

서울우유협동조합 의 SWOT 분석

S STRENGTHS

- 높은 브랜드 인지도와 신뢰성
1937년 창립 이후 쌓아온 오랜 역사와 전통 덕에 소비자들에게 높은 신뢰를 받고 있다.
- 국내 최대 규모의 유통망
전국적인 물류망과 협동조합 체제를 통해 빠르게 제품을 공급하고, 소비자 접근성이 뛰어나다.
- 다양한 제품 라인업
우유뿐만 아니라 발효유, 치즈, 커피, 유아식 등 다양한 유제품을 생산하며 시장을 폭넓게 커버한다.

W WEAKNESSES

- 고정된 브랜드 이미지
보수적이고 전통적인 이미지가 강해 젊은 세대와의 소통에 한계가 있을 수 있다.
- 신제품 혁신 부족
경쟁사에 비해 빠르게 변화하는 소비자 트렌드에 맞춘 혁신적인 제품 개발이 더딘 편이다.
- 고비용 구조
유제품 생산 특성상 원유 가격 변동에 민감하며, 물류 및 관리 비용이 높다.

O OPPORTUNITIES

- 건강 및 기능성 식품 시장 성장
고단백, 저지방, 유산균 강화 제품 등 건강을 중시하는 소비자 수요가 증가하고 있어 새로운 시장 기회를 얻을 수 있다.
- 해외 시장 진출 확대
한류 열풍과 함께 아시아를 중심으로 K-푸드에 대한 관심이 높아져 수출 확대의 기회가 있다.
- 프리미엄 제품 수요 증가
유기농, 친환경, 프리미엄 유제품에 대한 소비자 수요가 증가하면서 고급화 전략을 펼칠 수 있다.

T THREATS

- 경쟁 심화
매일유업, 남양유업 등 국내 경쟁사뿐만 아니라 해외 수입 유제품의 증가로 시장 내 경쟁이 점점 치열해지고 있다.
- 대체 음료의 부상
식물성 우유(오트밀크, 아몬드밀크)와 같은 대체 음료 시장의 성장으로 전통 유제품 수요가 감소할 수 있다.
- 규제 및 환경 변화
정부의 환경 규제 강화, 탄소 중립 정책 등의 영향으로 생산 및 유통 과정에서의 부담이 증가할 가능성이 있다.