



## Ưu điểm ngoại hình và khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động

CÙ THỊ XUÂN THẢO \*

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

### THÔNG TIN

### TÓM TẮT

Ngày nhận: 21/10/2021

Ngày nhận lại: 20/02/2022

Duyệt đăng: 04/03/2022

**Mã phân loại JEL:**  
E24

**Từ khóa:**

Sức hấp dẫn về thể chất;  
Tiền lương;  
Thời gian tìm việc;  
Tăng lương;  
Thăng chức

**Keywords:**

Physical attractiveness;  
Wages;  
Job-finding time;  
Wage raise;  
Promotions.

Các nghiên cứu trước đây ở các quốc gia khác nhau đã phát hiện ra rằng những nhân viên có ngoại hình tốt sẽ có lợi hơn trong việc làm, điều này có thể được giải thích là do năng suất lao động cao hơn hoặc do sự phân biệt đối xử. Nghiên cứu này đóng góp vào tài liệu thực nghiệm về ngoại hình và tác động của nó lên hiệu quả cạnh tranh trên thị trường việc làm bằng cách sử dụng bộ dữ liệu tự khảo sát, trong đó đối tượng được đánh giá cung cấp các thông tin và tự đánh giá về ngoại hình của bản thân. Tập trung phân tích tác động của ưu điểm về ngoại hình đối với khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động bao gồm: Tiền lương, thời gian tìm việc, tăng lương và sự thăng tiến. Kết quả nghiên cứu cho thấy chiều cao không ảnh hưởng đến khả năng nhân viên có được một mức lương cao hơn bao gồm cả nam và nữ, tuy nhiên, nhân viên nam có cân nặng lớn hơn sẽ có khả năng nhận được mức lương thấp hơn. Ngoài ra, phụ nữ có vòng eo lớn mất nhiều thời gian hơn để tìm việc, và có hình xăm dễ nhìn thấy khiến họ gặp khó khăn trong quá trình thăng tiến.

**Abstract**

Previous studies in different countries have found that good-looking employees are more advantageous in employment, which might be explained by either higher productivity or discrimination. This study contributes to the empirical literature on physical appearance and its impact on the labor market competitive outcome by using survey data, in which the respondents provide information as well as assessed their appearance features by a self-esteem scale. This study also focuses on analyzing the impact of physical appearance advantages on

\* Tác giả liên hệ.

Email: thao.ctx@vnp.edu.vn (Cù Thị Xuân Thảo).

Trích dẫn bài viết: Cù Thị Xuân Thảo. (2022). Ưu điểm ngoại hình và khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 33(4), 73–103.

competitiveness in the labor market including wage, job-finding time, wage raises, and promotion. The research shows that height does not affect the probability of a higher wage raise of employees for both genders, but male employees who are more weighted receive a lower wage. Women with large waistlines take longer to find work and have visible tattoos cause them to face difficulty in the promotion.

## 1. Giới thiệu

Môi trường cạnh tranh bình đẳng trong công việc đòi hỏi công tác tuyển dụng và các hoạt động nhân sự khác có liên quan phải được tiến hành mà không bị chi phối bởi các yếu tố như: Giới tính, tôn giáo, chủng tộc, tuổi tác, quốc tịch... và các khiếm khuyết trên cơ thể. Nhưng điều này thường không hẳn có được trong thực tế. Một số doanh nghiệp ở Việt Nam ưu tiên lao động nam, dân tộc hoặc độ tuổi (Liu, 2004). Ngoài tuổi tác, dân tộc và giới tính, ngoại hình cũng được xem xét là một đặc điểm của sự phân biệt đối xử tại nơi làm việc.

Tuy nhiên, trong nghiên cứu Biddle và Hamermesh (1998) về sắc đẹp và thị trường lao động, ngoài việc công nhận sự tồn tại phân biệt về ngoại hình còn xem xét sức hấp dẫn ngoại hình như một loại nguồn vốn giúp tạo ra năng suất cao hơn và có ảnh hưởng tới hiệu quả cạnh tranh trên thị trường lao động. Điều này được tiếp tục chứng minh ở nhiều nghiên cứu sau đó (Báo và cộng sự, 2013; Ruffle & Shtudiner, 2015). Khả năng cạnh tranh được phát hiện có liên quan đến khả năng nhận thức cũng như khả năng phi nhận thức của một cá nhân. Các nhà tâm lý học khẳng định rằng những khả năng phi nhận thức như sức hấp dẫn về ngoại hình cũng là lợi thế trong nhiều lĩnh vực của xã hội (Loh, 1993).

Có rất nhiều nghiên cứu về tác động của ngoại hình lên khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động được thực hiện nhiều nơi trên thế giới như: Hoa Kỳ và Canada (Beller và cộng sự, 1994; Gvozdenodic, 2013), Peru (Galarza & Yamada, 2017), Trung Quốc (Shimokawa, 2008)... Tuy nhiên, điều này chưa được xem xét một cách chính thức ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cũng đa dạng dựa trên yếu tố đại diện, phép đo lường của biến ngoại hình cũng như tác động của nó lên các yếu tố khác nhau của thị trường lao động.

Nghiên cứu này kỳ vọng sẽ đóng góp vào tài liệu thực nghiệm và tìm ra những bằng chứng về vai trò của ngoại hình trong thị trường lao động Việt Nam. Ngoài ra, bài báo sẽ xem xét tác động của các đặc điểm khác nhau về ngoại hình đối với khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động, bao gồm: Tiền lương, thời gian tìm việc, tăng lương và thăng chức. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp người sử dụng lao động cũng như người lao động có cái nhìn chính thức về vai trò của ngoại hình đối với thị trường lao động. Hơn nữa, những kết quả này sẽ giúp người lao động nhận ra những lợi thế về ngoại hình của họ trên thị trường lao động để có những hành động phù hợp trong việc tìm kiếm việc làm và thương lượng các điều kiện làm việc. Các nhà tuyển dụng cũng có thể được hưởng lợi từ kết quả của nghiên cứu này. Một đặc điểm về ngoại hình được đánh giá cao trên thị trường lao động có nghĩa là khách hàng và đối tác thích điều đó. Do đó, việc xác định được những đặc điểm ngoại hình của nhân viên được khách hàng và đối tác ưa thích sẽ góp phần vào thành công của công ty.

## 2. Tổng quan lý thuyết

### 2.1. Khái niệm chính trong bài

#### 2.1.1. Khái niệm ngoại hình và đo lường

Theo Fink và Penton-Voak (2002), vẻ đẹp được coi là sức hấp dẫn về mặt sinh lý được chứng minh bởi sự hài hòa và tỷ lệ khuôn mặt. Khuôn mặt đối xứng được sử dụng trong nghiên cứu của Noor và Evans (2003), tuy nhiên, kết quả khuôn mặt cân xứng không ảnh hưởng đến xếp hạng mức độ hấp dẫn. Singh và Young (1995) chứng minh rằng các thuộc tính hình thái học được đo bằng tỷ lệ eo - hông và kích thước ngực ảnh hưởng đến sự hấp dẫn về thể chất của phụ nữ. Furnham và cộng sự (1998) mở rộng quan điểm này với cả nam và nữ và tiết lộ rằng có rất ít sự khác biệt giữa họ. Ngoài ra, Jackson và cộng sự (1987) sử dụng chiều cao như một đặc điểm của ngoại hình, tuy nhiên, họ nhận thấy rằng phụ nữ coi tất cả các đặc điểm ngoại hình, ngoại trừ chiều cao, là quan trọng hơn nam giới. Carmalt và cộng sự (2008) phát hiện ra rằng những người béo phì kém hấp dẫn về thể chất hơn những người có cân nặng khỏe mạnh và nhược điểm này ở nữ nhiều hơn nam, và ở nữ da trắng nhiều hơn nữ da đen. Hơn nữa, Johnston (2010) cũng đề cập đến ngoại hình hấp dẫn về thể chất, chủ yếu bao gồm những đặc điểm như: Màu da, mắt, màu tóc, trang phục và hình xăm có thể nhìn thấy. French và cộng sự (2018) cũng đưa ra những kết quả điều tra về mối quan hệ giữa hình xăm và việc làm.

Việc tự đánh giá mức độ hấp dẫn có thể đạt được bằng cách sử dụng khảo sát, phỏng vấn và bảng câu hỏi. Haavio-Mannila và Purhonen (2001) đã thực hiện ba cuộc khảo sát, trong đó, những người được hỏi đánh giá mức độ hấp dẫn của họ bằng cách hoàn thành bảng câu hỏi dựa theo các chỉ số BMI. Franzoi và Shields (1984) đã phát triển The Body Esteem Scale (BES)<sup>1</sup> như một công cụ đáng tin cậy và hợp lệ để đo lường mức độ hấp dẫn. Họ liệt kê 35 mục về các bộ phận và chức năng của cơ thể, sau đó hỏi những người tham gia khảo sát rằng họ cảm thấy thế nào về những bộ phận hoặc chức năng này trên thang điểm Likert từ 1 (rất tiêu cực) đến 5 (rất tích cực). Họ cũng phân biệt nam và nữ với hai cấu tạo đa chiều khác nhau. Về ngoài của phụ nữ dựa trên sức hấp dẫn giới tính, trong khi nam giới dựa trên sự hấp dẫn về thể chất. Do đó, có sự khác biệt về BES giữa nam và nữ. Bên cạnh đó, một số nghiên cứu đánh giá mức độ hấp dẫn bằng cách sử dụng đánh giá ngang hàng. Người đánh giá đưa ra các đánh giá dựa trên ấn tượng của họ về các đặc điểm ngoại hình tổng thể của cá nhân được đánh giá. Noor và Evans (2003) thực hiện nghiên cứu tương tự thông qua việc gặp mặt trực tiếp. Tương tự, Wong và Penner (2016) sử dụng thông tin của người đánh giá được chọn ngẫu nhiên nhưng bảng câu hỏi yêu cầu họ báo cáo mối quan hệ với người được đánh giá. Holtzman và Strube (2010) đã đặt ra một câu hỏi về việc liệu lòng tự ái có tương quan với mức độ hấp dẫn do người quan sát đánh giá hay không.

