

Επιχειρηματικότητα, από την

ιστορικοί δεσμοί, οικονομικοί/ πολιτικοί, κοινωνικοί ή πολιτιστικοί παράγοντες.

Παρά τα εμφανή πλεονεκτήματα της διεθνικής διαφοροποίησης από την ελαχιστοποίηση του αναλαμβανόμενου επενδυτικού κινδύνου, πολλοί επιχειρηματίες εξακολουθούν να αποφεύγουν να δραστηριοποιηθούν εκτός των στενών ορίων της χώρας μας. Αυτό είναι ένα σημαντικό συμπεριφορικό σφάλμα, αφού η Ελλάδα είναι μία μικρή σε πληθυσμό χώρα (μισή Κωνσταντινούπολη ή μισό Κάιρο!) με τραυματισμένη ψυχολογίας - υπερκρεωμένα νοικοκυριά.

Η λύση είναι οι εξαγωγές και ο προσανατολισμός σε χώρες με μεγάλο πληθυσμό (μεγάλη αγορά), χαμηλό δανεισμό και συνεχόμενης ανάπτυξης, όπως είναι η Κίνα, η Ινδία, η Ρωσία, η Βραζιλία και η Τουρκία. Ήδη, στη διάρκεια της κρίσης έχουν αυξηθεί οι εξαγωγές μας, μάλλον από το ένστικτο επιβίωσης των επιχειρηματιών παρά από μία συνειδητή κυβερνητική στρατηγική πολιτικής εξαγωγών.

Ακόμη ένα σημαντικό συμπεριφορικό σφάλμα στο χώρο των επιχειρήσεων είναι η υπερβολική αυτοπεποίθηση που παρουσιάζουν οι managers και που πολλές φορές αναδεικνύεται ως καθοριστικός παράγοντας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (De Bond & Thaler, 1995). Η υπερβολική αυτοπεποίθηση πολλές φορές μετατρέπεται σε αλαζονεία, ιδιαίτερα μετά από επιτυχημένες επιχειρηματικές συμφωνίες. Το παράδειγμα της αλαζονείας του Sir Fred Goodwin της Royal Bank Scotland που πλήρωσε ένα υπερβολικό τίμημα για την εξαγορά της ABN-AMRO μέσω leverage - buyout στη χειρότερη στιγμή, είναι ίσως η σημαντικότερη επιχειρηματική αποτυχία όλων των εποχών. Παράλληλα, η μελέτη των Cooper et al.



“ Η λύση είναι οι εξαγωγές και ο προσανατολισμός σε χώρες με μεγάλο πληθυσμό (μεγάλη αγορά), χαμηλό δανεισμό και συνεχόμενης ανάπτυξης όπως είναι η Κίνα, η Ινδία, η Ρωσία, η Βραζιλία και η Τουρκία ”

(1988) συναινεί ότι οι ιδιοκτήτες νέων επιχειρήσεων εκτιμούν, ότι η πιθανότητα επιτυχίας της επιχειρήσής τους είναι 70%, ενώ η πιθανότητα επιτυχίας μιας αντίστοιχης επιχείρησης είναι μόλις 39%.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να αποφεύγουν το αποτέλεσμα του χαμένου κόστους (sunk cost) (Thaler, 1980). Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που οι διοικήσεις των επιχειρήσεων επιμένουν να επενδύουν σε ζημιόγones επενδύσεις/ επιχειρηματικές αποφάσεις, με σκοπό να αποφύγουν να συνειδητοποιήσουν τη ζημιά που θα έπληττε σημαντικά την αυτοπεποίθησή τους, αλλή και το δυσάρεστο συναί-

σθημα της μετάνοιας (regret aversion). Αυτά τα σφάλματα σε συνδυασμό με άλλες σημαντικές συμπεριφορικές παγίδες, όπως είναι το σφάλμα της πρόσφατης κατάστασης, η αποστροφή απώλειας, η συμπεριφορά της αγέλης, ο περιορισμένος αυτοέλεγχος, το σφάλμα επιβεβαίωσης, κ.λπ. πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπ' όψιν στη διαδικασία λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων, καθώς μπορεί να αποδειχθούν μοιραία για το μέλλον μιας επιχείρησης. ¹

Ο κύριος Νικόλαος Φίλιππος είναι Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς