

주요 成功 요인 技法

D. Daniel은 “대부분의 산업에는 일반적으로 성공을 결정짓는 36개의 요인이 있다”고 하였다. 이들 주요성공요인(CSF: Critical Success Factors)은 회사가 성공하기 위해서는 탁월하게 수행되어야 하며 회사의 정보시스템은 이들 성공요인에 초점을 맞추어 차별화되고 선택되어야 한다.

자동차산업에서는 차체 모양, 대리점 조직의 효율성, 제조원가의 철저한 관리가 주요성공요인이 되며 식품업계에서는 신제품 개발, 유통망, 효과적인 광고가 주요성공요인이라 할 수 있다.

이러한 주요성공요인 기법은 전략정보시스템의 개발계획 수립도구로써 최근에 많이 활용되고 있다.

개인에 있어서도 동일한 원리가 적용된다. 즉 개인의 성공적인 인생을 확산시켜줄 수 있는 몇개의 요인이 있다. 이러한 요인들은 개인이 종사하는 산업, 개인 고유의 특성, 환경, 개인의 지위에 따라 서로 다르며 때에 따라서는 현재 당면하고 있는 여러가지 문제점들에 따라 변화하기도 한다.

경영목표를 달성하기 위해 주요성공 요인은 기업, 부서별, 개인별로 계층화 되어야 하고 경영층으로부터 세심한 주의를 지속적으로 받아야 하는 것과 같이 개인의 주요성공 요인도 인생의 목표를 어디에 두고 있느냐에 따라 개인, 가정, 사회, 나아가서는 국가의 목표와 연결된 주요 성공요인을 찾아내고 주



余仁甲

한국 데이터저널(주) 대표이사

요변수에 대해서는 꼭 두드러진 성과를 얻도록 노력하는 것이 경쟁사회에서 남보다 한발 앞서 나가는 길이 될 것이다.

주요성공 요인 기법에서 또 하나 중요한 것이 성공여부를 평가하는 기준이다. 즉 기업에 있어서 시장확보가 주요성공 요인이라면 시장점유율을 얼마로 할 것인가 또는 각 상품별 성장률을 얼마로 할 것인가 하는 평가요인을 사전에 정하여야 한다.

인생에 있어서 성공이 나에게서 무엇을 뜻하는가 하는 질문을 스스로 던져보면서 이러한 성공의 목표에 대한 주요성공 요인을 주기적으로 재확인하여야 할 것이다.