#### 2.1.2. Khái niệm về khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động và đo lường

Dựa trên nghiên cứu của Beblo và cộng sự (2003), thu nhập được xác định là tiền lương theo giờ và được tính bằng số lương cá nhân mỗi tháng chia cho số giờ làm việc mỗi tháng. Khái niệm thời

<sup>1</sup> Franzoi và Shields (1984) đã phát triển The Body Esteem Scale (BES) như một công cụ đáng tin cậy để đo lường mức độ hấp dẫn. Họ liệt kê 35 mục về các bộ phận và chức năng của cơ thể, bao gồm: Mùi hương cơ thể, sự thèm ăn, mũi, sức chịu đựng thể chất, phản xạ, đôi môi, sức mạnh cơ bắp, vòng eo, mức năng lượng, đùi, tai, bắp tay, cằm, hình dáng cơ thể, móng, sự nhanh nhẹn, chiều rộng của vai, cánh tay, ngực, mắt, má, hông, chân, vóc dáng, ham muốn tình dục, đôi chân, cơ quan sinh dục, da dày, sức khỏe, hoạt động tình dục, lông trên cơ thể, điều kiện thể chất, khuôn mặt, và trọng lượng. Sau đó, họ hỏi người trả lời rằng họ cảm thấy thế nào về những bộ phận hoặc chức năng này trên thang điểm Likert từ 1 (có cảm giác tiêu cực mạnh mẽ) đến 5 (có cảm xúc tích cực mạnh mẽ).

gian tìm việc là thời gian người lao động tìm được việc làm hiện tại. Điều này được đo bằng thời gian kể từ ngày ứng viên thất nghiệp cho đến ngày ứng viên được nhận vào làm việc, hoặc ngày ứng viên được mời làm việc, hoặc ngày ứng viên làm việc chính thức tại công việc hiện tại (Stratton, 2002; Nunley và cộng sự, 2017). Mức tăng lương được tính bằng tỷ lệ phần trăm tăng so với mức lương khởi điểm dựa theo nghiên cứu của Ahituv và Lerman (2007). Có nhiều nghiên cứu đưa ra thông tin về thăng chức bằng cách phát triển các câu hỏi về số lượng công việc khác nhau và số lượng thăng chức của nhân viên với nhà tuyển dụng, chẳng hạn như: "Bạn đã giữ bao nhiêu vị trí/chức danh khác nhau với chủ nhân hiện tại của mình kể từ khi bạn bắt đầu làm việc ở đó?", hoặc "Bạn đã nhận được bao nhiêu sự thăng tiến kể từ khi bắt đầu làm việc cho công ty hiện tại?". Hersch và Viscusi (1996) đã điều tra thông tin thăng chức theo số lượng thăng chức.

## 2.2. Các lý thuyết có liên quan

Theo Marshall và Whitaker (1975), lý thuyết tiền lương hiệu quả (Efficiency Wages Theory) được giới thiệu bởi Alfred Marshall, lý thuyết của ông cho rằng trong một thị trường lao động cạnh tranh, các công ty đưa ra mức lương cao hơn mức lương cơ bản để có thể thu hút lao động có năng suất cũng như giữ chân những nhân viên tốt. Như vậy, nếu một nhân viên tạo được niềm tin sẽ mang lại hiệu quả công việc hơn thì dễ được nhà tuyển dụng lựa chọn. Ngoại hình đẹp được tin rằng có thể mang lại nhiều lợi ích hơn cho doanh nghiệp và được xem xét như là có năng suất cao hơn. Cụ thể, những nhân viên có ngoại hình sẽ thu hút được nhiều khách hàng hơn và giúp tạo ra một môi trường thân thiện, thoải mái và hiệu quả tại nơi làm việc (Maestriperi, 2012). Ngoại hình của nhân viên cũng có thể tạo được hình ảnh tốt, do đó cũng sẽ được chào đón ở những công ty cạnh tranh (Peluchette và cộng sự, 2006). Mức lương tốt có thể ngăn cản sự rời đi của những nhân viên này và từ đó tiết kiệm chi phí đào tạo, chi phí tuyển dụng và thời gian tuyển dụng. Người có ngoại hình cũng được cân nhắc là có sức khỏe tốt hơn (Zaidel và cộng sự, 2005) và do đó, doanh nghiệp giảm thiểu được các chi phí liên quan tới bảo hiểm y tế. Bên cạnh đó, trong kinh tế học lao động, vốn con người được coi là thuộc tính có thể nâng cao năng suất của người lao động. Vốn con người thường bao gồm: Vốn xã hội, vốn kinh tế, vốn văn hóa và vốn biểu tượng (Bourdieu, 1986). Vốn văn hóa được định nghĩa là các tài sản xã hội hữu hình và vô hình như: Kỹ năng, tư thế, tác phong, cử chỉ, đồ dùng vật chất, quần áo của một cá nhân và thúc đẩy sự dịch chuyển của một tầng lớp xã hội trong một xã hội phân tầng. Như vậy, ngoại hình có thể đại diện một cách thích hợp cho vốn văn hóa bởi vì ngoại hình là một khái niệm bao gồm hầu hết các yếu tố trên giúp một cá nhân tạo ra sức mạnh để có thể đạt được mục tiêu, thành công hơn và vươn lên trên các nấc thang xã hội. Ngoài ra, lý thuyết về thỏa thuận tiền lương (Bargaining Theory) của von Clausewitz (2008) cũng ủng hộ cho ngoại hình khi cho rằng việc ấn định tiền lương dựa vào sức mạnh thương lượng của người lao động hoặc tổ chức công đoàn. Nếu nhân viên chiếm ưu thế hơn trong quá trình thương lượng, họ sẽ có mức lương cao hơn hoặc ngược lại, sẽ bị áp một mức lương thấp nếu doanh nghiệp chiếm ưu thế. Sức mạnh thương lượng có thể được tạo ra bởi sức mạnh của ngoại hình như khả năng tạo ra ấn tượng mạnh mẽ. Rosenblat (2008) nhận thấy rằng những người đẹp là những người đàm phán giỏi hơn những người khác. Về ngoài khiến mọi người cảm thấy tốt hơn về bản thân và do đó dẫn đến tự tin hơn. Sự tự tin có thể tạo ra sự khác biệt rõ rệt trong cách họ giữ vững bản thân và thể hiện mình là người có quyền lực trước những người khác trong cuộc đàm phán.

### 2.3. Các yếu tố khác ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động

Ngoại trừ yếu tố về ngoại hình, có những yếu tố nổi bật tác động đến kết quả thị trường lao động được nêu ra trước đây. Về trình độ học vấn, Hakim (2011) nhận thấy rằng bằng cấp giáo dục sẽ cải thiện tỷ lệ tiền lương. Ashenfelter và Ham (1979) đã chỉ ra rằng đi học giúp giảm tỷ lệ thất nghiệp dẫn đến giảm số giờ thất nghiệp. Tích lũy kinh nghiệm giúp tăng lương đáng kể trong suốt sự nghiệp của người lao động (Williams, 1991). Gardeazabal và Ugidos (2005) đã chỉ ra rằng có sự khác biệt về tiền lương theo giới tính. Macpherson và Hirsch (1995) cho thấy phụ nữ có mức lương thấp hơn đáng kể so với nam giới. Tuổi tác có thể ảnh hưởng đến năng suất của người lao động, do đó ảnh hưởng đến tiền lương, và Luong và Hébert (2009) chứng minh rằng đây là một mối quan hệ phi tuyến tính với mô hình hình chữ U ngược. Mô hình cho thấy thu nhập tăng trong những năm đầu cho đến khi nó đạt đến đỉnh cao và giảm xuống sau đó. Bằng cách thêm các biến số như: Thu nhập, số năm đi học của mẹ và bố, Lundborg và cộng sự (2014) cho thấy vai trò quan trọng đáng kể của nền tảng gia đình, cùng với sức mạnh cơ bắp đối với thu nhập. Roberts và Ryan (2002) tìm thấy rằng hình xăm tương quan chặt chẽ với hành vi, lối sống và đặc điểm của người lao động. Đây là những tín hiệu cho thấy rằng có sự khác biệt trong năng suất lao động giữa những lao động có hình xăm hay không có hình xăm. Mặc dù việc sở hữu hình xăm hoặc không có hình xăm được đối xử như nhau trên thị trường lao động dựa vào nghiên cứu của French và cộng sự (2016).

### 2.4. Nghiên cứu thực nghiệm có liên quan

Các nhà kinh tế đặc biệt chú ý đến mối quan hệ phổ biến giữa ngoại hình và tiền lương. Ở Hoa Kỳ và Canada, những người có ngoại hình đẹp kiếm được nhiều tiền hơn những người có ngoại hình trung bình, những người có ngoại hình trung bình kiếm được nhiều tiền hơn những người bình thường, và có một “mức phạt” là 5–10% (cao hơn một chút so với chi phí sắc đẹp) dành cho người có ngoại hình không tốt cho cả nam và nữ (Beller và cộng sự, 1994; Gvozdenodic, 2013). Bằng chứng về sự sụt giảm mức chi trả tiền lương đối với cả nam và nữ rất gầy và nặng được tìm thấy ở Trung Quốc dựa vào nghiên cứu của Shimokawa (2008).

Một số nghiên cứu cho thấy mối tương quan giữa ngoại hình và phản ứng tích cực của người sử dụng lao động, điều này cũng có thể ảnh hưởng đến thời gian tìm kiếm việc làm của người lao động. Bóo và cộng sự (2013) đã thiết kế một thí nghiệm thực nghiệm để điều tra xem những người có khuôn mặt hấp dẫn có nhiều khả năng được liên hệ hơn sau khi gửi hồ sơ xin việc hay không. Họ phát hiện ra rằng những người kém hấp dẫn nhận được ít cuộc gọi lại hơn 36% so với những người hấp dẫn. Ngoài ra, Rooth (2009) đã sử dụng những bức ảnh thật và những bức ảnh bị chỉnh sửa của một số cá nhân để phân hồi các thông báo tuyển dụng đang tìm kiếm ứng viên thực tế. Kết quả cho thấy nam giới nhận được sự phản hồi cao hơn 6 điểm phần trăm và nữ giới cao hơn 8 điểm phần trăm của ảnh thật so với hình ảnh bị chỉnh sửa.

Sự hấp dẫn về thể chất cũng được coi là một yếu tố để cải thiện tiền lương. Trong các phân tích của Frieze và cộng sự (1991) chỉ ra rằng nam giới có ngoại hình tốt có mức lương ban đầu cao hơn và tỷ lệ tăng lương cao hơn theo thời gian, trong khi nó không ảnh hưởng đến mức lương ban đầu của phụ nữ, nhưng tiền lương sau đó sẽ tăng đối với phụ nữ có ngoại hình tốt hơn. Kết quả của Larose và cộng sự (2016) cho thấy việc phụ nữ béo phì tham gia làm việc không bị ảnh hưởng nhưng thu nhập hàng năm và mức lương theo giờ của họ giảm lần lượt khoảng 4,5% và 4%. Chiều cao tăng thêm 1 cm đã gây ra mức tăng 0,06% trong tiền lương theo giờ đối với nam giới chứ không phải nữ giới ở

Trung Quốc (Yamamura và cộng sự, 2015) và ở Đài Loan (Tao, 2014). Ảnh hưởng ngoại hình đối với sự thăng tiến đã được xem xét trong một số nghiên cứu trước đây như: Chung và Leung (1988) nhận thấy rằng ngoại hình hấp dẫn giúp tăng khả năng thăng tiến cho các ứng viên có thành tích tầm thường. Anderson và cộng sự (1994) chỉ ra rằng phụ nữ làm việc trong ngành kế toán công và có ngoại hình kém hấp dẫn ít có khả năng thành công hơn những người khác. Tuy nhiên, Heilman và Stopeck (1985) nhận thấy ngoại hình hấp dẫn là một lợi thế đối với nữ giới ở các vị trí nhân viên bình thường, trái lại là bất lợi đối với họ ở các vị trí quản lý, trong khi điều này không ảnh hưởng đến kết quả thị trường của nam giới ở cả hai vị trí.

