐다. 인터넷에 들어가면 대부분의 자재와 그 자재를 공급하는 양질의 공급사를 만날 수 있고, 여러 공급사의 단가와 서비스 등을 어렵지 않게 비교할 수 있기 때문이다.

[편집자 주]

www.sulbinet.com



신성섭 과장은 아침 일찍 출근해서 컴퓨터를 켜다. 인터넷을 통해 현장에서 올라온 청구서를 확인하고 설비넷에 들어가 자재를 구매한다. 전체 현장은 40여개, 혼자 자재구매를 담당하고 있지만 처리하는데 1시간이면 족하다. 그 이유는 인터넷 전자상거래를 이용하여 자재를 구매하고 있기 때문이다.

익수종합설비(주)(대표 임상진)의 자재구매를 담당하고 있는 신성섭 과장의 하루 일과는 이렇게 시작된다.

처음 인터넷 전자상거래를 시작했을 때만 해도 매 건마다 결제해야 하는 번거로움과 비대면(非對面) 거래에 대한 신뢰감 부족이라는 부담 때문에 경영진과 관리부서는 그다지 긍정적이지 않았으나 신성섭 과장의 끈질긴 설득 끝에 시작했던 것이다.

우선 건별 결제라는 과제는 은행 특별상품인 B2B 구매카드대출 한도를 받음으로써 해결하였다. 또한 전자상거래 업체 직원과의 지속적인 상담과 지원, 기존 경험이 있는 업체들로부터의 의견 등을 토대로 신뢰감도 채워나갈 수 있었다.

결국 신성섭 과장은 매일 인터넷을 통해 각 현장으로부터의 청구를 확인하고 필요에 따라 한데 묶어 발주를 함으로써, 일일이 전화나 팩스를 주고받아야 하는 번거로움에서 벗어날 수 있었다.

인터넷으로 구매를 하면서 신성섭 과장이 지키는 원칙은 물량이 많은 품목이나 제작품 등은 견적이나 입찰을 통해 구매하고, 물량도 적고 공급사도 마땅치 않으며 번거로운 자재는 전자상거래 업체인 설비넷에 일괄 의뢰 하여 구매하는 것이었다. 또한 설비넷에서 진행하는 기획 상품물이나 공동구매 행사를 빼놓지 않고 매일 꼼꼼하게 살핀다. 지난 번 백관 공동구매에서는 수십 개의 설비업체가 참여하여 기존 구매가보다 10%나 저렴하게 구입할 수 있어 회사로부터 인정도 받았다. 또 개인적으로는 전자상거래 업체가 주관하는 경품행사에 당첨이 되어 외식상품권을 받는데 팀원들과 푸짐한 회식도 할 수 있었던 것이다.

이러한 것이 가능하게 된 것은 설비자재 공동구매 업체인 (주)설비넷(대표 홍평우) 덕분이다.

## (주)설비넷 설비자재 전자상거래 장터

홍평우 대표는 지난 2001년 대한설비건설협회 회장을 역임하면서 설비건설업가 자재 구매시 불이익을 받고 있어 이에 대한 타개책으로 공동구매를 생각했다. 대부분의 설비건설업체가 자재대금을 어음으로 결제하는 관행이었고 IMF한파를 맞으며 연쇄부도의 위험에 휘말리자 자재업체에서는 설비건설업체에 공급을 꺼려했던 것. 또한 종합건설업체에 비해 많은 물량을 소화할 수 없고 자금도 불안정하기 때문에 거래단가가 높다는 것도 불만이었다.

따라서 이러한 불이익을 해결하기 위해 설비건설업체가 서로 단합할 필요성을 느끼게 되었다. 또한 변해가는 세상에서 앞선 기업이 되기 위해서는 모든 업무에서도 변화가 필요하다는 것을 절실히 실감하고 그 당시 기업간 전자상거래의 예가 거의 없던 시피 한 상태였기 때문에 외국의 사례들과 국내 실패한 사례들을 기초로 오랜 검토 과정을 거친 끝에 전자상거래 회사인 (주)설비넷이 설립되었다.

(주)설비넷은 지난 2001년 7월 (주)우진아이엔에스(대표 홍평우), (주)세일이엔에스(대표 정승일), (주)동산테크(대표 박종학), 우양기건(주)(대표 강석대), (주)세보엠이씨(대표 김종서) 등 다섯 개의 설비건설업체가 주축이 되어 '몽치면 산다' 는 모토 아래 설립되었다.

(주)설비넷의 초기 서비스는 몇 개 특정업체의 자재를 일괄 구매대행하는 형태로 시작되었다. 전체 설비건설업체를 상대로 아직 낯설고 시험되지 않은 거래 형태를 서비스하기에는 매우 큰 위험이 따랐고, 또 그동안 대부분의 기업간 전자상거래 서비스들이 먼저 고가의 비용을 들여 자유 중개 시장을 구축한 것을 실패의 주요 원인으로 분석된 결과를 토대로 한 결정이었다.

