

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общей и социальной психологии

**ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РЕКРУТЕРОВ ОБ
ИДЕАЛЬНОМ ОФОРМЛЕНИИ ВНЕШНОСТИ
КАНДИДАТА НА ВАКАНСИЮ**

Полное наименование темы выпускной квалификационной работы

АВТОРЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ МАГИСТРА

Студента 2 курса 263 группы

Направления 37.03.01 «Психология»

Факультета психологии

Абулгатина Армана Амерхановича

(ФИО студента)

Научный руководитель

доцент, к.пед.н.

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

М.В. Жижина

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

профессор, д.псих.н.

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Л.Н. Аксеновская

инициалы, фамилия

Саратов, 2017

Введение

Актуальность и проблема исследования

Эффективность функционирования организации напрямую зависит от компетентности работающих в ней сотрудников и соответственно от точности подбора персонала. Несмотря на то, что этот процесс является достаточно регламентированной процедурой, в нем могут проявляться эффекты восприятия человека человеком, которые способны исказить действительность и, таким образом, приводить к ошибкам в принятии решения о приеме сотрудника на работу. В настоящее время, в условиях глобализации и возросшей роли СМИ значение приобретает качественный отбор и фильтрация потоков «входящей» информации. В процессе подбора персонала специалист принимает решение о кандидате на представленную вакансию в условиях ограниченного времени и информации. При этом внешность кандидата может стать причиной неправильной оценки профессиональных качеств кандидата и возможной потери ценного работника, если в процессе подбора персонала у специалиста проявятся стереотипы.. Таким образом представляется необходимым изучение представлений рекрутеров об идеальном оформлении внешности кандидата на вакансию при подборе персонала для принятия в дальнейшем более качественных решений при осуществлении найма людей.

Объект исследования рекрутеры кадрового агентства (КЦ Аквариум) и отделов управления персоналом (Связной, ЕРАМ) г. Саратов.

Предмет исследования особенности представлений рекрутеров об идеальном оформлении внешности кандидата на вакансию.

Цель работы - на основе анализа теоретических источников и результатов практического исследования, выявить и проанализировать представления рекрутеров об идеальном оформлении внешности кандидата на вакансию.

Гипотезы исследования:

- 1) На собеседовании внешность является значимой характеристикой, влияющей на оценку рекрутером кандидата на вакансию при прохождении собеседования;
- 2) Существенное влияние на процесс формирования впечатления о кандидате на вакансию при прохождении собеседования оказывает его одежда;
- 3) У рекрутеров имеются определенные предпочтения в оформлении внешности кандидатов на вакансию при прохождении собеседования;
- 4) Имидж кандидатов на вакансию как феномен социально-психологической перцепции субъектов восприятия проявляется в особенностях, которые относятся к различным социально-психологическим имиджесоставляющим факторам и компонентам субъекта-образа восприятия:
 - а) аттракция (притяжение субъекта познания к объекту восприятия),
 - б) интенция (направленность субъекта познания на объект восприятия),
 - в) личностно-субъектная: компоненты имиджа (внешний, внутренний, процессуальный, ядро имиджа, интегральная удовлетворенность имиджем).

В соответствии с целью и гипотезой исследования были определены следующие задачи:

- 1) Раскрыть специфику процесса подбора персонала, его структурное содержание и психологические особенности при реализации;
- 2) Анализ теоретических источников по проблеме исследования внешности и ее оформления как психологического феномена;
- 3) Эмпирическим способом выявить и проанализировать представления рекрутеров об идеальной внешности кандидата на вакансию.

- 4) Провести сравнительный анализ представлений рекрутеров об идеальной внешности кандидата на вакансию и представлений обычных людей, которые посещали собеседование хотя бы раз.

Эмпирическая база исследования. Всего в исследовании приняло участие 50 человек, из них 20 рекрутеров кадрового агентства (КЦ Аквариум) и отделов управления персоналом (Связной ЮГ, ЕРАМ), с опытом работы в сфере подбора персонала от 3-х лет, а так же 30 респондентов – обычных людей, посещавших собеседование хотя бы раз.

Теоретическую основу исследования составляют общенаучные и отдельные теории и концепции, касающиеся проблем познания человека человеком Л.С. Выготского, С.Л. Рубинштейна, А.Р. Лурии, Г.Г. Шпета, Г.М. Адреевой, И. Гоффмана, А.А. Бодалева, В.Н. Панферова, В.Е. Ключко, М.И. Килошенко, В.А. Лабунской, И. П. Шкуратовой, Е.А. Петровой и другими.