### 3. Dữ liệu nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được thu thập từ cuộc khảo sát được thực hiện từ tháng 6 đến tháng 8 năm 2019 tại Việt Nam thông qua Internet. Các cuộc phỏng vấn được áp dụng để thu thập thông tin về thu nhập, thăng chức, tăng lương, thời gian tìm việc, thu nhập gia đình, học vấn, ngoại hình, đặc điểm tính cách, mối quan hệ và các đặc điểm thị trường lao động khác. Bảng câu hỏi được thực hiện với dân số mục tiêu của cả hai giới tính. Ngành nghề những người được hỏi khá đa dạng và đối tượng phỏng vấn đều ở Việt Nam. Kết quả là cuộc khảo sát đã thu thập được 643 câu trả lời nhưng 417 quan sát là có thể sử dụng được. Trong số các quan sát có thể sử dụng, có 281 nữ và 136 nam. Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên với những đối tượng hiện đang làm việc tại Việt Nam.

#### 3.2. Phương pháp nghiên cứu

##### 3.2.1. Mô hình ngoại hình và tiền lương

Để kiểm tra giả thuyết về ảnh hưởng của sức hấp dẫn vật chất đối với thu nhập. Nghiên cứu áp dụng hàm thu nhập Mincer (Mincer, 1958) như sau:

$$\ln Y_i = \beta_0 + \beta_1 S_i + \beta_2 E_i + \beta_3 E_i^2 + \beta_4 A_i + \beta_5 C_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

Trong đó, Y: Thể hiện mức lương theo giờ của cá nhân i;

S: Số năm đi học của cá nhân i;

E: Số năm kinh nghiệm của cá nhân i;

A: Biến giải thích thể hiện sự hấp dẫn về thể chất, bao gồm: Chiều cao, cân nặng, ngực, eo, hông, khuôn mặt, hình xăm và răng trắng;

C: Tập hợp các biến kiểm soát chứa tuổi, giới tính, tình trạng kết hôn, việc làm và quyền sở hữu công ty;

$\varepsilon$ : Sai số ngẫu nhiên. Mô hình hồi quy tiền lương và thu nhập được ước lượng với phương pháp bình phương nhỏ nhất (Ordinary Least Square – OLS).

Ngoài ra, tính đồng nhất thống kê của số năm đi học (giáo dục) trong mô hình đã được đặc biệt chú ý trong nhiều nghiên cứu trước đây (ví dụ: Maluccio (1998), Arrazola và cộng sự (2003), Fang (2006); Ruiz và cộng sự (2010)). Đặc điểm này xuất phát từ các yếu tố giáo dục không được quan sát như khả năng của nhân viên có thể ảnh hưởng đến tiền lương. Để giải quyết vấn đề này, nghiên cứu

đã sử dụng thuật toán cách được dựa trên nhiều nghiên cứu trước đây (Messick, 1996; Chapman và cộng sự, 2007) như một biến công cụ để giải quyết vấn đề nội sinh khi ước tính hàm tiền lương.

### 3.2.2. Mô hình ngoại hình và thời gian tìm việc

Bởi vì biến số thời gian tìm việc trong nghiên cứu được đo bằng số tuần một cá nhân bỏ ra để tìm kiếm công việc hiện tại, quan sát thu được nhận về sẽ có giá trị dương hoặc bằng không, và không có giá trị âm. Nếu sử dụng mô hình OLS với nhóm quan sát mất thời gian tìm việc thì ước lượng sẽ bị thiên lệch giảm do bỏ qua nhóm không mất thời gian tìm việc. Nếu sử dụng mô hình OLS cho toàn bộ dữ liệu thì sẽ gặp phải vấn đề dự báo thời gian tìm việc âm tương tự như mô hình xác suất tuyến tính. Do đó, để xử lý biến phụ thuộc bị chặn, bài nghiên cứu sử dụng mô hình Tobit với mức kiểm duyệt bằng 0 (loại trừ những cá nhân không mất thời gian tìm việc). Mô hình sẽ ước lượng được xác suất một cá nhân có mất thời gian tìm việc hay không và ước lượng được tác động của các biến giải thích lên thời gian tìm việc:

$$JFT^* = \begin{cases} JFT = S\beta_1 + E'\beta_2 + A\beta_3 + C\beta_4 + \varepsilon & \text{nếu } JFT \geq 0 \\ 0 & \text{nếu } JFT < 0 \end{cases} \quad (2)$$

Trong đó, JFT: Số tuần đã dành ra để tìm được công việc hiện tại;

S: Số năm đi học;

E': Số năm kinh nghiệm trước đó;

A: Một tập hợp các biến về mức độ hấp dẫn về hình thể, bao gồm: Chiều cao, cân nặng, ngực, eo, hông, khuôn mặt, hình xăm, hàm răng trắng đều;

C: Tập hợp các biến kiểm soát bao gồm: Tuổi, giới tính, tình trạng kết hôn, thu nhập gia đình, việc làm và quyền sở hữu công ty;

$\varepsilon$ : Sai số ngẫu nhiên;

và  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ : Các hệ số được ước tính.

### 3.2.3. Mô hình ngoại hình và mức tăng lương

Tương tự, việc tăng lương trong nghiên cứu này được điều tra bằng tỷ lệ phần trăm tăng của mức lương hiện tại so với mức lương khởi điểm. Vì một số người tham gia khảo sát không được tăng lương, do đó, biến phụ thuộc của mức tăng lương được kiểm duyệt bằng 0. Tác giả sử dụng mô hình Tobit với mức kiểm duyệt bằng 0 để xem xét ảnh hưởng của sự hấp dẫn về thể chất đối với việc tăng lương:

$$WR^* = \begin{cases} WR = S\beta_1 + E''\beta_2 + A\beta_3 + C\beta_4 + \varepsilon & \text{nếu } WR \geq 0 \\ 0 & \text{nếu } WR < 0 \end{cases} \quad (3)$$

Trong đó, WR: Phần trăm tiền lương tăng thêm;

S: Được xác định là số năm đi học;

E'': Được xác định là năm kinh nghiệm của công việc hiện tại, vì việc tăng lương có mối tương quan cao hơn với kinh nghiệm đạt được tại công ty hiện tại so với kinh nghiệm tích lũy trước đây của một cá nhân;

A: Được xác định là một tập hợp các biến ngoại hình, bao gồm: Chiều cao, cân nặng, ngực, eo, hông, khuôn mặt, hình xăm, hàm răng trắng đều;

C: Được xác định là một tập hợp các biến kiểm soát, bao gồm: Độ tuổi, giới tính, tình trạng kết hôn, thu nhập gia đình, việc làm và quyền sở hữu công ty;

$\varepsilon$ : Sai số ngẫu nhiên;

và  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ : Các hệ số được ước tính.

### 3.2.4. Mô hình ngoại hình và thăng tiến

Thăng chức là số sự kiện đã xảy ra trong một khoảng thời gian nhất định và được đo bằng số lần một người được thăng chức kể từ khi bắt đầu làm công việc hiện tại và nó rõ ràng là một số nguyên không âm. Bên cạnh đó, hồi quy OLS là không phù hợp trong trường hợp này vì số lần thăng chức đối với một cá nhân thường ít, mặc dù sẽ có một số cá nhân có nhiều lần thăng chức. Đồ thị mô tả tần suất thăng chức cũng cho thấy phân phối bị nghiêng rất cao và do đó, bác bỏ giả thuyết số lần thăng chức có phân phối chuẩn. Mô hình xác suất Poisson thường được sử dụng để mô hình hóa dữ liệu số đếm, đặc biệt là dữ liệu số đếm hiếm thấy. Tuy nhiên, phân phối Poisson dựa trên giả định là trung bình và phương sai đều bằng nhau. Bên cạnh đó, giá trị trung bình của biến phụ thuộc được xác định dựa trên tất cả các biến giải thích và để mô hình Poisson phù hợp thì do đó, giá trị phương sai của biến phụ thuộc cũng sẽ bằng giá trị trung bình của nó. Nhưng trong thực tế, phương sai của các biến số đếm thường lớn hơn trung bình. Ở đây, chúng ta đi điều tra mối quan hệ giữa ngoại hình và thăng tiến, và giả định này là không phù hợp và ước lượng quá mức ý nghĩa thống kê của các hệ số ước lượng. Để khắc phục những hạn chế khi sử dụng mô hình Poisson, mô hình hồi quy nhị thức phù hợp là hợp lý để đo lường tác động của ngoại hình đối với sự thăng tiến.

Hàm xác suất là:

$$\Pr (P= k) = \frac{e^{-(\alpha\lambda)}(\alpha\lambda)^k}{k!} \quad (4)$$

Trong đó, Pr: Xác suất một người được thăng chức;

k: Số lần thăng chức mà một người nhận được trong một khoảng thời gian nhất định;

$\lambda$  ( $\lambda > 0$ ): Giá trị trung bình của phân phối.

## 3.3. Đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

### 3.3.1. Biến phụ thuộc

Bài báo thực hiện để điều tra tác động của ưu điểm ngoại hình đối với khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động Việt Nam, bao gồm: Tiền lương, thời gian tìm việc, tăng lương cũng như thăng chức. Trong đó, tiền lương được xác định là tiền lương theo giờ và được tính bằng cách sử dụng thu nhập gộp của mỗi cá nhân theo tháng chia cho số giờ làm việc trong một tháng; thời gian tìm kiếm việc làm được đo bằng thời gian kể từ ngày lao động thất nghiệp cho đến ngày lao động được nhận vào làm, hoặc ngày nhận được đề nghị làm việc, hoặc ngày làm việc chính thức tại công việc hiện tại; tăng lương là mức lương được tăng lên được tính bằng tỷ lệ phần trăm tăng lương so với mức lương khởi điểm; và thăng tiến được khảo sát bởi số lần thăng chức bằng câu hỏi: "Bạn đã nhận được bao nhiêu lần thăng chức kể từ khi bạn bắt đầu làm việc cho công ty hiện tại của mình?".

### 3.3.2. Biến ngoại hình

Bài nghiên cứu sử dụng các chỉ số cơ bản để đo về đẹp như: Chỉ số khối cơ thể (Body Mass Index – BMI) dựa trên hai yếu tố: (1) Số kilogram về cân nặng, và (2) centimet về chiều cao (Swami & Tovée, 2006; Jackson và cộng sự, 1987) do người trả lời tự khai báo. Các yếu tố thể hiện sự hấp dẫn giới tính bao gồm: Chu vi vòng ngực, vòng eo, và hông (Furnham và cộng sự, 1998) được đo bằng centimet và cũng do chính người trả lời tự cung cấp thông tin. Hơn nữa, việc tự đánh giá khuôn mặt



của người trả lời dựa trên một mục của Body Esteem Scale-Revised (Frost và cộng sự, 2018) cũng được áp dụng. Để phù hợp với nghiên cứu này, cuộc khảo sát đã thực hiện sửa đổi, cụ thể: Người trả lời phải đánh giá dựa theo thang điểm Likert, trong đó, 1 = có cảm xúc tiêu cực mạnh mẽ; 2 = có cảm xúc tiêu cực vừa phải; 3 = không có cảm xúc theo cách này hay cách khác; 4 = có cảm xúc tích cực vừa phải; và 5 = có cảm xúc tích cực mạnh mẽ. Theo nhân trắc học và các nghiên cứu của Swami và cộng sự (2009) cùng với Brallier và cộng sự (2011), những đặc điểm tự báo cáo của những người được hỏi gồm: Có hay không có hình xăm có thể nhìn thấy, và cảm thấy tự tin hay không về hàm răng đều được coi là những đặc điểm quan trọng để tạo nên vẻ ngoài hấp dẫn nên cũng được thêm vào.