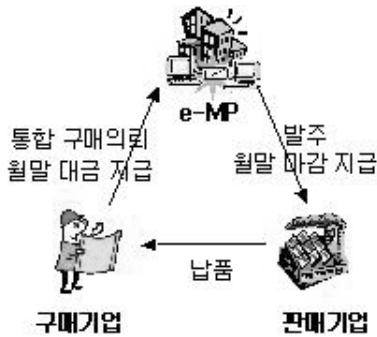
설비넷의 초기 업무는 각 설비업체의 구매팀에서 한 현장에 필요한 모든 자재를 일괄로 설비넷에 구매를 의뢰하면 설비넷은 최적의 공급사를 선정하고 업체와의 가격 협상을 거쳐 단가를 결정한 후 공급하는 형태였다. 이러한 형태의 기업간 전자상거래는 초기 모델로는 적합하지만, 주관사가 결제와 서비스, A/S까지도 책임져야 하는 부담을

안고 있었다. 따라서 설비넷은 실패를 최소화시키기 위하여 각 설비회사의 경험 있는 자재구매 전문가를 영입하여 거래에서 발생할 수 있는 문제를 충분히 대비토록 하였다. 설비넷은 우선 각 업체들이 거래하고 있던 모든 협력사

를 대상으로 각 품목 별로 입찰을 실시하여 가장 저렴하면서도 품질이 보장된 업체를 찾았다. 자재업체들과의 끊임 없는 가격 협상을 통하여 그간 난립되어있던 단가를 상당 부분 안정화 시켰다.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2년에 걸친 사전 준비</li> <li>• 2001. 7. 1 설립</li> <li>• 대한설비건설협회 회장단 주주사 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인과 오프라인의 이상적인 조화</li> <li>• 설비자재 B2B e-MP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설비자재 전자구매 시스템 자체 개발</li> <li>• 2003. 7 기술벤처 지정</li> <li>• BM 모델특허출원 2건</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대한민국 설비인 네트워크</li> <li>www.sulbi.net</li> </ul>	<p><b>주식회사 설비넷</b> 대표이사 홍 평 우</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자본금 10억원</li> <li>• 2002년 매출 246억</li> <li>• 2003년 매출 320억</li> <li>• 2004년 매출 410억</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설비넷 가족 13명</li> <li>• 지원 인력 4명</li> <li>• 약 1,300개 회원사 (2006. 2 현재)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매출액 월 40억원</li> <li>• 100% 온라인 통한 매출</li> <li>• 1년 만에 BEP 돌파</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정직 · 투명 · 열린 경영</li> <li>• 소수정예 네트워크형 조직</li> <li>• 산자부 B2B 시범산업 주관기관</li> </ul>

### 구매대행 서비스 - 설비넷



구매대행 서비스인 설비넷의 업무 흐름이다.

1. 설비건설업체가 필요한 자재를 통합구매 의뢰하면
  2. 설비넷이 공급사를 선정하고 단가를 협의해 발주한다.
  3. 판매업체는 설비업체에 납품한다.
  4. 설비업체는 시스템으로 인수를 확인한다.
  5. 결제는 마감하여 익월 말 현금으로 설비넷 계좌로 입금을 한다.
  6. 설비넷은 받은 자재 대금을 판매기업에게 지급한다.
- 여기서 중요한 것은 자재의 구매에 있어 주요 결정사항인 공급선 선정과 가격 협상 모두 설비넷의 전문 구매팀장이 담당한다는 것이다.

이 서비스의 장점은

- 첫째, 몇 개의 업체가 모여 공동 구매함으로써 구매력

을 향상시킨다.

- 둘째, 설비건설업체 자재 담당자의 역할을 설비넷이 분담함으로써 인력절감 효과를 가져온다.
- 셋째, 자재관리를 현장별, 자재별로 원활하게 할 수 있다.

설비넷은 구매대행 서비스를 오픈하면서 마케팅에 크게 주력하지 않았고 회원사 확대에도 적극적이지 않았다. 설비넷이 깊어지고 가야하는 책임이 너무 무거운 것도 있지만 아직까지 설비건설업계가 받아들이기에는 시간이 필요했고 많은 어려움이 있기 때문이다.

이 서비스가 해결해야 할 문제점은

- 첫째, 대부분의 설비건설업체의 경우 익월 말 어음 결제라는 결제의 관행을 현금결제로 바뀌어야 한다.
- 둘째, 자재 구매의 주도권을 다른 사람(설비넷 담당자)에게 넘겨야 한다는 점에서 참여를 주저한다.
- 셋째, 단가의 평준화이다. 구매량이 많은 업체들은 구매량이 적은 업체들에 비해 상대적으로 단가 절감의 혜택이 적다는 점이다.

한편 국가에서도 거래의 투명성과 경제성이 보장되는 기업간 전자상거래에 대한 필요성을 느껴 각 업종을 상대로 업종 B2B를 만들도록 장려했고 소요되는 비용을 지원해주는 사업을 진행하고 있었다. 설비넷은 2002년 3차 지원 사업을 신청했다. 설비건설업종의 영세성과 B2B 시장확대의 필요성을 공감한 산업자원부는 설비넷이 중개형 B2B 사업을 성공적으로 할 수 있도록 2002년부터 2005년까지 28억원을 지원해 주었다. 총 3년에 걸친 1차 사업기간 동안 설비넷은 줄곧 부동의 1위의 자리를 지키며 설비건설업계의 전자상거래의 모범으로 이끌어갔다.

산업자원부는 이러한 결과를 토대로 업종 전자상거래의 활성화를 위한 2차 지원 결정에서도 설비넷을 가장 우수한 업체로 인정하여 2006년부터 1년간 2억6천만원을 지원해 주기로 했다.

설비넷은 그간 정부의 지원금 30여억원으로 설비건설업계의 통일되지 않은 자재분류체계를 국제 분류인 UNSPSC 기반으로 표준화 하였고, 자재의 속성과 다양한 업무흐름과 문서들을 표준화 하였다. 그동안의 구매대행 서비스를 통해 전자상거래에서 파생 가능한 문제에 대해 충분히 파악하는 한편, 모든 설비회사와 공급자들이 자유롭게 시장을 형성하고 거래를 할 수 있는 공개된 장터에 대한 필요성을 절실히 느껴 설비자재 중개형 전자상거래 장터인 설비넷닷컴을 구축하였다.

