

화학기업, 수요-공급과 3자협력 절실

웹기반 온라인 협력체제 구축 절대적 ... 3자 모두에게 유리해야 가능

화학기업들이 수요기업, 공급기업 및 기타 사업파트너를 연결시켜줄 웹 기반의 전산망을 구축하지 않고서는 경제적으로 지속적인 차별화를 이루는 것은 불가능한 것으로 지적되고 있다.

웹사이트 구축 및 내부시스템 통합보다 중요한 것이 바로 수요기업들이 웹사이트를 통해 주문할 수 있도록 하고 공급제품 및 경영을 온라인상으로 생산 시스템과 연계하는 것이다.

수요기업과 공급기업/사업 파트너 모두 Digital Loyalty Network를 통해 수익을 얻을 수 있어야 하며 화학기업 단독으로 이득을 보는 것은 불합리하기 때문이다.

모든 관련기업들에게 Digital Loyalty Network의 이점을 알리기 위해 화학기업들은 DLN을 구축함으로써 얻게 되는 수익을 정확히 측정해야 하며, 화학기업들은 핵심용어, 데이터 포맷, 기술 프로토콜이 다르기 때문에 사업 및 기술 플랫폼에 관한 구성이 공개되지 않으면 참여기업 수도 그만큼 줄어들게 된다.

참여기업들이 데이터 구성, 사업 프로세스 및 적용 프로그램 등에 합의하는 것이 Digital Loyalty Network 구축의 근본이기 때문이다.

그러나 화학산업이 서로 연계성이 높다는 점을 감안해 볼 때 Digital Loyalty Network의 사업 및 기술 구성이 핵심매출, 제품, 공급 등에 관한 정보가 다른 기업에 노출되지 않는다는 점을 보장해야 하며, 지속적인 차별화를 이루기 위한 기술 인프라를 구축하는데도 막대한 경비가 소요돼 문제가 되고 있다.

<화학저널 2004/05/03>