### 3.3.3. Biến kiểm soát

Biến giáo dục được hỏi là số năm đi học của mỗi cá nhân tham gia khảo sát (Cipriani & Zago, 2011). Kinh nghiệm có mối quan hệ phi tuyến tính với tiền lương (Mincer, 1958). Sturman (2003) chứng minh rằng mối quan hệ giữa hiệu suất và kinh nghiệm có hình chữ U ngược. Do đó, mối quan hệ hình chữ U ngược giữa tiền lương và kinh nghiệm được kiểm tra trong nghiên cứu này dựa trên biến kinh nghiệm và kinh nghiệm bình phương. Kinh nghiệm là số năm làm việc tại công ty hiện tại và những công ty trước đây. Bởi vì việc tăng lương có mối tương quan cao hơn với kinh nghiệm đạt được tại công ty hiện tại so với kinh nghiệm tích lũy trước đây của một cá nhân. Do đó, nghiên cứu này sử dụng kinh nghiệm trong công việc hiện tại (nhiệm kỳ) như một biến kiểm soát trong mô hình tăng lương. Thời gian tìm việc phải dựa trên số năm kinh nghiệm có được trước khi làm công việc hiện tại. Do đó, kinh nghiệm trước đây được đưa vào mô hình thời gian tìm việc như một biến kiểm soát. Có những đặc điểm khác nhau giữa các công việc. Do đó, yếu tố ngoại hình cũng được xem xét khác nhau giữa các nghề nghiệp khác nhau (Tao, 2014). Nghề nghiệp của những người được hỏi trong mẫu bao gồm nhiều công việc phổ biến ở Việt Nam, bao gồm: Bán hàng, Chăm sóc khách hàng, Giáo viên/ Đào tạo/ Giáo dục, Nhân sự, Ngân hàng/ Tài chính, Kỹ thuật/ Kỹ sư/ Xây dựng, Marketing, Chăm sóc sức khỏe, Tư vấn/ Quản lý, Sáng tạo nghệ thuật/ Thiết kế, Pháp lý, Kế toán, và tất cả các loại công việc còn lại nằm trong phần Khác. Tuổi tác gắn liền với sự phát triển của kinh nghiệm làm việc (Thornton và cộng sự, 1997) và ngoại hình hấp dẫn (Henss, 1991) được đo bằng số tuổi của người tham gia phỏng vấn. Hoàn cảnh gia đình như: Độc thân hoặc đã kết hôn cũng được xem xét bởi câu hỏi đã kết hôn hay khác. Budig và England (2001) cho rằng phụ nữ có con kiếm ít tiền hơn những phụ nữ khác vì có con khiến họ mất kinh nghiệm làm việc và làm việc kém hiệu quả hơn. Do đó, có con hay không có con cũng là biến được bổ sung vào mô hình. Thu nhập gia đình được tính dựa vào tổng thu nhập bình quân hằng tháng của gia đình trên một người. Thang và Quang (2005) cũng nhận thấy rằng các hình thức sở hữu công ty được phản ánh khác nhau thông qua thực tiễn quản lý nguồn nhân lực của các công ty này ở Việt Nam. Hình thức doanh nghiệp được xác định trong nghiên cứu bao gồm: Doanh nghiệp nhà nước, liên doanh Việt Nam - nước ngoài, doanh nghiệp tư nhân trong nước, doanh nghiệp tư nhân nước ngoài, doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài.

## 4. Kết quả

### 4.1. Mô tả dữ liệu

Bảng 1 trình bày thống kê mô tả của tất cả các biến phụ thuộc được sử dụng trong nghiên cứu này, riêng biệt cho nam và nữ. Số lượng quan sát của nữ nhiều gấp đôi so với nam trong tập dữ liệu: 136 quan sát đối với nam và 281 quan sát đối với nữ. Thu nhập của nam giới được đo lường theo giờ với

giá trị trung bình khoảng 66,31 nghìn đồng/ giờ và dao động từ 4,84 nghìn đồng/ giờ đến 180,23 nghìn đồng/ giờ. Thu nhập trung bình của phụ nữ thấp hơn nam giới khoảng 2 nghìn đồng/ giờ, mặc dù phụ nữ có thu nhập thấp nhất bằng với nam giới, và thu nhập cao nhất của phụ nữ là 245,48 nghìn đồng/ giờ, cao hơn đáng kể so với nam giới. Thời gian trung bình của nam giới để tìm việc làm là khoảng 4,28 tuần, trong khi đối tác nữ dành khoảng 3,02 tuần. Thời gian ngắn nhất và dài nhất để tìm việc là từ 0 đến 50 tuần đối với nam, và từ 0 đến 40 tuần đối với nữ. Bên cạnh đó, mức tăng lương của nam giới có mức tăng trung bình là khoảng 65,481% và dao động từ 0 đến 1.000%, trong khi mức tăng lương của nữ giới có mức trung bình thấp hơn với khoảng 50,968%, dao động từ 0 đến 900%. Điểm đáng chú ý trong Bảng 1 là phần lớn những người được hỏi không được thăng chức và chỉ có nam giới chứ không phải phụ nữ được thăng chức 5 lần. Trong số những người được thăng chức, số lần được thăng chức cao nhất với 21,32% đối với nam và 23,64% đối với nữ. Tỷ lệ quan sát giảm khi số lượng thăng chức tăng lên và chỉ một nữ được thăng cấp bốn lần.

**Bảng 1.**

Bảng thống kê mô tả các biến phụ thuộc

Biến phụ thuộc	Đơn vị		Nam	Nữ
Mức lương theo giờ	Nghìn đồng/giờ	Số quan sát	136	281
		Trung bình	66,308	64,225
		Độ lệch chuẩn	38,095	40,778
		Giá trị nhỏ nhất	4,844	4,844
		Giá trị lớn nhất	180,232	245,478
Thời gian tìm việc (JFT)	Tuần	Số quan sát	136	281
		Trung bình	4,279	3,021
		Độ lệch chuẩn	7,929	4,042
		Giá trị nhỏ nhất	0	0
		Giá trị lớn nhất	50	40
Tăng lương (WR)	Phần trăm	Số quan sát	135	277
		Trung bình	65,481	50,968
		Độ lệch chuẩn	141,813	92,307
		Giá trị nhỏ nhất	0	0
		Giá trị lớn nhất	1.000	900
Thăng chức	Không		81	166
			(59,558%)	(60,363%)
	Một lần		29	65
			(21,324%)	(23,636%)

Biến phụ thuộc	Đơn vị	Nam	Nữ
	Hai lần	18 (13,235%)	33 (12,000%)
	Ba lần	4 (2,941%)	10 (3,636%)
	Bốn lần	2 (1,470%)	1 (0,364%)
	Năm lần	2 (1,470%)	0 (0%)

*Ghi chú:* Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là phần trăm của số quan sát có số lần được thăng chức trên tổng các quan sát.

Có sự khác biệt đáng kể về đặc điểm ngoại hình của nam và nữ được trình bày trong Bảng 2 so với đặc điểm dân số chung của nam và nữ ở Việt Nam. Chiều cao trung bình của nam giới là khoảng 169 cm, trong khi chiều cao trung bình của dân số nam là 162 cm (Tổng cục Thống kê, 2019)<sup>2</sup>. Chiều cao trung bình của nữ là 158 cm, cao hơn chiều cao trung bình của dân số nữ khoảng 6 cm. Tương tự, cân nặng trung bình của nữ và nam xấp xỉ tương ứng lần lượt là 50 kg và 68 kg, trong khi đó, nữ và nam Việt Nam có cân nặng trung bình lần lượt là 45 kg và 53 kg tương ứng. Vòng eo trung bình của nữ là 67 cm, nhỏ hơn kích thước vòng eo trung bình (75,5 cm) của dân số nữ, và vòng eo trung bình của nam là 76 cm, nhỏ hơn 1,8 cm so với dân số nam. Vòng ngực trung bình của nam khoảng 9 cm, lớn hơn nữ 6 cm. Chu vi vòng hông là 93 cm đối với nam, và khoảng 90 cm đối với nữ.

Bảng 2 cũng cho thấy rằng 55,11% nam giới cảm thấy không tích cực về khuôn mặt của mình, trong khi có 48,89% cảm thấy tích cực về khuôn mặt của mình. Tương tự, 49,82% phụ nữ cảm thấy khuôn mặt của họ tốt so với 50,18% không cảm thấy tốt. Phần lớn cả nam và nữ đều không có hình xăm. Tỷ lệ nam và nữ khá giống nhau liên quan đến việc họ có hàm răng trắng và đều hay không. Trong đó, tỷ lệ nam và nữ có hàm răng trắng và đều lần lượt là 52,21% và 50,36%.

<sup>2</sup> Truy cập từ <https://www.gso.gov.vn/wp-content/uploads/2020/09/Nien-giam-thong-ke-day-du-2019.pdf>

**Bảng 2.**

Thống kê mô tả của các biến ngoại hình

Tên biến	Đơn vị		Nam	Nữ
Chiều cao	cm	Số quan sát	136	281
		Trung bình	169,492	158,103
		Độ lệch chuẩn	5,768	5,150
		Giá trị nhỏ nhất	150	146
		Giá trị lớn nhất	185	180
Cân nặng	cm	Số quan sát	136	281
		Trung bình	68	50,49
		Độ lệch chuẩn	10,600	6,377
		Giá trị nhỏ nhất	47	36
		Giá trị lớn nhất	115	100
Chu vi vòng ngực	cm	Số quan sát	135	281
		Trung bình	90,370	84,146
		Độ lệch chuẩn	8,54	5,476
		Giá trị nhỏ nhất	75	75
		Giá trị lớn nhất	110	110
Chu vi vòng eo	cm	Số quan sát	135	281
		Trung bình	75,94	67,628
		Độ lệch chuẩn	8,27	6,300
		Giá trị nhỏ nhất	59,500	59,50
		Giá trị lớn nhất	87,500	87,50
Chu vi vòng hông	cm	Số quan sát	135	280
		Trung bình	93,111	89,857
		Độ lệch chuẩn	9,377	5,668
		Giá trị nhỏ nhất	77	77
		Giá trị lớn nhất	112	112
Mặt	Không tốt		69 (51,111%)	141 (50,178%)
	Tốt		66 (48,889%)	140 (49,822%)

Tên biến	Đơn vị	Nam	Nữ
Hình xăm	Không	126 (93,333%)	245 (87,814%)
	Có	9 (6,667%)	34 (12,186%)
Hàm răng trắng đều	Không	65 (47,794%)	139 (49,643%)
	Có	71 (52,206%)	141 (50,357%)

*Ghi chú:* Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là tỷ lệ % số quan sát tương ứng với mỗi giá trị “Không tốt” hoặc “Tốt”, và “Không” hoặc “Có” trên tổng số quan sát.