설비넷닷컴은 오는 3월 1일 오픈할 예정으로 막바지 작업에 총력을 기울이고 있다.

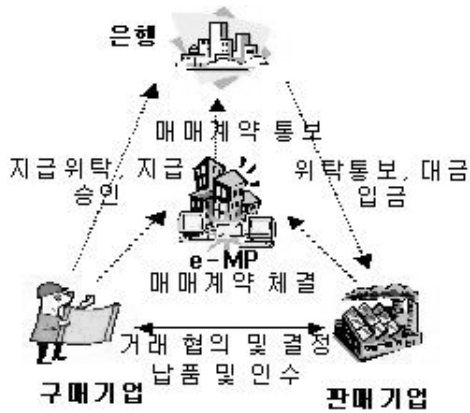
설비넷이 주장하는 설비넷닷컴의 가장 큰 장점은 흩어져 있는 업체를 한곳에 모아 구매력과 판매력 향상과 함께 다양한 결제 수단을 통해 확실한 채권확보를 보장한다는 것이다. 그 외 업무의 편리성과 관리비용의 절감, 행정비용의 절감 등을 장점으로 꼽을 수 있는 반면 마감 방식의 탈피, 어음의 불통 등 설비업체들의 현실과 부딪치는 문제들이 먼저 해결되어야 하는 단점도 있다.

## 중개형 서비스 - 설비넷닷컴

설비넷닷컴은 한마디로 최근에 유행하고 있는 인터넷 쇼핑몰의 한 형태이다. 과거 방문이나, 전화, 팩스 등을 통해

### 바람직한 전자상거래 모델

- ① 판매자와 구매자의 이익추구 욕구를 동시에 만족할 수 있어야 함
- ② 모든 거래 가격을 판매자와 구매자가 스스로 결정할 수 있어야 함
- ③ 이익달성 기능으로 잠재적 거래자를 유인할 수 있어야 함
- ④ 모든 거래 희망자들의 참여를 제약이 없어야 함
- ⑤ 편리하고 신뢰할 수 있으며, 거래비용을 최소화할 수 있어야 함



자재를 거래했던 형태에서 벗어나 구매기업과 판매기업이 인터넷을 통해서 만나 협상과 매매계약 체결, 납품과 인수, 결제 등의 업무를 진행 함으로써 자재의 구매와 관리에서 원가 절감과 편리함을 보장하는 전자 상거래 서비스인 것이다.

설비넷닷컴의 업무 흐름은 다음과 같다.

1. 설비건설업체의 본사 자재부서는 설비넷닷컴을 통해 자재 공급업체를 선택하고 협상하여 구매를 결정하고 발주한다.
2. 발주와 동시에 건별로 결제가 진행된다. 가능한 지불수단은 현금과 B2B구매카드 상품이며 하나은행과 신한은행을 이용할 수 있다.
3. 이렇게 성공적으로 합의된 매매계약서는 설비넷닷컴을 통해 해당은행으로 보내지고, 은행에서는 각각의 지급위탁이나 지급승인 등의 상태를 설비업체와 자재업체에 통보해 준다.
4. 판매기업은 은행으로부터 이상 없이 진행이 되고 있는지의 통보를 받은 후 납품 통지와 납품을 한다.
5. 설비건설업체는 완벽하게 자재인수를 한 후 은행에 지급지시를 해주면 은행은 공급업체에 입금해 준다.






설비넷닷컴은 아래와 같은 다섯 가지의 거래 서비스를 지원하고 있다.

기존의 구매대행 서비스인 설비넷과 차별화된 전략은 각 설비건설업체 자재담당이 거래에 있어 가장 중요한 공급자 선정과 가격 결정을 직접 한다는 것이다.

이 서비스의 장점은

- 첫째, 다수의 우량 구매기업 참여로 인해 상시적으로 대량 물량이 확보된다.
- 둘째, 안정된 시장에서 판매 우위를 차지하고자 하는 판매사간 상호 경쟁이 일어나고 이에 따른 단가 경쟁력이 형성된다.
- 셋째, 금융권의 현금성 매매보호결재를 통해 구매자 및 판매자 모두 보호해 준다.
- 넷째, 정부가 지원하는 은행권의 B2B 대출, 신용보증기금의 B2B 대출보증 등 B2B 거래 시 우대받을 수 있는 특별 금융상품을 이용함으로써 원활한 자금 관리가 가능하다.
- 다섯째, 단지 하나의 Marketplace를 접속함으로써 기존 혹은 신규 협력업체와의 연계가 가능하다.
- 여섯째, Marketplace가 보안, 검색, 상품 카탈로그 등과 관련된 모든 기술적 필요 요소를 해결해 주므로 따로 구축할 필요가 없다.
- 일곱째, 온라인상에서 신규 거래 선을 쉽게 찾을 수 있고, 팩스와 전화 업무 등에서 벗어날 수 있어 구매 및 판매에 소요되는 비용을 최소화 시킬 수 있다.
- 여덟째, 현장별·자재별 관리가 가능하고, 업무에 필요한 보고서 등을 출력하여 이용할 수 있도록 지원되므로 업무의 간소화를 가져올 수 있다.
- 아홉째, 모든 단계는 SMS문자 메시지를 통해 통보를 받음으로써 신속한 대응이 가능하다.
- 열 번째, 회원가입에서 금융상품 연계, 거래, 불편사항 처리까지 책임 서비스가 설비넷의 직원들에 의해 지원되고 있다.

