

Kapitola Sebe prezentace a příjmy

úsek	text	datum	Shrnutí odstavce
	<p>Každý člověk uskutečňuje nějaké své projekty a pomáhá v určité míře rozvíjet projekty druhých. K tomu potřebuje zdroje, a poukázkou na zdroje jsou obvykle peníze. Je pravda, že někdy získáme podporu od druhých nezištně, darem. Ale nezapomínejme na z toho pramenící závazky, jako vděčnost, které se dají rovněž převést na peníze (viz kapitola "Vděčnost a stanovení hodnoty", Díl 1).</p> <p>Jenže aby získal jedinec A1 peníze, musí přesvědčit ostatní (ať už chtějí, nebo ne), aby mu je dali.</p> <p>Při přesvědčování je potřebná sebe prezentace. A na sebe prezentaci potřebuje A1 peníze.</p> <p>Lze tedy předpokládat, že část peněz, které A1 získá od ostatních, je předem určena k další sebe prezentaci. Jak velká část by to měla být? Firmy řeší tento problém ve výdajích na reklamu. Osoby typu jedince A1 sem investují např. do oděvů, hodinek, telefonů, aut, vybavení domácnosti, dovolené, ale také do okázalého plýtvání.</p> <p>Ve většině míst na Zemi je z klimatických důvodů oděv nezbytný. Ale luxusní oděv jde nad to. Kromě možné vyšší pohodlnosti přináší osobě status podle pořekadla "Šaty dělají člověka."</p> <p>Zkusme si tedy stanovit nějaký poměr zdrojů, které jedinec A1 získal, a to mezi část používanou na sebe prezentaci a část na samotný projekt.</p> <p>Nejprve si to předvedme na příkladu:</p>		
Příklad1	<p>Pan A1 prodává pojištění. Přibližně chápe položky tabulky, které má s klientem vyplnit, ale pojistné matematické do hloubky nerozumí. Nabízí typové pojistky, které spočítal někdo jiný. Stejnou práci koná i pan B1.</p> <p>Pan A1 se dosud oblékal podobně jako B1, ale nyní se rozhodl investovat do svého vzhledu více peněz s vírou, že se mu tak podaří uzavřít více a dražších pojistek, čímž z nich získá pro sebe větší provizi.</p> <p>Pořídí si oblek od krejčího na míru, luxusní boty, hodinky, a moderní sestřih u špičkového kadeřníka. Do této akce vložil 50000 Gratů. (Pozn. 100 Gratů je ekvivalent obživy na jeden den)</p> <p>Tím, že nyní méně lidí odmítne kontakt s ním, zvýší počet navázaných kontaktů o 30% a tím se mu podaří zvýšit i podíl uzavřených pojistek o 30%.</p> <p>Fakt, že při jednáních dobře vypadá, podněcuje mysl klientů, kteří vedle něho nechtějí vypadat jako škulilové. Proto se mu daří uzavírat dražší pojistky a to o 20%. Zvýšil tedy své příjmy o $1,3 * 1,2 - 1 = 0,56 = 56\%$</p> <p>Pokud jeho plat byl dříve 20000 Gratů měsíčně, nově bude jeho příjem o 11200 Gratů vyšší. Investice 50000 Gratů by se měla vrátit za méně, než 5 měsíců.</p>		

Avšak oblek stárne, potřebuje čistírnu, za rok každodenního nošení bude opotřebený. Luxusní účes pomine podstatně dříve. Připusťme, že další průběžné výdaje za rok budou 30000 Gratů.

Uvažujme, že takto úspěšný bude 5 let, než začnou stejný postup používat i ostatní, jako pan B1. Pak se jeho zisk poněkud sníží.

$5 * 30000 + 50000 = 200000$ Gratů

Tedy roční průměrné výdaje pana A1 jsou o 40000 Gratů vyšší, než u pana B1, zatímco roční průměrné příjmy jsou o 134400 Gratů vyšší. Aktivní výsledek je tedy 94400 Gratů ročně.

Příklad2 Podívejme se nyní na modifikovaný příklad, v němž si navíc koupí místo běžného auta za 300000 Gratů luxusní model za 1300000 Gratů.

Auto po 5 letech bude mít zůstatkovou cenu $50\% = 650000$ Gratů.

