

## SWOT Анализ - Продажба на огнехвъргачка за домашна употреба

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Малко на брой конкуренти, занимаващи се със същата дейност глобално</li> <li>• Нулева конкуренция в България<sup>1</sup></li> <li>• Предлагане на продукт, който ще може да се използва за много неща в дома (фламбиране на храна, правене на крем карамел, термална дезинфекция на повърхности, изгаряне на вредители, запалване на газов котлон, запалване на досаден съсед и т.н.)</li> <li>• Уредът е лесно преносим и се зарежда лесно</li> <li>• Уредът е направен от качествени материали</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Малко персонал</li> <li>• Бавно производство на огнехвъргачките</li> <li>• Недостатъчно проучване в търсенето и предлагането на домашни огнехвъргачки</li> <li>• Нова фирма = недостатъчна репутация сред клиентите</li> </ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Голямо развитие, ако се направи правилната реклама</li> <li>• Установяване на връзки с фирми за доставка на газови флаconи за по-добри цени при купуване на едро</li> <li>• Развитие на бранда не само като домашна огнехвъргачка, а и за професионални цели (напр. готварство)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 основен сериозен конкурент – The Boring Company<sup>2</sup></li> <li>• Евентуално неодобрение на самата идея от обществото</li> <li>• Възможно е използването на уреда да е в противоречие със закона за оръжията, боеприпасите, взривните вещества и пиротехническите изделия</li> </ul>

<sup>1</sup>Непроверени данни

<sup>2</sup>Проектът е приключил след продажбата на 20 000 "not flamethrowers", така че технически може да не се считат за конкуренция