설비넷닷컴은 3월 서비스 개시를 앞두고 설비넷닷컴 알리기에 총력을 기울이고 있다. 설비넷닷컴은 모든 회원사가 자유롭게 참여하여 시장을 형성하고 물량이 집결되며, 집결된 물량을 기반으로 구매 협상력을 증진 시킬 때 그 가치를 경험할 수 있기에 구매대행 시스템을 서비스할 때와는 전혀 다르다.

	<p><b>견적</b> 구매자는 필요한 자재의 공급자에게 구매에 관한 정보를 주고 커뮤니케이션을 할 수 있게 함으로써 협상을 통한 구매를 할 수 있는 거래방식. 규격화하기 어려움 품목, 구매자의 스펙에 따라야 하는 제작품 등의 경우와 새로운 공급자를 Sourcing하기에 적합합니다.</p>
<p>구매자가 특정 자재에 대해 구매 조건을 제시하고 다수의 판매자들이 입찰에 참가하여 최저가격에 낙찰이 되는 형태. 정기적 사용 자재를 연간 단가로 계약하거나, 일시적으로 구매자가 공동으로 참가하여 고가 품목을 대량 구매 함으로써 구매원가를 절감하는데 적합하다.</p>	<p><b>입찰</b></p> 
	<p><b>기획상품</b> 구매빈도가 높은 자재를 중심으로 공급자와 MP가 협상을 통해 사전에 가격을 결정하고 판매조건을 카탈로그에 공개함으로써 구매자가 카탈로그를 통해 자재를 선택하는 형태. 구매비용 절감 및 구매 업무를 단순화하기에 적합합니다.</p>
<p>대량 재고의 판매 혹은 현금화의 요구를 가진 공급업체가 사전에 판매량 대비 단계별 단가를 정하여 MP에 공개하면 구매자의 참여희망 수량에 따라 제시된 단가 중 최종 단가가 결정된 형태. 경우에 따라서는 구매자가 공동으로 기계, 장비 등 고가 상품에 대한 협상력을 높이기 위해 제안할 수 있습니다.</p>	<p><b>공동구매</b></p> 
	<p><b>구매대행</b> 설비넷에서 자재구매를 요청하면 설비넷의 구매전문가들이 저렴하고 품질 좋은 자재를 선정하여 구매를 대행하는 형태. 업체 자체의 협상력이 약한 경우나 구매관련 부대비용을 줄이고자 하는 경우, 자체 구매 전문가가 없는 경우, 소량, 다품종, 다 빈도, 저가 제품에 적합합니다.</p>

설비시공은 그 특성상 인건비와 자재비가 많이 차지하는데 자재비의 비율이 원가의 45%이상을 차지하고 있는만큼 저가수주 경쟁으로 몸살을 앓고 있는 설비건설업체들의 입장에서 설비넷닷컴이야말로 경쟁력을 가질 수 있는 마지막 카드일 수 있다.

이러한 관점에서 볼 때 설비넷이 설비넷닷컴을 활성화시키기 위해서는 몇 가지 해결해야 할 과제가 있다.

- 첫째, 결제관행의 개혁이다. 대부분의 설비업체가 익월 말 어음 결제를 하고 있는 상황이며 설비건설업은 수주 산업이라 업체의 자금 흐름을 지켜줄 수 있는 방안을 마련해 주어야 한다.
- 둘째, 확신을 주어야 한다. 낯선 구매 형태에 대한 많은 불신이 있을 수 있다. 긴급자재의 처리, 반품의 처리, 물류 비 등은 그 대표적인 예로 해결 방안 및 지속적인 지원이 되어야 한다.
- 셋째, 홍보에 주력해야 한다. 상위 소수의 업체들을 제외한 나머지 대다수의 업체들은 설비넷이라는 이름을

들어본 적도 없을 뿐만 아니라 특정의 설비건설업체들이 설립한 만큼 특정회사에만 이익을 남기는 것이 아니냐는 곱지 않은 시선도 있다. 따라서 적극적인 자세와 몸을 사리지 않는 마케팅으로 브랜드 이미지를 제고해야 한다.

우선 첫 번째의 과제는 설비넷닷컴의 많은 장점에도 불구하고 대부분의 설비건설업체에서 100% 활용이 어렵다고 생각하는 점이다. 현재 자금 흐름 자체가 월 마감의 형태로 이루어지다보니 건별 현금 결제란 난관으로 받아들여질 수밖에 없다. 이러한 문제를 해결하기 위해 정부는 신용보증기금이나 은행 등 금융권과 함께 B2B 결제 상품들을 만들어 두었다. 일반 오프라인 대출보다 간소화된 절차와 좀더 많은 대출보증한도 등을 지원하고 있다. 이러한 제도를 잘 이용한다면 현재의 자금 흐름을 거스르지 않고 건별 결제가 가능하다. 앞으로 설비넷은 금융권과 연계하여 허용되는 부분까지 대출을 좀더 쉽게 받을 수 있도록 대행할 계획이다. 또 업체가 원할 경우 은행 직원과 설비넷 직원이 그