Tedy roční náklady pana A1 vzrostou oproti vozu za 300000 Gratů o 100000 Gratů. Ovšem počet uzavřených smluv již dále nevzroste, pouze se mírně navýší částky uzavíraných pojistek, řekněme o dalších 10%. Tedy proti panu B1 má výhodu o $1,3 * 1,3 - 1 = 69\%$ vyšší.

To znamená ročně vyšší příjem o 165000 Gratů proti panu B1, ale po odečtení nákladů 1000000 Gratů a 40000 Gratů zůstane 25600 Gratů, což je ovšem více než 3 x horší, než bez luxusního auta.

Pokud by si pan A1 pořídil ještě luxusnější automobil, dostal by se do ztráty.

Touto úvahou jsem naznačil metodu důkazu pro tvrzení, že :

Tvrzení Pro míru sebe prezentace existuje optimum.

Vyjďeme z tohoto tvrzení a zkoumejme důsledky:

Odůvodnění Viz Příklad1 a Příklad2

Důsledek k1 **Spořivá sebe prezentace ochuzuje**

Člověk, který investuje do své sebe prezentace méně, než je jeho optimum, uskuteční méně projektů, než odpovídá jeho schopnostem.

Důsledek k2 **Rozmařilá sebe prezentace ochuzuje**

Člověk, který investuje do své sebe prezentace více než je jeho optimum, uskuteční méně projektů, než odpovídá jeho schopnostem a navíc může závažně ztroskotat.

Důsledek k3 **Skupinové optimum sebe prezentace jednotlivců.**

Pro skupinu je vhodné, blíží-li se u každého člena podíl zdrojů k sebe prezentaci jeho optimu.

Důsledek k4 **Soutěž v sebe prezentaci**

Pro konkurenty uvnitř skupiny je strategicky výhodné vychylovat jeden druhého z optima a to buď provokováním k vyšším investicím až plýtvání, nebo naopak zastrahováním za účelem snížení uplatnitelnosti.

V Důsledku4 je obsažen paradox skupiny. Skupina, v níž probíhají vyostřené konflikty podle této strategie, ztrácí důležitou část svých zdrojů v konkurenci s jinými skupinami.

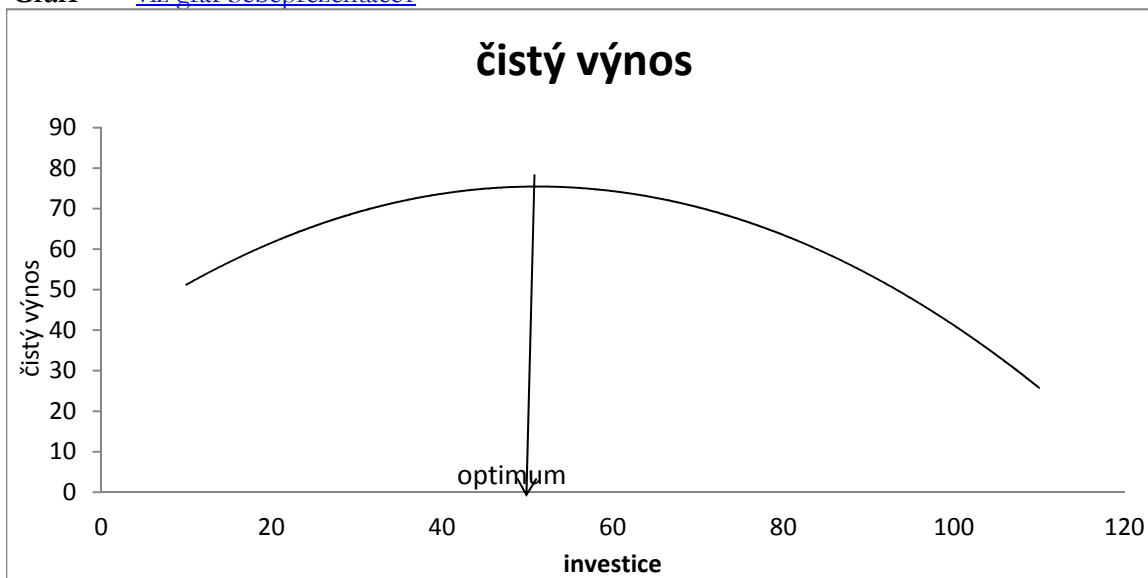
Důsledek k5 Regulece míry sebe prezentace ve skupině

Úspěšné skupiny regulují v rozumné míře (např. kulturními nebo náboženskými pravidly) přílišné výchylky popsané v Důsledku4.