Bảng 3 cho thấy thống kê mô tả của tất cả các biến kiểm soát được sử dụng trong nghiên cứu. Nam giới có độ tuổi trung bình là 28, trong khi độ tuổi trung bình của nữ là 17 tuổi. Thời gian đi học trung bình của cả nam và nữ là khoảng 17 năm. Thu nhập gia đình cao nhất và thấp nhất của cả nam và nữ là từ 1 đến 31 triệu đồng nhưng thu nhập gia đình bình quân của nam cao hơn nữ với 8,578 và 7,855 triệu đồng tương ứng. Mặc dù số năm đi học cao nhất của nam và nữ bằng nhau nhưng số năm đi học thấp nhất của nữ là 4 năm, cao hơn 1 năm so với nam. Biến kinh nghiệm và biến kinh nghiệm trong công việc hiện tại của nam giới có giá trị tối thiểu và tối đa giống nhau lần lượt từ 0 đến 14 năm nhưng giá trị trung bình của biến kinh nghiệm là 3,3 năm, cao hơn 1,2 năm so với giá trị trung bình của biến kinh nghiệm trong công việc hiện tại. Số năm kinh nghiệm đạt được trước khi làm công việc hiện tại của nam giới là khoảng 1,229 năm, dao động từ 0 đến 9,167 năm. Thời gian kinh nghiệm lâu nhất và ngắn nhất của phụ nữ hiện tại từ 0 đến 15 năm. Tuy nhiên, thời gian kinh nghiệm trung bình của nữ giới là khoảng 2,972 năm, trong khi thời gian kinh nghiệm trung bình ở công việc hiện tại là 1,911 năm. Kinh nghiệm trước đây của phụ nữ có mức trung bình là 1,061 và nằm trong khoảng từ 0 đến 9,1 năm. Bộ dữ liệu bao gồm hơn một nửa số lao động nam và nữ độc thân chưa lập gia đình và chưa có con. Công việc liên quan đến tài chính, ngân hàng có nhiều người tham gia nhất ở cả hai giới với 25,74% nam và 18,84% nữ. Không có nam giới tham gia vào các công việc chăm sóc sức khỏe, nhân sự, giáo viên/ đào tạo/ giáo dục. Ngoài ra, cả nam và nữ đều có tỷ lệ tham gia cao nhất trong các doanh nghiệp tư nhân trong nước, với lần lượt là 59,7 và 54,09%. Tỷ lệ nam giới làm việc trong cả doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài và doanh nghiệp liên doanh của Việt Nam có vốn đầu tư nước ngoài là 5,97%.

**Bảng 3.**

Thống kê mô tả của các biến kiểm soát

Tên biến	Đơn vị		Nam	Nữ
Tuổi	Năm	Số quan sát	136	281
		Trung bình	28,022	27,548
		Độ lệch chuẩn	3,512	3,810
		Giá trị nhỏ nhất	22	20
		Giá trị lớn nhất	40	44
Thu nhập gia đình	VNĐ/tháng	Số quan sát	135	281
		Trung bình	14,200	13,007
		Độ lệch chuẩn	8,577	7,855
		Giá trị nhỏ nhất	1	1
		Giá trị lớn nhất	31	31
Năm đi học	Năm	Số quan sát	135	280
		Trung bình	17,244	17,032
		Độ lệch chuẩn	2,832	2,685
		Giá trị nhỏ nhất	3	4
		Giá trị lớn nhất	28	28
Kinh nghiệm	Năm	Số quan sát	136	281
		Trung bình	3,323	2,972
		Độ lệch chuẩn	3,083	2,996
		Giá trị nhỏ nhất	0	0
		Giá trị lớn nhất	14	15
Kinh nghiệm ở công ty hiện tại	Năm	Số quan sát	136	281
		Trung bình	2,094	1,911
		Độ lệch chuẩn	2,597	2,551
		Giá trị nhỏ nhất	0	0
		Giá trị lớn nhất	14	15
Kinh nghiệm trước đây	Năm	Số quan sát	136	281
		Trung bình	1,2329	1,060
		Độ lệch chuẩn	2,004	1,800
		Giá trị nhỏ nhất	0	0
		Giá trị lớn nhất	9,167	9,167

Tên biến	Đơn vị	Nam	Nữ
Kết hôn	Đã kết hôn	53 (39,259%)	103 (36,786%)
	Khác	82 (60,741%)	177 (63,214%)
Con cái	Không	97 (71,852%)	198 (70,714%)
	Có	38 (28,148%)	82 (29,286%)
Công việc	Pháp lý	4 (2,941%)	6 (2,174%)
	Ngân hàng/ Tài Chính	35 (25,735%)	52 (18,841%)
	Sáng tạo nghệ thuật/ Thiết kế	11 (8,088%)	9 (3,261%)
	Tư vấn/ Quản lý	11 (8,088%)	31 (11,232%)
	Chăm sóc sức khỏe		5 (1,812%)
	Marketing	6 (4,412%)	17 (6,159%)
	Kế toán	4 (2,941%)	38 (13,768%)
	Nhân sự		17 (6,159%)
	Kỹ thuật/ Kỹ sư/ Xây dựng	23 (16,912%)	3 (1,087%)
	Giáo viên/ Đào tạo/ Giáo dục		15 (5,435%)
	Chăm sóc khách hàng	3 (2,206%)	20 (7,246%)
	Bán hàng	20 (14,706%)	27 (9,783%)
	Khác	17 (12,500%)	36 (13,043%)

Tên biến	Đơn vị	Nam	Nữ
Hình thức sở hữu	Doanh nghiệp nhà nước	27 (20,149%)	48 (17,082%)
	Liên doanh Việt Nam - nước ngoài	8 (5,970%)	20 (7,117%)
	Doanh nghiệp tư nhân trong nước	80 (59,701%)	152 (54,093%)
	Doanh nghiệp tư nhân nước ngoài	11 (8,209%)	29 (10,320%)
	Doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài	8 (5,970%)	32 (11,388%)

*Ghi chú:* Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là tỷ lệ % tương ứng.

#### 4.2. Kết quả hồi quy và thảo luận

##### 4.2.1. Ảnh hưởng của ngoại hình đối với tiền lương

Ngoại hình có những ảnh hưởng khác nhau đến mức lương theo giờ của nam và nữ. Cụ thể, hệ số chiều cao, cân nặng và khuôn mặt của nam giới có ý nghĩa thống kê, trong khi của nữ giới thì không. Kết quả này phù hợp với Hübler (2009) cho thấy chiều cao có ảnh hưởng nhiều hơn đến tiền lương của nam giới so với phụ nữ. Khi các yếu tố khác không đổi, tăng 1 cm chiều cao của nam sẽ dẫn đến tăng 2% lương theo giờ. Ngược lại, việc tăng 1 kg cân nặng sẽ làm giảm 1,31% tiền lương theo giờ. Thomas và Strauss (1997) cho rằng chiều cao có liên quan đến mức lương cao hơn ở nam giới bởi vì chiều cao liên quan tới sức mạnh thể chất tốt hơn và có thể được thưởng với mức lương cao hơn. Bên cạnh đó, mức lương thấp được coi là hình phạt đối với nam giới khi cân nặng của họ đạt mức béo phì (Maranto & Stenoien, 2000). Những người đàn ông cảm thấy hài lòng với khuôn mặt của mình có mức lương cao hơn khoảng 21,2% so với những người cảm thấy không hài lòng. Rosenblat (2008) chỉ ra rằng một người có khuôn mặt ưa nhìn sẽ được chú ý và lắng nghe nhiều hơn khi họ nói. Bên cạnh đó, vòng ngực ảnh hưởng đến tiền lương theo giờ của phụ nữ chứ không ảnh hưởng đến nam giới. Nếu chu vi vòng ngực của phụ nữ tăng thêm 1 cm, tiền lương theo giờ của cô ấy sẽ tăng khoảng 2,5%. Một phụ nữ có hàm răng đều và trắng có mức lương theo giờ cao hơn khoảng 12,4% so với một phụ nữ không có. Ngoài ra, các biến số ngoại hình còn lại là eo, hông, hình xăm không có ý nghĩa thống kê đối với cả lao động nam và lao động nữ. Kết quả này phù hợp với French và cộng sự (2016) đã phát hiện ra rằng trên thị trường lao động, nhân viên có và không có hình xăm được đối xử bình đẳng khi xem xét sự khác biệt về đặc điểm cá nhân.



**Bảng 4.**

Tác động của ngoại hình lên mức lương

Biến giải thích	Mức lương (OLS)			
	Nam		Nữ	
Tuổi (năm)	0,029	(0,019)	0,038**	(0,015)
Kết hôn (1 = đã kết hôn)	-0,215	(0,133)	0,179	(0,124)
Con cái (1 = có)	-0,234	(0,161)	-0,153	(0,132)
Năm đi học (năm)	-0,020	(0,019)	0,002	(0,011)
Kinh nghiệm (năm)	0,121**	(0,053)	0,064**	(0,030)
Kinh nghiệm bình phương	-0,010*	(0,005)	-0,004	(0,003)
<i>Công việc (Phân loại cơ sở: Pháp lý)</i>				
Ngân hàng/ Tài chính	0,058	(0,521)	-0,084	(0,202)
Sáng tạo nghệ thuật/ Thiết kế	-0,162	(0,532)	-0,027	(0,229)
Tư vấn/ Quản lý	-0,058	(0,577)	0,0408	(0,209)
Chăm sóc sức khỏe			-0,698***	(0,228)
Marketing	0,16	(0,759)	0,078	(0,225)
Kế toán	0,057	(0,589)	-0,314	(0,241)
Nhân sự			0,128	(0,222)
Kỹ thuật/ Kỹ sư/ Xây dựng	0,013	(0,517)	0,232	(0,192)
Giáo viên/ Đào tạo/ Giáo dục			-0,036	(0,334)
Chăm sóc khách hàng	-0,775	(0,559)	0,0386	(0,216)
Bán hàng	-0,478	(0,582)	-0,075	(0,243)
Khác	-0,097	(0,539)	-0,191	(0,209)
<i>Hình thức sở hữu (Phân loại cơ sở: Doanh nghiệp nhà nước)</i>				
Liên doanh Việt Nam - nước ngoài	0,402	(0,299)	0,486***	(0,147)
Doanh nghiệp tư nhân trong nước	0,376*	(0,195)	0,206	(0,131)
Doanh nghiệp tư nhân nước ngoài	0,360*	(0,205)	0,531***	(0,197)
Doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài	-0,036	(0,296)	0,158	(0,154)
<i>Đặc điểm ngoại hình</i>				
Chiều cao (cm)	0,020*	(0,011)	0,007	(0,008)
Cân nặng (cm)	-0,013**	(0,006)	-0,003	(0,008)
Chu vi vòng ngực (cm)	0,003	(0,009)	0,025***	(0,007)

Biến giải thích	Mức lương (OLS)			
	Nam		Nữ	
Chu vi vòng eo (cm)	0,005	(0,009)	-0,005	(0,007)
Chu vi vòng hông (cm)	0,008	(0,008)	0,006	(0,008)
Hình xăm (1= có)	-0,338	(0,418)	0,005	(0,129)
Mặt (1= tốt)	0,212**	(0,105)	-0,071	(0,067)
Hàm răng trắng đều (1= có)	-0,098	(0,114)	0,124*	(0,067)
Hằng số	6,555***	(2,071)	5,950***	(1,503)
R <sup>2</sup>	0,313		0,301	
Cỡ mẫu	130		272	

Ghi chú: \*, \*\*, \*\*\*, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%;

Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là giá trị của độ lệch chuẩn.