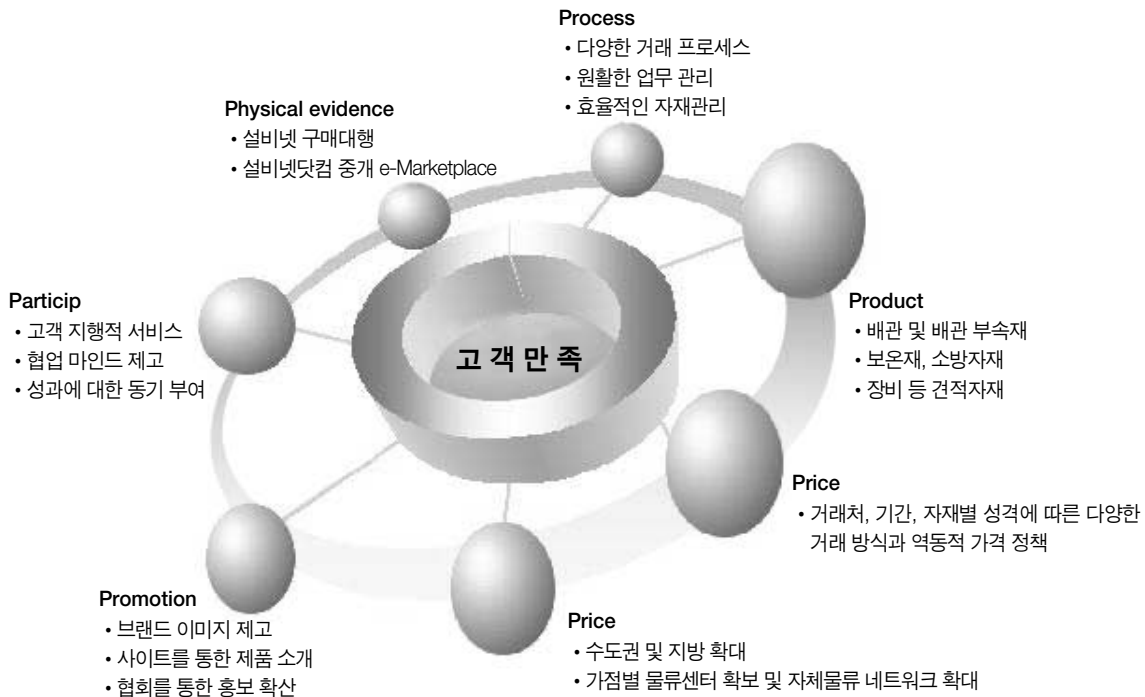
업체를 방문하여 설명하고 필요한 서류도 직접 받는등 고객만족 서비스를 지원한다. 이 서비스에는 지방이라고 해서 외면하지 않는다.

둘째 과제인 낮은 구매 형태에 대한 불안감 해소이다. 공사의 순조로운 진행은 결국 회사에 약간의 자재비 절감보다 더 큰 이익을 안겨주는 것이다. 자재구매 담당자든 자재가 필요한 때 공급될 수 있을지의 의문과 설계변경 등의 이유로 반품처리가 가능한지, 소량 자재 청구시에도 물류비를 다 책임져야 하는 것은 아닌지가 매우 큰 관심사이다. 설비넷은 이러한 의문들을 불식시키기 위해 설비넷닷컴으로 구매의뢰를 하는 형태로 이러한 걱정들을 해결했다. 구매를 의뢰한 개개의 설비건설업체는 소량을 주문하지만 구매를 관리하는 설비넷에서는 분명 처리가 가능한 물량이기 때문이다.

설비넷 관계자에 따르면 오프라인 거래에서 해결 가능한 모든 문제의 해결은 물론 더 나아가 인터넷의 장점인 편리하고 신속해야 한다는 신념으로 이 시스템을 만들었고 또 실제로 가능토록 지원하고 있다는 것이다.

셋째, 홍보의 부족이다. 설비건설업계에서 아직까지 설비넷닷컴을 모르는 자재 담당자들이 많다. 또 알고 있다 하더라도 구매를 대행하는 (주)설비넷만 알고 있을 뿐이다. 따라서 (주)설비넷의 모든 임직원은 설비넷과 설비넷닷컴을 알리기 위해 주력하고 있다.

설비넷에서는 수요일에 워킹그룹 모임을 개최하고 있다. 이 모임에서는 시스템의 특징, 거래 시스템 이용방법, 결제방법 등 시스템의 이용에 불편이 없도록 교육함과 동시에 발생하는 여러 문제들을 함께 논의하고, 새로운 방향을 함께 모색해 보는 시간으로도 이용되고 있다. 그 외에 개별 업체로 방문하여 좀 더 세부적이고 구체적인 사항들에 대해 논의하고 필요한 부분에 대한 지원을 하고 있다. 실제로 이러한 마케팅 활동을 한지 두 달 만에 대출을 도와 계약까지 성공적으로 마친 업체들도 20여개사가 넘었다고 한다. 이러한 활동은 수도권에 머무르지 않고 부산과 대전, 경기지역 등 지방의 설비업체들까지도 그 영역을 넓혀 가고 있다.



## 이용자의 입장에서 설비넷과 설비넷닷컴

2006년 2월 현재 설비넷에 가입된 회원사는 1,300여개 정도로 이 중 설비건설업체는 약 200여개사이다. 5500여개 설비건설업체의 5%도 안되는 실정이다. 대부분의 설비건설업체들이 아직도 관망자세로 있는 것이다.

그러나 실제로 거래를 하고 있는 설비건설업체들은 구매비용을 절감하고 재고 부담을 줄임과 동시에 관리비용 절감이라는 장점을 최대한 누리고 있다.

