

بأنه الإطار الذي يستخدم لتقييم موقع الشركة التنافسي، بحيث يحدد نقاط قوتها ونقاط ضعفها، ويسمى SWOT يعرف تحليل أو "أداة التحليل الرباعي"، ولا يقتصر هذا التحليل على المشاريع فقط، وإنما يدخل في مجالات أخرى "SWOT أيضاً" مصفوفة عدة كالتسويق والتنمية البشرية، ويعود ظهور هذا التحليل إلى خبراء جامعة ستانفورد، حيث أجري هذا التحليل في الفترة بين عام 1960 و عام 1970 بإشراف ألبرت همفري، وما نتج من مشاكل اقتصادية