Mặt khác, mức lương theo giờ cao hơn ở nam giới được xác định bởi số năm kinh nghiệm tăng lên và khi họ làm việc trong các công ty tư nhân thuộc sở hữu trong và ngoài nước. Đối với phụ nữ, họ có mức lương theo giờ cao hơn nhờ vào số năm kinh nghiệm tăng lên, sự gia tăng của tuổi tác. Các công ty như công ty liên doanh Việt Nam - nước ngoài và công ty tư nhân nước ngoài cũng đưa ra mức lương theo giờ cao hơn cho phụ nữ. Ngoài ra, tác động của giáo dục, sinh con và tình trạng hôn nhân đối với tiền lương theo giờ không được tìm thấy đối với cả hai giới. Kinh nghiệm cũng có ảnh hưởng đến tiền lương trong khi không có bằng chứng nào cho thấy việc đi học ảnh hưởng đến tiền lương. Hơn nữa, vấn đề nội sinh của số năm học được xem xét. Dựa trên nhiều nghiên cứu trước đây, cuộc khảo sát đã thu thập các đặc điểm tính cách như một biến số tương quan cao với trình độ học vấn (Messick, 1996; Chapman và cộng sự, 2007). Sau đó, nghiên cứu sử dụng chúng làm biến công cụ để giải quyết vấn đề nội sinh của biến số năm học, tuy nhiên đã gặp phải thất bại.

#### 4.2.2. Ảnh hưởng của ngoại hình đối với thời gian tìm việc

Các ước tính của hàm Tobit được làm vững để giải quyết vấn đề đa cộng tuyến và kết quả chỉ ra rằng tất cả các biến ngoại hình không có ý nghĩa thống kê, ngoại trừ vòng eo của phụ nữ. Hiệu ứng cận biên của chu vi vòng eo của nữ là 0,103. Điều này có nghĩa là 1 cm vòng eo dẫn đến thời gian tìm việc làm chậm trễ 0,103 tuần. Có một niềm tin phổ biến rằng vòng eo nhỏ hơn được coi là hấp dẫn hơn (Johansson và cộng sự, 2009). Không có bằng chứng nào cho thấy các yếu tố còn lại đại diện cho ngoại hình tác động đến thời gian tìm việc của cả nam và nữ. Nói cách khác, ngoại hình không phải là yếu tố quyết định đến quá trình tìm việc của một nhân viên. Norton và Han (2008) và Larose và cộng sự (2016) cũng chỉ ra rằng cân nặng về cơ bản không liên quan đến cơ hội việc làm của nam giới và phụ nữ.

**Bảng 5.****Tác động của ngoại hình lên thời gian tìm kiếm việc làm**

Biến	Thời gian tìm việc (Hồi quy kiểm duyệt)							
	Nam				Nữ			
	Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)		Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)	
Tuổi (năm)	0,402**	(0,180)	0,012**	(2,250)	0,066	(0,057)	0,007	(0,006)
Thu nhập gia đình (VNĐ/tháng)	0,067	(0,059)	0,004	(0,004)	-0,041	(0,026)	-0,004	(0,003)
Kết hôn (1 = đã kết hôn)	0,217	(1,609)	0,014	(0,104)	-0,307	(0,604)	-0,032	(0,064)
Con cái (1 = có)	1,481	(1,746)	0,095	(0,112)	-0,973	(0,622)	-0,103	(0,066)
Số năm đi học (năm)	-0,174	(0,180)	-0,011	(0,012)	0,137*	(0,071)	0,014*	(0,007)
Kinh nghiệm trước đây (năm)	-0,439*	(0,231)	-0,028*	(0,015)	0,259**	(0,106)	0,027**	(0,011)
<i>Công việc (Phân loại cơ sở: Pháp lý)</i>								
Ngân hàng/ Tài chính	-7,865**	(4,283)	-0,268**	(0,080)	-1,478	(1,435)	-0,118	(0,091)
Sáng tạo nghệ thuật/ Thiết kế	-6,138	(4,629)	-0,170	(0,107)	-1,741	(1,690)	-0,147	(0,138)
Tư vấn/ Quản lý	-4,766	(4,678)	-0,113	(0,092)	-1,848	(1,456)	-0,160	(0,100)
Chăm sóc sức khỏe					8,073**	(2,119)	0,117**	(0,081)
Marketing	-9,116**	(4,616)	-0,360**	(0,173)	-1,316	(1,586)	-0,102	(0,110)
Kế toán	-10,528**	(4,382)	-0,496**	(0,192)	-2,203	(1,459)	-0,206	(0,102)
Nhân sự					-1,700	(1,529)	-0,143	(0,111)
Kỹ thuật/ Kỹ sư/ Xây dựng	-6,827*	(4,386)	-0,206*	(0,085)	-2,786	(1,847)	-0,297	(0,232)
Giáo viên/ Đào tạo/ Giáo dục					0,454	(1,610)	0,024	(0,090)
Chăm sóc khách hàng	-4,551	(5,791)	-0,105	(0,145)	-1,563	(1,525)	-0,127	(0,106)
Bán hàng	-8,721**	(4,419)	-0,329**	(0,105)	-0,270	(1,528)	-0,017	(0,091)
Khác	-9,013**	(4,285)	-0,352**	(0,102)	-2,182	(1,441)	-0,203	(0,099)
<i>Hình thức sở hữu (Phân loại cơ sở: Doanh nghiệp nhà nước)</i>								
Liên doanh Việt Nam - nước ngoài	-1,677	(2,310)	-0,091	(0,133)	-1,167	(0,801)	-0,116	(0,087)
Doanh nghiệp tư nhân trong nước	(1,497)	-2,091	-0,118	(0,076)	-0,893	(0,580)	-0,084	(0,050)
Doanh nghiệp tư nhân nước ngoài	-3,007	(2,011)	-0,186	(0,135)	0,044	(0,822)	0,003	(0,065)

Biến	Thời gian tìm việc (Hồi quy kiểm duyệt)							
	Nam				Nữ			
	Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)		Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)	
Doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài	-2,700	(2,238)	-0,162	(0,150)	-1,461*	(0,703)	-0,154*	(0,077)
<i>Đặc điểm ngoại hình</i>								
Chiều cao (cm)	0,023	(0,090)	0,001	(0,006)	-0,061	(0,045)	-0,006	(0,005)
Cân nặng (cm)	0,022	(0,059)	0,001	(0,059)	-0,011	(0,044)	-0,001	(0,005)
Chu vi vòng ngực (cm)	-0,107	(0,075)	-0,007	(0,005)	-0,007	(0,040)	-0,001	(0,004)
Chu vi vòng eo (cm)	0,192	(0,083)	0,012	(0,005)	0,103***	(0,039)	0,011***	(0,004)
Chu vi vòng hông (cm)	-0,088	(0,076)	-0,006	(0,005)	-0,054	(0,042)	-0,006	(0,004)
Hình xăm (1 = có)	-0,226	(2,089)	-0,015	(0,135)	0,533	(0,533)	0,056	(0,056)
Mặt (1 = tốt)	-0,110	(0,962)	-0,007	(0,062)	0,484	(0,368)	0,051	(0,039)
Hàm răng trắng đều (1 = có)	-1,003	(0,926)	-0,065	(0,060)	0,286	(0,361)	0,030	(0,038)
Hằng số		-2,233				12,050		
		(3,155)				(10,410)		
Độ lệch chuẩn		6,879***				3,605***		
		(0,437)				(0,160)		
Số quan sát		130				272		

Ghi chú: \*, \*\*, \*\*\*, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%;

Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là giá trị của độ lệch chuẩn.

Bên cạnh đó, thời gian tìm việc của nam giới sẽ được rút ngắn nếu họ có nhiều kinh nghiệm hơn và tìm kiếm các công việc như: Ngân hàng, tài chính, tiếp thị, kế toán, kỹ thuật, xây dựng, bán hàng hoặc những công việc không liên quan đến những công việc được đề cập trong nghiên cứu. Tuy nhiên, sự gia tăng tuổi tác có tác động tiêu cực đến thời gian tìm việc của nam giới. Thời gian đi học, thu nhập gia đình, tình trạng hôn nhân và sinh con không ảnh hưởng đến thời gian tìm việc của nam. Trong khi đó, thời gian tìm việc lâu hơn là kết quả của thời gian đi học và thời gian kinh nghiệm tăng lên. Phụ nữ có nhiều khả năng nhanh chóng tìm được việc làm hơn trong các doanh nghiệp tư nhân có vốn đầu tư nước ngoài.

#### 4.2.3. Ảnh hưởng của ngoại hình đối với mức tăng lương

Phát hiện chính về mối quan hệ giữa ngoại hình và việc tăng lương là vòng ngực và hàm răng trắng đều cùng ảnh hưởng đến tăng trưởng tiền lương của nam giới, và chiều cao ảnh hưởng đến cả hai giới. Cụ thể hơn, nếu chu vi vòng ngực của nam giới tăng thêm 1 cm, mức tăng lương sẽ giảm 4,18 điểm phần trăm. Ngược lại, nếu nam giới có hàm răng trắng đều, họ sẽ có mức tăng lương cao hơn 39,41 điểm phần trăm so với nam giới không có. Tăng chiều cao thêm 1 cm sẽ dẫn đến tỷ lệ giảm lương khoảng 2,99 điểm phần trăm đối với nam giới và 1,9 điểm phần trăm đối với phụ nữ. Vì răng trắng đều có thể ảnh hưởng đến sự tự tin trong giao tiếp và do đó, năng suất làm việc cao hơn, Mobius

và Rosenblat (2006) nhận thấy rằng sự tự tin này chiếm khoảng 20% giá trị sắc đẹp. Tuy nhiên, vòng ngực là bộ phận cơ thể có thể ảnh hưởng tiêu cực đến năng suất khi nó đạt đến ngưỡng béo phì ở Mỹ (Averett & Korenman, 1996; Cawley, 2004).