자재업체 역시 안정적인 물량을 확보해 매출과 이익이 증대될 뿐만 아니라 재고비용 감소와 프로세스 단축으로 인한 업무의 신속함과 편리성, 100%의 확실한 채권을 확보

함으로써 부도의 위험에서 벗어날 수 있었음을 가장 큰 이점으로 꼽았다. 그 외 여러 현장이나 업체의 요구를 한 번에 처리할 수 있어 물류비 절감효과 및 인터넷을 통해 처리되고 있으므로 페이퍼 작업을 단축시키는 부대효과도 있다고 덧붙였다.

모 설비건설업체의 자재구매 담당자는 예전의 구매 형태로는 1주일에서 열흘정도 걸렸으나 지금은 인터넷을 통해 바로 이루어지기 때문에 구매와 관련하여 과생되는 경비 절감효과 및 구매가격 절감효과를 톡톡히 보고 있다고 한다. 또한 발주에서 납품까지 설비넷이 책임지고 있기 때문에 잘못될 염려가 없어 든든하다고.

자재 공급자 기대효과
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현금결제에 따른 안정적 채권확보</li> <li>• 안정적 물량확보로 매출 및 이익증대</li> <li>• 프로세스 전산화에 따른 재고비용 감소 및 기타 프로세스 비용 감소</li> <li>• 영업 비용 절감</li> <li>• 정보획득 비용 절감</li> <li>• 홍보 비용 절감</li> <li>• 신규 거래선 확대</li> </ul>



자재 구매자 기대효과
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구매 단가 절감 및 구매행정비용 절감</li> <li>• Online화에 따른 중앙 Control 및 Monitoring 용이</li> <li>• 공급자의 서비스 개선 (납기, 품질, 사후 A/S 등)</li> <li>• 재고부담 및 관리비용 절감</li> <li>• 품질 향상 및 조달기간 단축</li> <li>• 설비자재의 One-Stop 구매 가능</li> <li>• 자재의 특성에 맞는 다양한 거래 가능</li> <li>• 신규 공급선 확대</li> </ul>

## 설비넷닷컴의 이용방법

설비넷닷컴과 거래를 하기 위해서는 사전에 필수적으로 준비해야 할 사항들이 몇 가지 있다.

우선 사이트에 회원으로 가입해야 하며 사용자와 현장, 그리고 각 사용자에 대한 접근 권한을 명시해 주어야 한다.

다음은 결제를 하기위해 은행에 인터넷뱅킹에 가입해야 한다. 현재 하나은행과 신한은행이 연계되어있어 두 은행 중 하나를 선택하여 통장을 개설하고 인터넷뱅킹 신청을 하면 된다. 필요 시 대출신청까지 하면 준비는 모두 끝난다.

설비넷닷컴에 들어가서 로그인하고 e-Marketplace로 들

어오면 다섯 가지의 거래 프로세스를 만날 수 있고 필요 및 자재의 성격에 따라 거래를 시작하면 된다. 자재의 단가는 물량이나 입고지에 따라 가격이 달라지기 때문에 경쟁력이 있다고 판단되면 바로 장바구니에 담아 구매할 수 있다.

설비넷닷컴에서는 앞으로 구매 빈도수가 높은 주자재를 기획 상품으로 진행 할 예정이고, 때로는 여러 개의 업체가 모여 값을 내릴 수 있는 공동구매를 진행할 계획이기 때문에 업체는 그때그때 필요한 만큼 참여하면 된다.

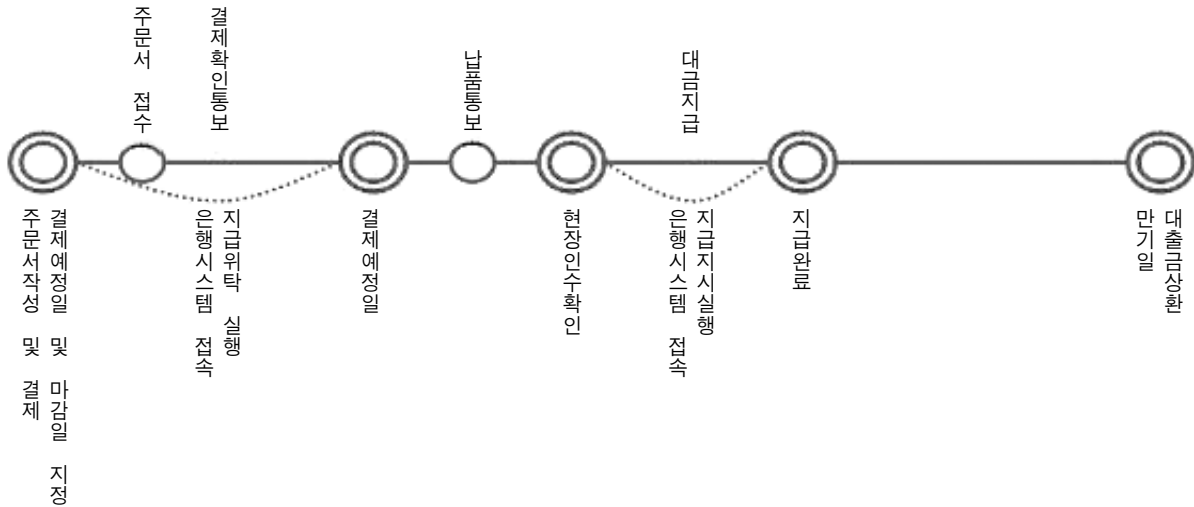
스펙이 다양하고 복잡한 제작품 등은 견적을 통해 공급 업체를 선정하고 합의하는 과정으로 진행이 가능하다.