Ještě nám zbývá otázka zjištění optima pro konkrétní osobu.

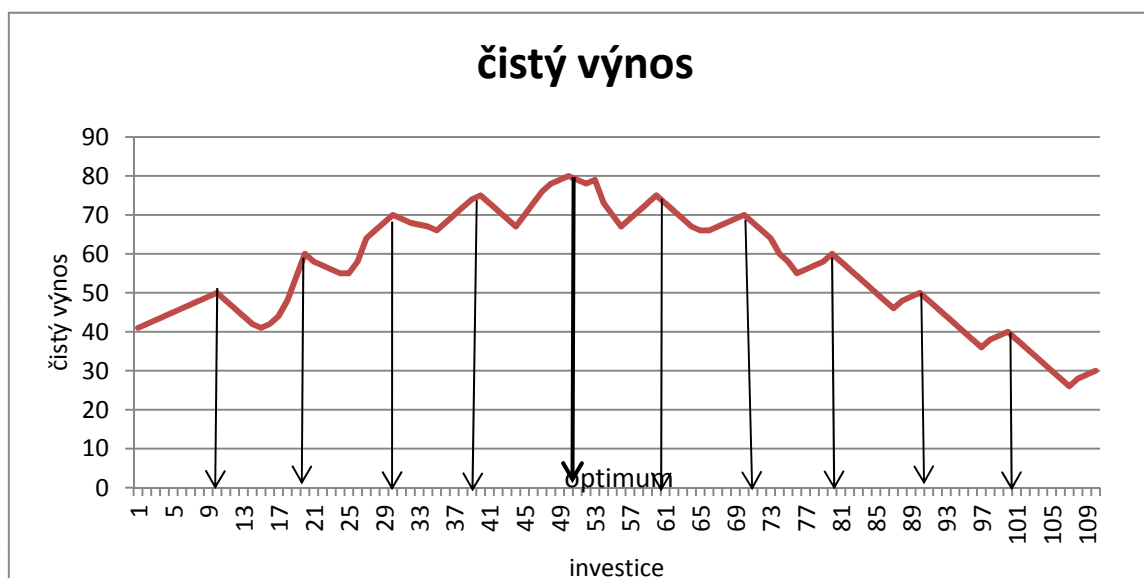
Zjednodušený pohled na průběh funkce sebe prezentace:

Graf1 [viz graf Sebe prezentace1](#)



a možný složitější průběh:

Graf2 [viz graf Sebe prezentace2](#)



Vysvětlivka Na vodorovné ose jsou investice do sebe prezentace v tisících Gratů. Na svislé ose je čistý výnos z příslušné investice.

Graf je malován spojitě, ovšem nemusí tomu tak nutně být. Koupě auta je třeba značný skok. Ovšem vždy lze uvažovat o investici na úvěr, kde na jedince připadá malá denní splátka.

Některé motivační knihy doporučují pustit se do projektů a investovat do sebe prezentace, na kterou možná nemáme, a přitom se nebát krachu a možná ho dokonce vítat.

Smysl takové rady zřejmě nahlédneme tak, že u složitějšího průběhu Grafu2 osoba při zjišťování svého optima zdola ustrne na prvním lokálním maximu. Pokud poslechne výše citovanou radu, projde ve skutečnosti celý interval až do zřejmého krachu, a tak získá zkušenost s nejvyšším lokálním maximem = optimem.

Pak se může vrátit k investicím do sebe prezentace k tomuto optimu. Při dostatečně dlouhém setrvání zde se prodělaný krach může zaplatit a stát se výhodou.

Důsledek k6 **Hledání optima sebe prezentace riskováním**

Při hledání optima musí jedinec přiměřeně riskovat a dovést míru své sebe prezentace až do ztráty, aby "ohmatal" celý interval a nezastavil se na prvním lokálním maximu.

Důsledek k7 **Výhoda bohatých v míře sebe prezentace.**

Děti bohatých rodičů mohou snáze najít své osobní optimum, protože ztrátu z krachu rodiče spíše tolerují a za potomka se zaručí.

Důsledek k8 **Sponzorství supluje bohaté rodiče**

Podobný účinek jako Důsledek 7 může mít promyšlené sponzorství. Tam je ovšem sázka na úspěch sponzorovaného obvykle svázána s následným zvýšením podílu na jeho zisku pro sponzora.