

Risk Assessment v0.1

Ο κίνδυνος είναι ως γνωστόν μια από τις συνήθεις παραμέτρους της καθημερινής μας ζωής. Ο κίνδυνος επηρεάζει σχεδόν όλο το σύνολο των δραστηριοτήτων των οικονομικών μονάδων. Υπάρχει σε όλες εκείνες τις περιπτώσεις στις οποίες δεν είναι δυνατό να προβλέψουμε με βεβαιότητα το αποτέλεσμα μιας δραστηριότητας. Κάθε επιχείρηση, οφείλει να πάρει θέση, και να χαράξει τη στρατηγική της. Είναι μοιραία αναγκασμένη να κάνει τις εκτιμήσεις της για το που θα πάει η οικονομία και ο κλάδος στον οποίο ανήκει και να πάρει δύσκολες αποφάσεις στρατηγικής. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση μας, οι κίνδυνοι στην υλοποίηση και την εφαρμογή ενός τέτοιου πλάνου πληθαίνουν και αυτό διότι, ετήσια, μπορεί να κυκλοφορούν εκατοντάδες χιλιάδες εφαρμογές, αλλά οι υλοποιήσεις που γίνονται trend και εγκαθίστανται περισσότερο, είναι το πολύ μερικές δεκάδες. Έτσι και το FuelPay, έχει να αντιμετωπίσει πολλούς κινδύνους μιας και μερικοί παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται είναι ο άνθρωπος, οι εξελίξεις στην αγορά, η τεχνολογία, λάθος σχεδιασμού περιβάλλοντος διεπαφής κλπ.

Κίνδυνοι – Λύση

1.

Ο πιο κοινός κίνδυνος είναι η άρνηση των ιδιοκτητών πρατηρίων, να συνεργαστούν και να ενταχθούν στο προωθητικό πρόγραμμα της FuelPay, κάτι από το οποίο εξαρτάται πλήρως το σύστημα, διότι έχει άμεση επέκταση στην χρησιμότητα και στο προϊόν που προσφέρει η εφαρμογή.

Το πρόβλημα αυτό, μπορεί να λυθεί με την συνδρομή κατάλληλων συμβούλων μάρκετινγκ, οι οποίοι μπορούν να αναπτύξουν ένα πλάνο προώθησης της κάθε επιχείρησης μέσω της εφαρμογής και η διαμεσολάβηση τους στην προώθηση της ιδέας.

2.

Ένας δεύτερος κίνδυνος έχει να κάνει με το στήσιμο της πληρωμής και της διεπαφής χρήστη-τράπεζας κατά την ολοκλήρωση της πληρωμής. Η εταιρεία πρέπει να έρθει σε συμφωνία με τράπεζες ώστε να αναπτύξει και να κάνει την διαδικασία της πληρωμής όσο το δυνατόν πιο εύκολη για τον πελάτη. Η σχέση της εταιρείας με την τράπεζα πρέπει πρωτίστως να είναι σχέση εμπιστοσύνης. Οι τράπεζες πλέον γίνονται πιο απαιτητικές ως προς τα οικονομικά στοιχεία των πελατών τους, και μάλιστα σε μεγάλη έκταση και λεπτομέρεια (ταμειακές ροές, ανάλυση απαιτήσεων, προβλέψεις περιόδου, συχνή σύνταξη ενδιάμεσων ισολογισμών και περιοδικών αποτελεσμάτων χρήσεως).

**

Λύση σε αυτό το ζήτημα , είναι η δημιουργία ενός προωθητικού πλάνου, ώστε το όλο εγχείρημα να είναι βιώσιμο και κερδοφόρο, ώστε να κερδίσει την εμπιστοσύνη της τράπεζας. Πρέπει να φροντίσουμε ώστε τα οικονομικά στοιχεία να αποτυπώνουν την οικονομική κατάσταση κατά τον βέλτιστο τρόπο, καθώς έτσι θα ωφεληθούν οι σχέσεις με την τράπεζα και θα αναπτρωθεί η εμπιστοσύνη.

3.

Ακόμη ένας κίνδυνος είναι η εξαργύρωση των πόντων συλλογής fpoints. Εδώ η εφαρμογή πρέπει να μεριμνήσει για την ίση κατανομή των πόντων και την ίση εξαργύρωση σε κάθε πρατήριο. Ένα πρατήριο μπορεί να μην έχει τις υποδομές και τις παροχές που μπορεί να έχει ένα μεγαλύτερο πρατήριο, με αποτέλεσμα να μην εξαργυρώνονται πόντοι σε αυτό.

**

Μέσω του τμήματος marketing, πρέπει να βρεθεί μια λύση διότι , τα πρατήρια είναι το προϊόν και η αιτία του εγχειρήματος. Μια λύση θα μπορούσε να είναι η μέτρηση πόντων ανεφοδιασμού ή εξαργύρωσης fpoints, στα μικρότερα πρατήρια να πολλαπλασιάζεται x1.5.

4.

Ένας από τους κυριότερους κινδύνους είναι προφανώς η έλλειψη πόρων, τόσο για την υλοποίηση του συστήματος, όσο και για την συντήρηση του μιας και θα απαιτηθεί Τεχνική Υποστήριξη, συντήρηση Server κ.ο.κ.

**

Λύση σε αυτό το πρόβλημα ίσως αποτελέσει η θέσπιση της FuelPay ως start-up και η αναζήτηση πόρων, χρηματοδοτήσεων αλλά και διαμοίραση μετοχικού κεφαλαίου που θα βρεθεί μέσα από εκδηλώσεις ενημέρωσης και προώθησης του συστήματος. Η χρηματοδότηση της επιχείρησης πρέπει να συνάδει απόλυτα με την στρατηγική της και τους κινδύνους που αντιμετωπίζει. Ως κανόνα, η χρηματοδότηση πρέπει να συμβάλλει στην επίτευξη των στρατηγικών στόχων, να είναι και εκείνη ευέλικτη ώστε να προσαρμοστεί ανάλογα με τις εξελίξεις, και να είναι γνωστό εκ των προτέρων εάν κάποιο δικό της στοιχείο προσθέτει νέους κινδύνους και ποιους.

5.

Άλλος ένας κίνδυνος είναι η απόκλιση από τον στόχο, η θέσπιση λάθους στρατηγικής στην εταιρεία και τα σφάλματα στην υλοποίηση.

**

Η στρατηγική μιας επιχείρησης πρέπει να είναι κατανοητή. Πρέπει να ξέρουμε

- 1) τι προϊόντα πουλάμε
- 2) σε ποιους πελάτες απευθυνόμαστε
- 3) πως το υλοποιούμε αυτό για να πετύχουμε

6.

Ακόμη το θεσμικό ή νομοθετικό πλαίσιο είναι πηγή κινδύνου, αφού η εφαρμογή συλλέγει προσωπικά δεδομένα και στοιχεία ιδιωτικής χρήσης, καθώς ο νομοθέτης στην Ελλάδα είναι υπερδραστήριος κατά παράδοση. Η συνεχής παραγωγή και υιοθέτηση Κοινοτικών νόμων και ρυθμίσεων χρήζει μόνιμης παρακολούθησης.

**

Η λύση βρίσκεται στην σύνταξη ενός Νομικού τμήματος της εταιρείας, με τη βοήθεια συμβούλων, όπου θα εντοπίζονται, θα μετριοούνται, θα ιεραρχούνται και όπου είναι εφικτό θα αντισταθμίζονται, οι κίνδυνοι που έρχονται αντιμέτωποι στην επιδίωξη των στόχων.