다음은 각 프로세스의 흐름을 보여주고 있다.



설비넷닷컴 회원가입	현장 및 사용자 등록	사용자 권한관리	기존 공급선 등록
	구매 형태 선택	설비넷닷컴 로그인	은행 B2B회원 등록
견적	입찰	기획상품	공동구매
자재 청구서 작성	입찰 공고 요청	기획상품 검색	공동구매 검색
자재 청구서 등록	개찰	장바구니 담기	참여
자재 청구서 접수	낙찰자 선정	발주/결제	발주/결제
견적 요청서 발송	발주/결제	자재 인수	자재 인수
견적서 접수	자재 인수	인수 확인	인수 확인
결제	인수 확인		
자재 인수			
인수 확인			

발주에 앞서 결제를 하게 되며 결제의 흐름은 다음과 같다.



기타 자세한 이용방법은 설비넷닷컴의 자료실과 교육실을 통해 제공되고 있으며, 설명이나 도움이 필요한 업체는 설비넷에 요청시 직접 방문하여 고객의 불편을 최소화 할 수 있도록 지원할 예정이다.

또한 기획판매와 공동구매 등의 일정은 월간 '설비건설' 혹은 격 주간으로 발행되고 있는 뉴스레터와 사이트의 공지, 공문 등으로 미리 알려주므로써 충분한 활용이 가능하도록 할 예정이다.

## 설비넷닷컴의 부가서비스

설비넷닷컴은 앞의 주요 기능 외에 설비건설인들이 부담 없이 들어와 유익한 정보를 제공받고 서로 간에 의사소통이나 도움을 주고받을 수 있는 포털의 형태를 가지고 있다. 커뮤니티 시스템을 갖추고 있어서 설비인들 간에 취미와 정보를 공유할 수 있는 자리를 마련하였다. 현재 몇 가지 커뮤니티가 개설이 되어 진행 중에 있다.

또한 회원사 동향을 통해 업체의 애경사를 함께 나눔은 물론 기술정보, 자재 정보 등을 통해 자재의 단가 변화 추이와 자재 시공 기술 정보 등도 제공하고 있다.

이밖에 노임정보 및 품셈정보, 일위대가, 시방서 정보 등이 자료실의 형태로 지원되고 있으며 필요한 정보는 다운로드받아 활용할 수도 있다. 관련법과 용어 사전 등이 있어 업무에 도움이 될 수 있도록 했다.

또한 설비넷닷컴이 현장 기능인력의 기술력 향상을 위해 시공기술 교육실도 3월 오픈과 동시에 서비스할 예정이다. 시공기술 교육실은 정수기능대학 교수진의 협조로 교육 콘텐츠 전문 제작업체에 의뢰하여 현장에서 직접 시공하는 장면을 찍는 등 이론과 실기가 병행된 교육과정으로 전체 30강좌의 규모로 제작되고 있다.

설비넷닷컴은 또한 각 택배회사와 연계하여 물류비를 절감하고 흐름을 보여줄 수 있는 시스템이 구축되어 있으며, 활성화될 경우에 대비해 화물 공차 예약서비스를 통해 적시, 적기 납품이 될 수 있도록 통합물류 등을 고려하고 있다.

오는 5월경 전자세금계산서 발행 시스템이 구축될 예정에 있어 업무도 간소화될 것으로 기대된다.

이와 함께 글로벌 시대에 맞춰 대한무역진흥공사와 업무협정에 의해 전자 무역 지원도 서두르고 있다.

또한 냉동공조조합 및 위생도기를 취급하는 도자기 업종 등 설비건설과 관련 된 업종 간에 서로 협업할 수 있는 연계점도 모색하고 있으며, 취급 품목의 영역 확장도 고려하고 있다.

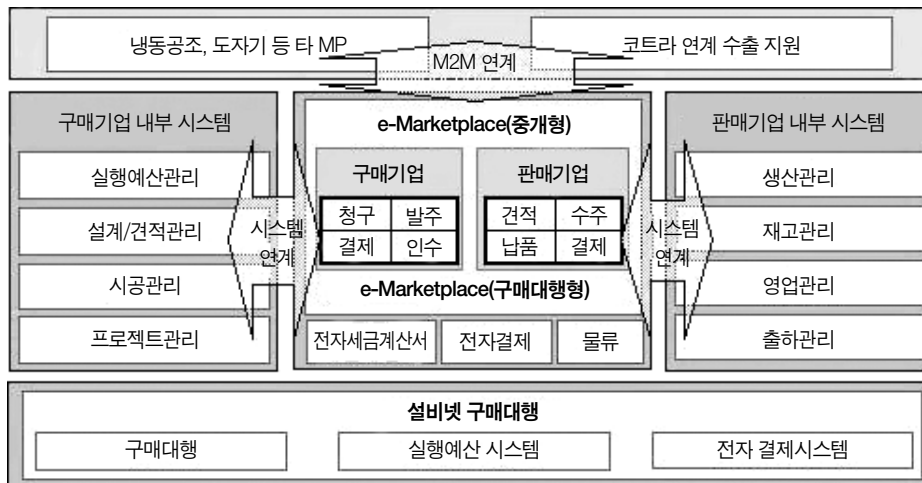
### 설비넷의 향후 계획

10년이면 강산이 변한다는 말은 이제 구시대의 유물이 되었을 만큼 세상은 촌각으로 변하고 있다. 자고 일어나면 새로운 것이 생겨나고 사라질만큼 변화무쌍한 시대에 우리는 살고 있는 것이다.

