

МІСЦЕ ТА РОЛЬ СОЦІОПАТІЇ У МАРКЕТИНГУ

Студ. Яренко Г.О.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Соціопатів визначають як людей, що відступають у своїй поведінці від прийнятих соціальних норм. Соціопатія пов'язана не тільки з дитячими травмами, але і з середовищем, в якій розвивалася людина. Соціопати схильні до нервозності, легко дратуються. Психіка нестійка, присутні часті емоційні спалахи. Вони, що називається, легко входять в раж. Рівень освіти зазвичай низький, як і соціальний рівень. Часто змінюють роботу. Хоча вони не схильні дотримуватися суспільних правил, але можуть формувати прихильність до окремих людей або групам людей («я не є членом вашого товариства, я член банди»). Вчинки імпульсивні. Їх злочини, включаючи вбивства, більше спонтанні, ніж заплановані.

Таким чином, соціопат – індивід з патологічною нездатністю або небажанням до адаптації в соціумі. Постає питання, соціопатія – це добре чи погано? У житті – швидше погано, а в бізнесі – неоднозначно ...Чи допомагає соціопатія при побудові великого бізнесу? Звичайний бізнес може створити будь-яка людина, що володіє підприємницькими нахилами. А великий бізнес? Придивившись до найбільш значущих постатей в ІТ-бізнесі (Гейтс, Джобс, Цукерберг), можна виявити, що ці люди були неймовірно сфокусовані на своїй справі. Настільки, що часом забували про елементарні людські потреби – такі як сон, їжа тощо. Їх пріоритети сильно різнилися з пріоритетами простих людей. Тому ІТ-підприємці завжди були для обивателів такими собі «диваками» ... Маса відмінностей і небажання їх згладжувати (а тим більше усувати) формували досить стійкий «вододіл» між тими й іншими. Так як же ці видатні підприємці змінювали світ, в якому самі жили відлюдниками? Впливали на людей, суспільство яких уникали? Все дуже просто. Вони бачили проблеми суспільства та вміло їх вирішували.

Для успіху в бізнесі і громадських реформах, необхідно задовольняти людські потреби. А щоб виявити проблему, що вимагає рішення, потрібно її спершу побачити. Але побачити проблему можна тільки тоді, коли доступна цілісна картина. А для цього потрібно відійти. Складно побачити проблеми людей, перебуваючи в самій гущі натовпу – занадто близько. При цьому зайве віддалення також не дає побачити проблему – занадто далеко. У цій ситуації лідеру, з одного боку, не потрібно занадто віддалятися від людей, а з іншого – надто наближатися. Завдання успішного підприємця – правильно визначити необхідну відстань. Але найголовніше – завжди відокремлювати себе від інших. Адже тільки так можна вплинути на навколишній світ. Лише розділившись, можна отримати суб'єкт і об'єкт впливу. Цвях не може забити себе сам. Для цього потрібен молоток. Логічно, що й для суспільних змін завжди потрібен зовнішній керівник.

А чому соціопатичним підприємцям нерідко вдається побудувати саме великий бізнес? У них краще, ніж у інших, розвинений «проблемний зір». Зосередившись спершу на час пошуку проблеми, а потім на підборі її вирішення, можна виконати завдання краще за інших. І чим більше зосереджений підприємець на проблемі і її вирішенні, тим більш успішний його бізнес. У вічному пошуку немає місця для того, щоб гаяти час, вести пусті розмови та проводити марні тусовки. Хоча для багатьох обивателів це відмінний спосіб зайняти свій час. Але у них інші завдання. Для великого лідера марна трата часу – недозволена розкіш. Відсотків 70-80 їх неспання займає робота. Весь інший час – це «зарядка батарей». Природно, вирішувати проблеми суспільства можна і без соціопатії. Проте, будувати видатний бізнес, нічим не жертвуючи (особливо соціальною активністю) – ще нікому не вдалося.