### Bảng 6.

#### Tác động của ngoại hình lên tăng lương

Biến	Mức tăng lương (Hồi quy kiểm duyệt)							
	Nam				Nữ			
	Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)		Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)	
Tuổi (năm)	-0,713	(3,212)	-0,003	(0,012)	-0,016	(1,480)	0,000	(0,008)
Thu nhập gia đình (VNĐ/tháng)	3,936***	(3,212)	0,015***	(0,012)	1,612***	(1,480)	0,009***	(0,008)
Kết hôn (1 = đã kết hôn)	10,314	(27,861)	0,040	(0,108)	-2,915	(13,635)	-0,016	(0,076)
Con cái (1 = có)	4,426	(30,949)	0,017	(0,120)	-7,387	(14,117)	-0,041	(0,079)
Số năm đi học (năm)	-2,073	(3,165)	-0,008	(0,012)	1,849	(1,676)	0,010	(0,009)
Kinh nghiệm tại công việc hiện tại (năm)	8,109**	(3,807)	0,031**	(0,014)	7,907***	(1,830)	0,044***	(0,010)
<i>Công việc (Phân loại cơ sở: Pháp lý)</i>								
Ngân hàng/ Tài chính	59,269	(33,843)	0,311	(0,216)	-14,694	(29,613)	-0,079	(0,147)
Sáng tạo nghệ thuật/ Thiết kế	20,425	(37,122)	0,128	(0,242)	-29,795	(33,537)	-0,180	(0,191)
Tư vấn/ Quản lý	82,049	(46,138)	0,392	(0,240)	-9,092	(30,210)	-0,047	(0,150)
Chăm sóc sức khỏe					-2,367	(40,608)	-0,012	(0,201)
Marketing	49,393	(51,173)	0,270	(0,272)	-16,395	(32,454)	-0,090	(0,168)
Kế toán	10,843	(40,754)	0,071	(0,268)	-12,757	(30,445)	-0,068	(0,152)
Nhân sự					13,877	(33,363)	0,061	(0,155)
Kỹ thuật/ Kỹ sư/ Xây dựng	59,031	(35,619)	0,310	(0,222)	-1,398	(47,108)	-0,007	(0,232)
Giáo viên/ Đào tạo/ Giáo dục					1,064	(32,693)	0,005	(0,159)
Chăm sóc khách hàng	44,681	(62,694)	0,249	(0,327)	-12,763	(31,666)	-0,068	(0,160)
Bán hàng	94,085*	(41,093)	0,428*	(0,227)	4,499	(31,615)	0,021	(0,152)
Khác	62,126	(35,527)	0,322	(0,217)	-20,837	(29,799)	-0,118	(0,151)
<i>Hình thức sở hữu (Phân loại cơ sở: Doanh nghiệp nhà nước)</i>								
Liên doanh Việt Nam - nước ngoài	0,754	(31,044)	0,004	(0,160)	2,927	(15,705)	0,021	(0,110)

Biến	Mức tăng lương (Hồi quy kiểm duyệt)							
	Nam				Nữ			
	Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)		Hiệu ứng cận biên		Hiệu ứng cận biên (xác suất)	
Doanh nghiệp tư nhân trong nước	36,760	(20,821)	0,161	(0,098)	19,068	(10,674)	0,120	(0,072)
Doanh nghiệp tư nhân nước ngoài	159,589***	(46,407)	0,429***	(0,098)	54,203***	(18,404)	0,272***	(0,085)
Doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài	-8,213	(29,930)	-0,045	(0,165)	14,219	(14,996)	0,093	(0,096)
<b>Đặc điểm ngoại hình</b>								
Chiều cao (cm)	-2,993*	(1,600)	-0,012*	(0,006)	-1,904*	(1,015)	-0,011*	(0,006)
Cân nặng (cm)	-0,687	(1,095)	-0,003	(0,004)	0,116	(0,981)	0,001	(0,006)
Chu vi vòng ngực (cm)	-4,179***	(1,368)	-0,016***	(0,005)	1,206	(0,880)	0,007	(0,005)
Chu vi vòng eo (cm)	0,478	(1,492)	0,002	(0,006)	0,646	(0,888)	0,004	(0,005)
Chu vi vòng hông (cm)	1,417	(1,365)	0,005	(0,005)	-0,984	(0,944)	-0,006	(0,005)
Hình xăm (1 = có)	-46,305	(37,826)	-0,179	(0,145)	11,668	(11,822)	0,065	(0,066)
Mặt (1 = tốt)	-4,463	(17,325)	-0,017	(0,067)	11,569	(8,298)	0,065	(0,046)
Hàm răng trắng đều (1 = có)	39,414**	(16,518)	0,152**	(0,064)	7,454	(8,099)	0,042	(0,045)
Hạng số		1,027** (514,900)				286,000 (283,600)		
Độ lệch chuẩn		134,151*** (9,174)				92,924*** (4,438)		
Số quan sát		129				268		

Ghi chú: \*, \*\*, \*\*\*, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%;

Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là giá trị của độ lệch chuẩn.

Xác suất tăng lương cao hơn đối với nhân viên nam và nữ thấp hơn, có nhiều năm kinh nghiệm và đã kết hôn. Cả lao động nam và lao động nữ đều có xác suất được tăng lương cao hơn khi họ làm việc trong các doanh nghiệp tư nhân do nước ngoài làm chủ. Phụ nữ, cũng có xác suất tăng lương cao hơn nếu họ là nhân viên bán hàng.

#### 4.2.4. Ảnh hưởng của ngoại hình đối với sự thăng tiến

Vòng ngực và khuôn mặt có ảnh hưởng đến số lần thăng tiến của nam, trong khi khuôn mặt có tác dụng tích cực, ngực có ảnh hưởng tiêu cực. Cụ thể, tăng 1 cm vòng ngực đi kèm với giảm số lần thăng chức trung bình 0,3 lần. Trong khi đó, số lần thăng chức trung bình của nam giới cảm thấy hài lòng về khuôn mặt của họ cao hơn 0,62 lần so với số lần thăng chức trung bình của nam giới cảm thấy không hài lòng. Vòng ngực có liên quan đến béo phì (Henneberg & Ulijaszek, 2010; Averett & Korenman, 1996; Cawley, 2004), trong khi tự tin và cách ứng xử phù hợp được đánh giá cao hơn đối với những người có khuôn mặt đẹp (Hensley & Cooper, 1987).

Đối với phụ nữ sở hữu hình xăm lộ rõ sẽ có số lần thăng chức trung bình thấp hơn 0,35 so với những người không có. Heywood và cộng sự (2012), và Roberts và Ryan (2002) cho rằng hình xăm có liên quan mật thiết đến các hành vi chấp nhận rủi ro, các vấn đề học đường và bạo lực. Đây là dấu hiệu của sự khác biệt về năng suất, từ đó ảnh hưởng đến sự thăng tiến. Tương tự, hầu hết các nhà tuyển dụng đều thừa nhận rằng họ sẽ tuyển dụng những người lao động trông nghiêm túc hơn. Ngoài ra, phần còn lại của các biến ngoại hình đối với nam và nữ không có ý nghĩa thống kê. Chiều cao được tìm thấy không ảnh hưởng đến số lần thăng chức.

**Bảng 7.**

Tác động của ngoại hình lên việc thăng tiến

Biến	Thăng chức (Hồi quy nhị thức âm)			
	Nam		Nữ	
	Hiệu ứng cận biên	Hiệu ứng cận biên (xác suất)	Hiệu ứng cận biên	Hiệu ứng cận biên (xác suất)
Tuổi (năm)	0,079* (0,041)	0,055* (0,028)	0,068** (0,029)	0,039** (0,017)
Thu nhập gia đình (VNĐ/tháng)	0,039*** (0,014)	0,028*** (0,009)	0,001*** (0,013)	0,001*** (0,007)
Kết hôn (1 = đã kết hôn)	-0,047 (0,296)	-0,033 (0,207)	-0,118 (0,300)	-0,067 (0,170)
Con cái (1 = có)	-0,625* (0,364)	-0,437* (0,256)	-0,131 (0,302)	-0,075 (0,172)
Số năm đi học (năm)	-0,129*** (0,049)	-0,090*** (0,118)	-0,014 (0,035)	-0,008 (0,018)
Kinh nghiệm tại công việc hiện tại (năm)	0,064 (0,054)	0,045 (0,037)	0,092*** (0,032)	0,053*** (0,019)
<i>Công việc (Phân loại cơ sở: Pháp lý)</i>				
Ngân hàng/ Tài chính	0,357 (0,572)	0,265 (0,383)	-0,205 (0,711)	0,089 (0,330)
Sáng tạo nghệ thuật/ Thiết kế	-0,778 (0,720)	-0,334 (0,343)	0,544 (0,731)	0,345 (0,420)
Tư vấn/ Quản lý	1,100* (0,623)	1,235** (0,653)	0,362 (0,666)	0,209 (0,336)
Chăm sóc sức khỏe			1,353** (0,683)	1,369** (0,697)
Marketing	0,927 (0,680)	0,942 (0,809)	-0,005 (0,804)	-0,002 (0,383)
Kế toán	-0,495 (1,001)	-0,241 (0,447)	0,475 (0,666)	0,290 (0,337)
Nhân sự			0,643 (0,687)	0,431 (0,380)

Biến	Thăng chức (Hồi quy nhị thức âm)			
	Nam		Nữ	
	Hiệu ứng cận biên	Hiệu ứng cận biên (xác suất)	Hiệu ứng cận biên	Hiệu ứng cận biên (xác suất)
Kỹ thuật/ Kỹ sư/ Xây dựng	-0,077 (0,540)	-0,046 (0,329)	-25,203*** (0,876)	-0,478** (0,304)
Giáo viên/ Đào tạo/ Giáo dục			0,779 (0,657)	0,564 (0,367)
Chăm sóc khách hàng	0,585 (0,766)	0,490 (0,634)	-0,128 (0,738)	-0,057 (0,342)
Bán hàng	-0,408 (0,736)	-0,207 (0,391)	-0,966 (0,780)	-0,296 (0,314)
Khác	-0,078 (0,687)	-0,046 (0,410)	-0,102 (0,678)	-0,046 (0,320)
<i>Hình thức sở hữu (Phân loại cơ sở: Doanh nghiệp nhà nước)</i>				
Liên doanh Việt Nam - nước ngoài	0,069 (0,560)	0,057 (0,469)	0,174 (0,425)	0,081 (0,206)
Doanh nghiệp tư nhân trong nước	0,016 (0,374)	0,013 (0,300)	0,400 (0,287)	0,210 (0,143)
Doanh nghiệp tư nhân nước ngoài	0,150 (0,581)	0,129 (0,517)	0,623* (0,369)	0,370* (0,245)
Doanh nghiệp tư nhân có vốn nước ngoài	-1,806*** (0,526)	-0,668*** (0,243)	0,249 (0,404)	0,121 (0,207)
<i>Đặc điểm ngoại hình</i>				
Chiều cao (cm)	-0,015 (0,018)	-0,011 (0,012)	-0,012 (0,022)	-0,007 (0,012)
Cân nặng (cm)	-0,008 (0,015)	-0,005 (0,011)	0,011 (0,025)	0,006 (0,014)
Chu vi vòng ngực (cm)	-0,043** (0,019)	-0,030** (0,014)	0,007 (0,021)	0,004 (0,012)
Chu vi vòng eo (cm)	0,031 (0,023)	0,022 (0,016)	-0,030 (0,022)	-0,017 (0,013)
Chu vi vòng hông (cm)	0,006 (0,023)	0,004 (0,016)	0,013 (0,020)	0,007 (0,011)
Hình xăm (1 = có)	-0,634 (0,634)	-0,444 (0,450)	-0,613* (0,357)	-0,350* (0,205)
Mặt (1 = tốt)	0,881*** (0,311)	0,617*** (0,231)	0,046 (0,182)	0,026 (0,104)
Hàm răng trắng đều (1 = có)	0,015 (0,264)	0,011 (0,185)	0,100 (0,193)	0,057 (0,110)



Biến	Thăng chức (Hồi quy nhị thức âm)			
	Nam		Nữ	
	Hiệu ứng cận biên	Hiệu ứng cận biên (xác suất)	Hiệu ứng cận biên	Hiệu ứng cận biên (xác suất)
Hằng số	2,437 (3,383)		-1,241 (3,929)	
Độ lệch chuẩn	-16,841*** (1,684)		-15,390*** (1,584)	
Số quan sát	130		266	

*Ghi chú:* \*, \*\*, \*\*\*, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%;

Giá trị trong ngoặc đơn ( ) là giá trị của độ lệch chuẩn.

