

21,4% работодателей обращают на внешний вид соискателей при трудоустройстве и основываются на нем при принятии решения о приеме на работу. Такие данные получили аналитики проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» и платформы «Академия Здоровья» по итогам исследования для Аналитического центра «АльфаСтрахование».

Наиболее пристальное внимание внешнему виду возможных сотрудников уделяют в сфере обслуживания (26,7%) и при трудоустройстве административного персонала (21,2%). При собеседовании смотрят, в первую очередь, на опрятность соискателя (22,1%), на его прическу (19,6%), на состояние кожи лица и ухоженности рук (19,4%), на обувь (18,8%), на аксессуары (17,5%), а также обращают внимание на парфюм (16,3%). Помимо этого, оценивают макияж и состояние зубов, а также иногда – физическую форму.

17,4% участников исследования хотя бы раз отказывали соискателю в трудоустройстве из-за внешнего вида. В большинстве случаев причиной стал неопрятный внешний вид, так ответили 28,7% тех, кто принимал решение об отказе. 12,4% обратили внимание, что решение было принято из-за несоответствия внешний параметров внутренним установкам компании.

При этом 19,3% работодателей принимали решение о трудоустройстве соискателя с нестандартными данными и радикальным внешним видом, опустив требования делового этикета и руководствуясь опытом работы и подходом к рабочим процессам.

«Совершенно очевидно, что есть ряд отраслей, где существуют довольно строгие требования ко внешнему виду, которыми нет возможности поступиться. Хотя и в них действуют умеренные послабления, например, если у соискателя есть татуировки, которые он может скрыть от окружающих. Но в основной массе отраслей финальная оценка работника по его внешнему виду – архаизм. Конечно, это не касается общепризнанных общественных норм опрятности, ухода за собой, базовых правил нахождения в коллективе. Радует, что все больше работодателей создают комфортные условия для сотрудников, давая им возможность адекватного самовыражения через

внешний вид без перегибов и эпатажа, которые также могут быть востребованными, но уже в определенных сферах», – говорит Алиса Безлюдова, директор департамента маркетинга «Медицина» «АльфаСтрахование».

Участие в опросе приняли 1568 человек от 18 до 59 лет.

Википедия страхования