

**Индивидуальный имидж как фактор объективного профессионального успеха на примере сотрудников салона красоты**

**Научный руководитель – Антонова Наталья Викторовна**

*Алимова Малика Дустмуратовна*

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

*E-mail: melmik96@mail.ru*

Объективный профессиональный успех - это положительный результат в деятельности, который могут оценить окружающие люди [5]. Измерить его можно через следующие составляющие: заработная плата, занимаемая должность в иерархии организации [4]. Для сотрудников салона красоты нами были выделены следующие параметрами объективного профессионального успеха: заработная плата, среднее количество обслуженных клиентов в месяц, средний показатель занятости сотрудника (соотношение реальной занятости к возможной), средняя оценка профессионализма, предоставляемая всеми клиентами.

В качестве фактора, влияющего на успех, был рассмотрен индивидуальный имидж. Индивидуальный имидж - это представление, в котором в сложном взаимодействии определенным образом соединены внешние и внутренние характеристики объекта. Имидж отражает впечатление, которое производит его носитель. Проявляясь как феномен индивидуального, группового или массового сознания имидж является комплексным образом, включающим семиотические, когнитивные и образные составляющие и обладает рядом свойств [1]. Таким образом, имидж понимается как символический образ, оформляемый с помощью вербальных и невербальных знаков, кроме того представляет собой не отдельный единичный знак, а целостную знаковую структуру, под которой понимается организованная совокупность знаков, которая является знаком и представляет определенный объект [2].

В основе настоящего исследования лежит трехфакторная модель имиджа личности, разработанная Е. А. Петровой. Согласно модели, выделяются следующие три фактора: статус, аттракция и интенция. Статус характеризует принадлежность носителя имиджа к высокостатусной/низкостатусной группе. Под аттракцией понимается привлекательность человека, а интенция означает степень близости/похожести с данным человеком [1].

Мы предположили, что индивидуальный имидж является одним из факторов профессионального успеха. Таким образом, целью исследования является выявление взаимосвязи индивидуального имиджа сотрудников салона красоты и их объективного профессионального успеха.

Мы рассматривали имидж 12 работников одного салона красоты. В исследовании приняли участие 102 человека, в возрасте от 25 до 60 лет ( $M = 32,51$ ;  $SD = 5,53$ ) являющихся клиентами салона красоты и обслуживающихся у его сотрудников. Метод исследования: опрос. Для оценки имиджа использовалась методика «Психосемантическая оценка имиджа», разработанная Е.А. Петровой. Респондентам было предложено оценить степень своего согласия с 9 утверждениями по 7-балльной шкале Лайкерта, где 1 - полностью не согласен, 7 - полностью согласен.

Для подсчета результатов использовалась статистическая программа R-studio. Взаимосвязь между параметрами объективного профессионального успеха и тремя факторами индивидуального имиджа сотрудников салона красоты проверялась с помощью непараметрического коэффициента корреляции Спирмана. На основе полученных данных можно сделать вывод, что шкалы имиджа («статус», «аттракция» и «интенция») имеют положительную значимую связь с показателями профессионального объективного успеха,

а именно с - заработной платой, средним количеством клиентов в месяц и средней занятостью в день. В большей степени имидж связан с такими параметрами как заработная плата и количество клиентов» ( $p\text{-value} < 0,01$ ). Таким образом, была выявлена взаимосвязь индивидуального имиджа и профессионального успеха.

В настоящей работе были выделены параметры объективного профессионального успеха для сотрудников салона красоты, поскольку показатели успеха не являются универсальными, их следует разрабатывать под конкретную организацию, учитывая текущие экономические особенности [3]. Более того, была обнаружена значимая положительная связь параметров объективного успеха и шкал индивидуального имиджа. Однако, мы не можем экстраполировать полученные результаты на организации, не относящихся к индустрии красоты.

Тем не менее данная работа имеет высокую практическую значимость: полученные результаты демонстрируют влияние имиджа сотрудников салона красоты на профессиональный успех. Следовательно, работа над своим имиджем для сотрудников салона красоты способствует увеличению клиентов, их оценки, а также заработной платы, что, в свою очередь, способствует развитию салонного бизнеса. Таким образом, мы пришли к выводу, что необходимо более детально изучать факторы профессионального объективного успеха и компоненты индивидуального имиджа, а также их взаимосвязь. Будущие исследования могут быть направлены на изучение вклада каждого компонента индивидуального имиджа в объективный/субъективный вид профессионального успеха.

#### Источники и литература

- 1) Петрова Е. А. Имиджелогия: современное и состояние, и перспективы развития. М., 2003.
- 2) Петрова Е.А. Психология имиджа: наука или искусство (Материалы доклада на секции психологии Центрального Дома ученых РАН 28 апреля 2003 года). М.: АИМ, 2003.
- 3) Abele, A. E., Spurk, D., Volmer, J. The construct of career success: Measurement issues and an empirical example // Zeitschrift für Arbeitsmarktforschung, 2011. Vol. 43, P. 195-206.
- 4) Harris L. C., Ogbonna E. Approaches to career success: An exploration of surreptitious career Success strategies // Human Resource Management. 2006. Vol. 45. P. 43—65
- 5) Nicholson N., De Waal-Andrews W. Playing to win: Biological imperatives, self-regulation, and trade-offs in the game of career success // J. Organizat. Behav. 2005. Vol. 26. P. 137—154.