

ABSTRAKT

Tato studie odhaluje novou oblast v ekonomii trhu práce poskytnutím přímých důkazů o potenciální diskriminaci mezi atraktivními a neatraktivními žadateli o práci. Studie využívá terénní experiment, takzvaný „CV přístup k testování“ (Jowell and Prescott-Clarke, 1970) pro to, aby byla určena diskriminace při rekrutování na základě fyzické atraktivity. Dva jedinci, kteří jsou stejní ve všech vyžadovaných a požadovaných pracovních atributech kromě fyzické atraktivity, se přihlásí o stejné místo. Odpovědi jsou pečlivě dokumentovány a diskriminace je měřena tím, který žadatel o práci je pozván na pracovní pohovor ve srovnání s druhým. Přijímací fotografie jsou využity k posouzení úrovně diskriminace v souvislosti s fyzickou atraktivností žadatele. Experiment je proveden v souboru 990 německých firem. Výsledky ukazují, že atraktivní kandidáti mají v průměru o 14 % větší pravděpodobnost, že budou pozváni na interview.

To, že má krása pozitivní dopad na výsledky na pracovním trhu, ukázali Hamermesh a Biddle (1994), kteří tomu dali přezdívku „příplatek za krásu“. Pozdější výzkum v psychologii pak ukázal, že krása slouží jako signál pro inteligenci (Kanazawa and Kovar, 2004). Výsledky této studie, využívající data z National University of La Plata, Argentina, ukazují, že fyzicky atraktivní zaměstnanci získávají „příplatek za krásu“ kvůli tomu, že krása je signálem pro inteligenci, než aby byla výsledkem očekávané produktivity přímo spjaté s fyzickou atraktivitou nebo diskriminací ze strany zaměstnavatele. Vyplývá, že „příplatek za krásu“ platí pro zaměstnance s krátkou a střední dobou v zaměstnání, ne ale pro zaměstnance s dlouhou dobou v zaměstnání. Na druhou stranu „příplatek za inteligenci“ se zvyšuje s dobou v zaměstnání. Tyto výsledky jsou vysvětleny efektem signalizačním efektem krásy, který slábne s tím, jak zaměstnavatelé získávají více informací o zaměstnancích.

Závěrečná část studie zkoumá dopad fyzické atraktivity na rozhodování o odměňování řídicích pracovníků ve vzorku 450 veřejně obchodovaných společností v Německu. Výsledky ukazují, že fyzicky atraktivní ředitelé mají významný příplatek ve formě vyšší celkové odměny: nárůst o jednu standardní deviaci v použitém měřítku fyzické atraktivity zvyšuje celkovou odměnu

ředitele o 9 %. Tento příplatek však v konečném důsledku klesá na nulu, čím delší je předchozí pracovní praxe a doba v pozici ředitele. „Příplatek za krásu“ může sloužit jako signál pracovního výkonu na začátku kariéry a pracovního kontraktu, ale slábne během času, jak jsou pozorovány skutečné výsledky v práci.