SWOT 분석기법은 일반적으로 전략 수립 단계에서 광범위하게 사용되며, 조직

이나 단체가 처한 상황을 내부 환경의 강점과 약점, 외부 환경의 기회와 위협으로 나누어 보다 입체적으로 접근하여 분석하기 위해서 개발된 분석 도구입니다.

주로 전략 수립 초기에 주어진 상황을 분석하여 조직이나 단체 외부

의 기회 요인과 위협요인들을 도출합니다. 도출된 기회 요인과 위협 요인들은

해당 조직의 내부적 강점을 활용하고 약점을 보완하거나 회피할 수 있도록 전

략의 방향과 세부 전술을 수립하는데 사용할 수 있는 실용적인 기법입니다.

• SWOT 분석 방법

먼저 대상 기업이나 서비스가 처한 강점과 약점, 기회와 위협 요인을 분석합니

다.

- 강점 :　경쟁 기업에 상대적으로 우위에 있는 자원이나 기술 등의 요소를

말합니다. 예를 들어 기업 이미지, 재무자원, 시장에서의 리더십, 구매자와 공

급자의 관계 등입니다.

- 약점 : 자원이나 기술, 역량 등의 제약이나 부족을 의미하며, 시설, 재무자

원, 경영 역량, 마케팅 기술, 상표 이미지 등에서 나타날 수 있습니다.

- 기회 : 기업의 당면한 환경의 유리한 측면을 말하며, 새로운 시장의 발견,

경쟁 또는 규제 환경의 변화, 기술의 변화, 구매자와 공급자의 관계 개선 등에

서 찾을 수 있습니다.

- 위협 : 기업이 당면한 환경의 불리한 측면으로, 새로운 경쟁 기업의 진입,

시장 성장의 둔화, 주요 구매자와 공급자의 교섭력 향상, 기술의 변화, 규제의

신설 등을 들 수 있습니다.

• SWOT 분석 전략

- SO 전략(강점-기회 전략)

자신의 강점을 발휘해 기회를 활용할 수 있도록 내·외부적으로 유리한 상황을

활용하는 방안입니다.

- ST 전략(강점-위협 전략)

자신이 가진 강점을 이용하고 있지만, 시장의 상황은 별로 좋지 않은 상태입니

다. 이 시기에는 기업이 처해 있는 위협을 피하면서 자신의 강점을 이용할 수

있도록 종사하는 산업에서 치열한 경쟁을 피해 새로운 시장을 개척하는 다각

화 전략을 추구합니다.

- WO 전략(약점-기회 전략)

자신이 가지고 있는 것은 불리한 점이 많지만, 전체적인 시장의 환경은 좋은

상태입니다. 이 시기에는 기업의 약점을 극복함으로써 기회를 활용할 수 있도

록 내부 약점을 보완해 좀 더 효과적으로 시장 기회를 추구하는 전략적 제휴 또는 우회전략을 추구합니다.

- WT 전략(약점-위협 전략)

자신이 가지고 있는 것도 불리하고, 시장의 기회도 좋지 않은 위의 4가지 유

형 중에서 가장 좋지 않은 상태입니다. 이때는 약점을 최소화해 위협을 극복하

는 데 주력합니다. 따라서 내·외부적으로 불리한 상황을 극복하기 위해 기업은

사업을 축소하거나 기존 시장에서 철수하는 등 방어적 전략을 취하게 됩니다.