**Risk-Assessment**

**Ρίσκο: Κακή έρευνα όσον αφορά τις ζητήσεις της αγοράς, καθώς και έρευνα σχετικά με προϊόντα που παρέχουν σε μεγάλο βαθμό παρόμοιες λειτουργίες.**

* **Συνέπειες: Ενδέχεται να οδηγήσει σε νομικές επιπτώσεις με κατηγορίες παραβίασης πνευματικής ιδιοκτησίας και στην γενικότερη αποτυχία του έργου.**
* **Λύση: Καλύτερη έρευνα αγοράς όσον αφορά την ύπαρξη ή όχι παρόμοιων προϊόντων, εύρεση των αστοχιών τους και υλοποίηση νέων καινοτόμων λειτουργιών.**

**Ρίσκο: Κακή κοστολόγηση σε συνδυασμό με την κακή προώθηση και προβολή του προϊόντος.**

* **Λύση: Έρευνα αγοράς όσον αφορά την καιριότητα του συγκεκριμένου προβλήματος, την ανάγκη και την ευκολία επίλυσής του και το αγοραστικό κοινό.**

**Ρίσκο: Καθυστερήσεις στην βάση που ενδέχεται να προκύψουν από μεγάλο όγκο προϊόντων, καθώς ανάλογα με το είδος της επιχείρησης και το πλήθος των προϊόντων μπορεί είτε να μην χρειάζονται καν ευρετήρια ή να χρειάζονται διαφορετικά ειδικά τροποποιημένα ευρετήρια για γρηγορότερα αποτελέσματα. Για παράδειγμα μια μικρομεσαία επιχείρηση σούπερ μάρκετ μπορεί να διαθέτει μεταξύ 2000 – 3000 κωδικούς όπου δεν είναι απαραίτητα τα ευρετήρια, ενώ το The Mart της Αθήνας περιέχει πολλές χιλιάδες αν όχι εκατομμύρια κωδικούς όπου θα χρειάζονται να γίνονται αναζητήσεις με βάση barcode, ονόματος προϊόντος, συγκεκριμένης κατηγορίας προϊόντων κτλπ.**

* **Λύση: Ανάλυση αναγκών της κάθε επιχείρησης και τροποποίηση του προγράμματος με βάση τις ανάγκες τι εκάστοτε επιχείρησης.**

**Ρίσκο: Τροποποίηση και ένταξη του προγράμματός μας στις διαφορετικές τεχνολογίες που ενδέχεται να χρησιμοποιεί κάθε επιχείρηση. Για παράδειγμα, πολλές εταιρίες όταν τους ζητείται να φτιάξουν ένα τέτοιο σύστημα, χρησιμοποιούν δικά τους σκάνερ με δικό τους πρόγραμμα ταμειακής και δικιά τους βάση. Το δικό μας πρόγραμμα θα πρέπει να αντλεί δεδομένα από την βάση τους και να λειτουργεί ομαλά με το πρόγραμμα της ταμειακής αλλιώς καθίσταται άχρηστο.**

* **Λύση: Θα πρέπει να γίνει η προαπαιτούμενη έρευνα στην κάθε εταιρία ώστε να εντοπισθούν οι ήδη υπάρχουσες τεχνολογίες και να γίνονται στο δικό μας πρόγραμμα οι ανάλογες τροποποιήσεις ώστε να εφαρμόζει στις απαιτήσεις του κάθε συστήματος.**

**Ρίσκο: Εταιρίες με τοπικά προϊόντα που δεν στέλνουν ακόμα τιμολόγια μέσω email δεν θα μπορούν να συμπεριληφθούν στην αυτοματοποιημένη διαδικασία του προγράμματος.**

* **Λύση: Μια λύση στο συγκεκριμένο πρόβλημα θα είναι το σκανάρισμα των τιμολογίων και ύστερα με Optical Character Recognition να γίνεται η εξαγωγή των πεδίων που χρειαζόμαστε. Ωστόσο η τεχνική αυτή δημιουργεί νέο ρίσκο.**

**Ρίσκο: Ορισμένα τιμολόγια έχουν περίεργη μορφοποίηση ή μπορεί να μην φαίνονται καλά όλες οι πληροφορίες που χρειαζόμαστε. Οπότε, ή θα δυσκολεύεται πολύ η εξαγωγή της πληροφορίας με Optical Character Recognition ή δεν θα μπορεί να επιτευχθεί καθόλου.**

* **Ρίσκο: Ορισμένα προϊόντα αγοράζονται ως τεμάχια με συγκεκριμένο barcode αλλά ενδέχεται να πουληθούν χύμα, που σημαίνει ότι θα πρέπει με διαφορετική μέθοδο να υπολογιστεί και να αποθηκευτεί στην βάση ο τρόπος και το κόστος του προϊόντος. Για παράδειγμα πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις αγοράζουν σακούλες όσπριων 10 και 20 κιλών και τα πουλούν χύμα. Το μεγάλο σακί μπορεί να έχει συγκεκριμένη τιμή στο τιμολόγιο για να αποθηκευτεί στη βάση, αλλά θα πρέπει με μια ξεχωριστή μέθοδο να αποθηκευτεί η τιμή του κιλού, στη συγκεκριμένη περίπτωση. Οπότε, θα πρέπει το πρόγραμμα να αναγνωρίζει αυτά τα προϊόντα και να τα κατατάσσει σε μια διαφορετική κατηγορία.**