Методика исследования включала изучение литературных источников по проблемам управления персоналом, психологии внешности человека, предусматривала опрос, беседу и анализ полученных данных.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Результаты данного исследования вносят существенный вклад в развитие теоретических представлений об оформлении внешности при трудоустройстве как социально-психологическом феномене.

Выполненное исследование расширяет теоретические представления о идеальной внешности кандидата на вакансию, вносит существенный вклад в социальную психологию делового общения, управления впечатлением и создания имиджа. Оно представляет интерес и для кадрового менеджмента – при подготовке рекрутеров и менеджеров по персоналу, для совершения более качественного отбора персонала при осуществлении найма людей.

Результаты исследования могут быть использованы в консультативной деятельности по созданию и управлению имиджем, в работе тренинговых

занятий и мастер-классов. Они также могут применяться при чтении курсов по социальной психологии личности, по психологии делового общения и т.д.

В теоретической главе мы определили процесс подбора персонала как систему целенаправленных действий по поиску и принятию на работу сотрудников соответствующей квалификации и в достаточном количестве, чтобы удовлетворить потребности компании. Также была определена и цель данного процесса, которая заключается в обеспечении максимального соответствия между работниками и деятельностью на занимаемой ими должности, так как невозможно осуществить оптимизацию человеческих ресурсов, если данное соответствие отсутствует.

Было выявлено, что процесс подбора персонала является важным звеном в функционировании современных организаций. Достоверно проведенная оценка кандидатов на этапе подбора позволяет избежать в дальнейшем таких проблем как высокая текучесть кадров, плохой морально-психологический климат, низкая трудовая и исполнительская дисциплина и, как итог, отсутствие финансовых потерь.

Нами было определено, что процесс подбора персонала представляет собой взаимодействие рекрутера (менеджера по подбору персонала) и соискателя (кандидата) и обычно состоит из нескольких этапов (ступеней), которые могут выстраиваться в разной последовательности в зависимости от условий конкретной ситуации. Наиболее значимым этапом является первичный отбор, на котором специалист по подбору персонала оценивает резюме кандидата, проводит собеседование. На нем происходит оценка имеющейся информации о кандидате, на основании которой рекрутер принимает решение о дальнейшем его продвижении.

Таким образом, проведенный теоретический анализ показал, что процесс подбора персонала является важным звеном в функционировании современных организаций. Кадровое собеседование, как один из способов отбора персонала, является действенным и универсальным инструментом оценки персонала.

Во втором параграфе было установлено, что проблема внешности человека относится к числу сложных психологических проблем в силу ее полидисциплинарности и широкой представленности в социальной антропологии, культурологии, социологии и других науках, что затрудняет ее объективацию как психологической проблемы. Было определено, что в психологии используется широкий спектр понятий: «внешность», «внешний облик», «внешний вид», «имидж», «образ», «костюм».

В ходе анализа было выявлено, что среди множества факторов, внешность может оказывать решающее значение, как на результат собеседования в целом, так и на отдельные компоненты - оплату труда, статус должности, что не может не отражаться на функционировании и развитии организации.

Также мы установили, что внешность, будучи объектом изучения различных направлений психологии, является средством объективации и интерпретации человека, его категоризации и идентификации, а также орудием экспрессивно – импрессивного проявления личности посредством трех компонентов: устойчивого, среднеустойчивого и динамического компонентов.

В третьем параграфе работы было выявлено, что понятие «костюм» рассматривается как в узком, так и широком смыслах. В широком смысле, костюм представляет собой комплекс одежды на человеке - грим, прическу, обувь, аксессуары, а в узком смысле понятие «костюм» обозначается как определенная образно-художественная система частей одежды, характеризующая индивидуальность человека или группы людей.

Необходимо отметить - костюм помогает создать конвенциональный образ человека, является средством самопрезентации личности; это не только внешние признаки и характеристика представляемой индивидуальности, но и средство воздействия на других людей.

Костюм, как среднеустойчивый компонент внешности, представляет собой определенную сигнально-знаковую систему предметов и элементов

одежды, объединенных единым замыслом и назначением, транслирующим социальную, национальную, региональную принадлежность человека, его пол, возраст, профессию. Для костюма характерна определенная структура и выполнение различных функций, а также формирование собственного языка общения. Немаловажную роль в этом играет цвет, форма и фасон костюма.