스펜서 존슨이 '누가 내 치즈를 훔쳤을까?' 에서 주장한

(단위:억원)

	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
전자상거래	57조5,584	118조9,800	177조8,100	235조0,250	314조0,790	351조1,440
시장규모(증가율)		(107%)	(49%)	(32%)	(34%)	(12%)
총거래액	1,270조원	1,308조원	1,386조원	1,555조원	1,627조원	1,676조원
전자상거래율	4.5%	9.1%	12.8%	15.1%	19.3%	21.0%



것처럼 변화에 앞서가지 않으면 살아남기 힘들어졌고 그러기 위해서는 나 자신의 변화가 가장 먼저 선행되어야 한다.

해마다 전자상거래의 규모는 큰 폭으로 상승하고 있다. 업종별로는 2005년 조사 결과 건설업이 54%로 64%를 차지하는 교육서비스 다음으로 높은 활용 율을 보이고 있다. 이는 설비넷 전자상거래의 전망을 말해주고 있다.

향 후 거래의 패턴은 점차 전자상거래가 구매수단의 한 형태로 정착될 것이다. 그러므로 전자상거래 시장도 다양화될 것이고 가격 경쟁력과 품질, 납기일 등 신용도가 그 전자상거래의 척도가 될 것이다. 그 외 편리성과 부가되는 서비스의 질 등 많은 요인들에 의해 평가 받게 될 것이다. 따라서 설비넷이 설비건설업계를 대표하는 전자상거래 시장이 되기 위해서는 앞으로 준비해야 할 것이 많다.

따라서 설비넷은 이용자가 편리함을 느끼고 업무시간을 단축할 수 있는 시스템을 만들기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 거래에서 발생될 수 있는 모든 문제를 해결하기 위해 다수의 자재 전문가를 보유하고 있으며 기술적인 자문을 할 수 있 정도의 역량도 있다.

설비넷은 또 최근 가장 큰 이슈로 떠오르고 있는 기업 간 e-Business 통합에도 적극적인 의지를 가지고 정부가 지원하는 사업에 참여키 위해 준비 중이다. 정부지원이 불가능할 경우 설비넷의 자금을 동원해서라도 시스템 연계 부분을 확실히 지원할 예정일 만큼 각오가 단단하다.

설비건설업체와 e-Marketplace, 자재업체로 이어지는 업무의 통합이 이루어진다면 업체 내부적으로는 반복 업무가 최소화 될 것이고, 업체 간에는 수요예측과 재고관리 등이 공유되어 많은 비용이 절감될 것으로 기대한다. 또한 주고받는 문서의 양과 시간이 현저하게 줄어 업무의 효율화도 가져올 것으로 기대한다.

## 설비업종의 전자상거래

설비건설업은 자재대금의 경쟁력이 경쟁의 우위를 점하게 된다.

원가의 45%이상을 차지하는 자재대금도 그렇지만 관리비용이나 구매에 관련된 부차적인 비용도 만만치 않다. 정예화된 최소의 인원으로 최대의 성과를 거둔다면 그 업체는 이미 경쟁력을 갖춘 업체이다. 그러나 쉽게 눈에 띄지 않게 누수되고 있는 비용들에 대한 관리도 이제 세심하게 살펴야 한다. 즉, 현장의 재고처리와 반품 등은 이제 손안에서 관리 되어야 하며 오랜 밀착 관계로 발생할 수 있는 느슨함도 지양해야 할 시점이다.

물론 이제까지도 자재 구매 담당자들은 끊임없이 우수한 공급선을 발굴하고 단가 협상도 성공적으로 수행하고 있으며, 업체와의 관계도 주도권을 쥐고 있는 것도 사실이다.

설비넷은 이러한 구매 담당자들의 업무를 좀더 쉽고 편리하게 도와주고자 하는 바람에서 출발했다. 구매원가의 절감은 기본이고 부대적인 행정비용 및 관리비용 등을 최소화 할 수 있도록 시스템을 구축하였으며, 구매와 자재에 관련된 모든 관리가 바로 한 곳에서 이루어 질 수 있도록 하였다. 그 외에 서비스업의 특성상 이용자의 시각에서 우선 판단하고, 앞서가는 서비스로 최대의 만족을 이끌어내야 한다는 신조로 임하고 있다.

업체의 자재 담당자는 여러 협력사의 담당자들을 상대하던 것을 설비넷 담당자 한 사람과 상대하면 되고, 여러 업체에 팩스나 전화 상담하던 것을 설비넷닷컴이라는 사이트에 한번 접속함으로써 해결 가능토록 했다.

설비넷은 새로운 시스템에 적응해야한다는, 그것도 컴퓨터를 통해 구매 업무를 처리해야하는 초기에 발생할 수 있는 어려움을 극복할 수 있을 것이라고 자신한다. 인터넷 보급률 1위, 작년 동 분기 대비 40%이상이 상승된 전자상거래의 경험과 설비건설업체의 정보화 기반 확대 등을 볼 때 설비넷닷컴을 사용함에 있어 그리 큰 문제가 되지는 않을 것이라고 확신하기 때문이다.

또한 어음이 주로 거래되던 업계에 현금 결제의 관행이 점차 늘어나고, 업체의 신용도 상승에 따른 금융권 연계가 원활해지는 등 가장 큰 걸림돌이라고 봐지던 결제 부분에서도 낙관적인 예측을 가능하게 해 주고 있다.

이러한 모든 시각에서 바라볼 때 설비넷과 설비넷닷컴이 업종 내에 정착할 수 있는 시점은 그리 멀지 않을 것으로 보여진다.