Обобщая вторую главу, где было представлено практическое исследование, направленное на изучение представлений рекрутеров об идеальной внешности кандидата на вакансию можно сделать ряд выводов:

- Среди качеств кандидатов на вакансию внешность является значимой характеристикой, которая влияет на положительную или отрицательную оценку рекрутером кандидата на вакансию при прохождении собеседования;

- Ключевую роль во внешности кандидата на вакансию при прохождении собеседования играет одежда, которая оказывает существенное влияние на процесс формирования впечатления о кандидате на вакансию при прохождении собеседования;

- В предпочтениях рекрутеров доминируют «Деловой», «Строгий», «Аккуратный» и «Классический» стили одежды кандидатов на вакансию при прохождении собеседования;

- Установлено, что в представлениях рекрутеров имидж кандидатов на вакансию, представленных на фотографиях, проявляется в социально-психологических особенностях, которые относятся к составным факторам субъекта-образа восприятия: аттракция, интенция, статус;

- Наиболее значимым фактором при оценивании имиджа кандидатов на вакансию представленных на фотографиях является аттракция;

- В представлениях рекрутеров и обычных людей, посещавших собеседование хотя бы раз, относительно оформления внешности человека при прохождении собеседования имеются значимые различия, которые могут оказывать влияние на результат собеседования, и тем самым игнорировать главный принцип оценки персонала – объективность оценки.

- Для совпадения представлений рекрутеров и представлений кандидатов на вакансию, формирования благоприятного впечатления о кандидате на вакансию и получения положительного результата собеседования для обеих сторон, на наш взгляд, необходимо повышение уровня знаний этикета делового общения, посредством изучения специализированной литературы, прохождения тренингов и мастер – классов по успешному трудоустройству и эффективному прохождению собеседования.

Заключение

На основе анализа теоретических источников и результатов практических исследований, удалось выявить и проанализировать представления рекрутеров об идеальной внешности кандидата на вакансию.

Теоретический анализ позволил структурно рассмотреть основные особенности процесса подбора персонала, психологические и методологические основы изучения проблемы оформления внешности личности, как в работах отечественных, так и зарубежных психологов. Анализ изученной литературы позволил выявить, что кадровое собеседование, как один из способов отбора персонала, является действенным и универсальным инструментом оценки персонала.

Также в ходе анализа удалось выявить, что внешность может оказывать решающее значение, как на результат собеседования в целом, так и на отдельные компоненты - оплату труда, статус должности и т.д.

Результаты всего исследования позволили подтвердить гипотезы о том, что:

- Во-первых, среди качеств кандидатов на вакансию внешность является значимой характеристикой, которая влияет на положительную или отрицательную оценку рекрутером кандидата на вакансию при прохождении собеседования.
- Во-вторых, ключевую роль во внешности кандидата на вакансию при прохождении собеседования играет одежда, которая оказывает

существенное влияние на процесс формирования впечатления о кандидате на вакансию при прохождении собеседования.

- В-третьих, у рекрутеров имеются определенные предпочтения в оформлении внешности кандидатов на вакансию при прохождении собеседования и среди них доминируют «Деловой», «Строгий», «Аккуратный» и «Классический» стили одежды.
- В-четвертых, в представлениях рекрутеров имидж кандидатов на вакансию, представленных на фотографиях, проявляется в социально-психологических особенностях, которые относятся к составным факторам субъекта-образа восприятия: аттракция, интенция, статус. Наиболее значимым фактором при оценивании имиджа кандидатов на вакансию является аттракция.

Проведенный сравнительный анализ представлений рекрутеров об идеальной внешности кандидата на вакансию и представлений обычных людей, которые посещали собеседование хотя бы раз, показал значимые различия в представлениях об оформлении внешности кандидата на вакансию, которые могут оказывать влияние на результат собеседования, и тем самым игнорировать главный принцип оценки персонала - объективность оценки

В заключение отметим, что для конгруэнтности представлений рекрутеров и представлений кандидатов на вакансию, формирования благоприятного впечатления о кандидате на вакансию и получения положительного результата собеседования, на наш взгляд, необходимо создавать условия для развития деловой атмосферы во время проведения собеседования, формирования эстетического вкуса и культуры одежды, повышение уровня знаний этикета делового общения, посредством изучения специализированной литературы, прохождения тренингов и мастер – классов по успешному трудоустройству и эффективному прохождению собеседования.