Cuối cùng, sự thăng tiến của các cá nhân là bị ảnh hưởng bởi kinh nghiệm, học vấn, tuổi tác, thu nhập gia đình, có con cái, hình thức công ty và công việc. Tuy nhiên, những tác động này khác nhau giữa nam và nữ. Đối với nam giới, số lượng thăng chức trung bình nhiều hơn cho những người làm công việc tư vấn hoặc quản lý. Hơn nữa, số lượng thăng chức trung bình cho nam giới sẽ tăng lên nếu độ tuổi, thu nhập gia đình và số năm đi học của họ tăng lên. Số lần thăng chức trung bình của nam giới cũng thấp hơn đối với những người đã có con hoặc làm việc trong các công ty tư nhân có vốn nước ngoài. Mặt khác, sự tăng lên của số lần thăng chức trung bình của nữ đi kèm với sự tăng lên của thu nhập gia đình, số năm kinh nghiệm và độ tuổi. Phụ nữ làm kỹ thuật viên, kỹ sư hoặc xây dựng cũng có số lần thăng tiến trung bình thấp hơn.

## 5. Kết luận

### 5.1. Phần kết luận

Sử dụng dữ liệu từ cuộc khảo sát được thực hiện từ tháng 6 đến tháng 8 năm 2019, bài báo này xem xét tác động của ngoại hình đối với khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động, bao gồm: Tiền lương, thời gian tìm việc, tăng lương và thăng chức. Mô hình tiền lương đã ước tính bằng kỹ thuật hồi quy bình phương nhỏ nhất thông thường (OLS). Tiền lương theo giờ của các cá nhân đã được tính logarit dựa trên mô hình tiền lương của Mincer (1958). Mô hình Tobit được sử dụng để xem xét thời gian tìm việc và tăng lương. Số lượng chức năng thăng hạng được ước tính bằng mô hình nhị thức phủ định (Negative Binomial Regression Model – NBRM). Các mô hình này được hồi quy riêng biệt đối với nam và nữ vì ảnh hưởng của các đặc điểm ngoại hình là khác nhau giữa hai giới. Các phát hiện thực nghiệm cho thấy một số đặc điểm về ngoại hình có liên quan đáng kể đến hiệu quả thị trường lao động và những ảnh hưởng này là sự khác biệt giữa nam và nữ.

- Thứ nhất, tiền lương theo giờ của các cá nhân, ngoại hình hấp dẫn có tác động khác nhau đến tiền lương theo giờ của cá nhân giữa hai giới tính. Tiền lương theo giờ của nam giới bị ảnh hưởng bởi chiều cao, cân nặng và khuôn mặt, trong khi phụ nữ bị ảnh hưởng bởi vòng ngực và hàm răng đẹp. Đặc biệt, mức lương theo giờ cao hơn ở nam giới được xác định bởi chiều cao và khuôn mặt đẹp. Ngược lại, cân nặng tăng lên sẽ khiến nam giới nhận được mức lương theo giờ thấp hơn. Đối với phụ

nữ, họ có mức lương theo giờ cao hơn nhờ vào vòng ngực lớn và hàm răng trắng đều. Các đặc điểm ngoại hình như eo và hông, cùng với hình xăm cũng không ảnh hưởng đến tiền lương.

- *Thứ hai*, cần lưu ý rằng ngoại hình không ảnh hưởng đến thời gian tìm việc của nam giới. Trong khi đó, ngoại hình, đặc biệt là vòng eo có ảnh hưởng xấu đến thời gian tìm việc của phụ nữ. Thời gian tìm việc lâu hơn nếu vòng eo của nữ tăng thêm 1 đơn vị.

- *Thứ ba*, có những điểm giống và khác nhau trong mối quan hệ giữa ngoại hình và việc tăng lương của lao động nam và lao động nữ. Xác suất tăng lương cao hơn đối với nhân viên nam, còn đối với nữ thì thấp hơn. Tuy nhiên, vòng ngực và hàm răng trắng đều chỉ ảnh hưởng đến xác suất tăng lương của nam giới chứ không ảnh hưởng đến nữ giới. Nam giới sở hữu hàm răng trắng và đều đặn có khả năng được tăng lương cao hơn những người không có, trong khi vòng ngực của nam giới tăng lên dẫn đến mức lương giảm.

- *Cuối cùng*, sự thăng tiến của các cá nhân là bị ảnh hưởng bởi ngoại hình. Tuy nhiên, những tác động này khác nhau giữa nam và nữ. Đối với nam giới, số lượng thăng chức trung bình nhiều hơn cho những người cảm thấy hài lòng với khuôn mặt của họ. Ngược lại, vòng ngực tăng có liên quan tiêu cực với số lần thăng chức trung bình. Mặt khác, số lượng thăng chức trung bình nhiều hơn đối với nữ không có hình xăm lộ liễu.

Tóm lại, phát hiện của nghiên cứu này chỉ ra các yếu tố có khả năng ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động, cụ thể là ngoại hình. Tuy nhiên, đặc điểm khác nhau về ngoại hình có những ảnh hưởng khác nhau đến tiền lương, thời gian tìm việc, tăng lương và thăng chức. Và hiệu quả cũng khác nhau đáng kể giữa nhân viên nam và nữ. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng gặp phải những hạn chế. Đặc biệt, mặc dù cuộc khảo sát được thực hiện dựa trên báo cáo của người trả lời, do đó một số đánh giá về mức độ hấp dẫn được sử dụng trong nghiên cứu này vẫn còn mang tính chủ quan. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đang phải đối mặt với vấn đề nội sinh giữa số năm đi học và tiền lương khi không thể ngăn chặn nó bằng cách sử dụng biến công cụ là tính cách. Hơn nữa, các nghiên cứu trong tương lai nên sử dụng cỡ mẫu lớn hơn để nắm bắt và đo lường chính xác hơn vì nghiên cứu này bị giới hạn bởi thời gian và địa lý.

## 5.2. Hàm ý chính sách

Từ đánh giá thực nghiệm, tất cả các bằng chứng cho thấy ngoại hình ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động. Điều này ngụ ý rằng những nhân viên hấp dẫn có kết quả tốt hơn trên thị trường lao động như: Lương cao hơn, thời gian tìm việc ngắn hơn, nhiều cơ hội tăng lương và thăng chức hơn. Vì vậy, các chính sách nhằm nâng cao chất lượng lao động nói chung và ngoại hình nói riêng là rất quan trọng. Ví dụ, các chính sách tăng cường dinh dưỡng, tập thể dục và nâng cao nhận thức về ngoại hình của lao động cần được chú trọng.

Hơn nữa, dựa trên các thuộc tính hấp dẫn được tìm thấy trong nghiên cứu này, người lao động có thể nắm bắt các hướng tác động của ngoại hình lên các kết quả cụ thể của thị trường lao động để cải thiện và đạt được các mục tiêu trong công việc. Các hướng tác động này được phân biệt rõ ràng giữa hai giới tính. Đặc biệt, đàn ông muốn lương cao hơn nên chú ý đến khuôn mặt, chiều cao vượt trội hoặc giảm cân, trong khi phụ nữ cần răng trắng và vòng ngực lớn. Để rút ngắn thời gian tìm việc, phụ nữ nên có vòng eo nhỏ. Nếu xác suất được tăng lương cao hơn mong muốn, phụ nữ sẽ không cần chú trọng nhiều đến chiều cao, trong khi đó, nam giới không những cần chú trọng đến chiều cao mà còn phải sở hữu hàm răng trắng và tập thể dục để ngực nhỏ. Để được thăng tiến, phụ nữ nên xóa những

hình xăm lộ rõ, còn nam giới nên sở hữu khuôn mặt đẹp hoặc vòng ngực nhỏ. Mặt khác, người sử dụng lao động và quản lý nhân sự có thể xác định được những đặc điểm ngoại hình thu hút khách hàng. Từ đó, đưa ra những đánh giá có cơ sở hơn trong việc đưa ra quyết định tuyển dụng, thăng chức hay tăng lương. Tuy nhiên, thị trường lao động trả phí cho sắc đẹp, vì vậy, các công ty không nhất thiết phải tuyển người đẹp vào những công việc không yêu cầu người đẹp. Vì không phải công việc nào cũng yêu cầu người có ngoại hình hấp dẫn, nếu nhà tuyển dụng tuyển người có ngoại hình hấp dẫn thì họ phải trả mức lương cao hơn dẫn đến những chi phí phát sinh không đáng có. Tuy nhiên, nếu doanh nghiệp không trả lương cao hơn cho người có ngoại hình đẹp, họ sẽ bỏ đi vì công ty khác trả lương cao hơn. Các công ty này trả lương cao hơn như một sự bù đắp cho vẻ đẹp của họ.

### Chú thích

Bài báo này được trích một phần trong luận văn Thạc sĩ Kinh tế Phát triển của Chương trình Cao học Việt Nam – Hà Lan khóa 24 với tên đề tài: “Ngoại hình và kết quả thị trường lao động” do tác giả Cù Thị Xuân Thảo thực hiện, đã bảo vệ ngày 10/12/2019.

---

### Tài liệu tham khảo

- Ahituv, A., & Lerman, R. I. (2007). How do marital status, work effort, and wage rates interact?. *Demography*, 44(3), 623–647.
- Anderson, J. C., Johnson, E. N., & Reckers, P. (1994). Perceived effects of gender, family structure, and physical appearance on career progression in public accounting: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 19(6), 483–491.
- Arrazola, M., De Hevia, J., Risueño, M., & Sanz, J. F. (2003). Returns to education in Spain: Some evidence on the endogeneity of schooling. *Education Economics*, 11(3), 293–304.
- Ashenfelter, O., & Ham, J. (1979). Education, unemployment, and earnings. *Journal of Political Economy*, 87(5, Part 2), S99–S116.
- Averett, S., & Korenman, S. (1996). The economic reality of the beauty myth. *The Journal of Human Resources*, 31(2), 304–330.
- Beller, A., Borjas, G., Tienda, M., Bloom, D., & Grenier, G. (1994). Beauty and the labor market. *The American Economic Review*, 84(5), 1174–1194.
- Beblo, M., Dennis, B., Anja H., & Francois, L. (2003). *Measuring Selectivity-Corrected Gender Wage Gaps in the EU*.
- Bóo, F. L., Rossi, M. A., & Urzúa, S. S. (2013). The labor market return to an attractive face: Evidence from a field experiment. *Economics Letters*, 118(1), 170–172.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In Richardson, J., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood.
- Brallier, S. A., Maguire, K. A., Smith, D. A., & Palm, L. J. (2011). Visible tattoos and employment in the restaurant service industry. *International Journal of Business and Social Science*, 2(6), 72–76.

- Budig, M. J., & England, P. (2001). The wage penalty for motherhood. *American Sociological Review*, 66(2), 204–225.
- Carmalt, J. H., Cawley, J., Joyner, K., & Sobal, J. (2008). Body weight and matching with a physically attractive romantic partner. *Journal of Marriage and Family*, 70(5), 1287–1296.
- Cawley, J. (2004). The impact of obesity on wages. *Journal of Human Resources*, 39(2), 451–474.
- Chapman, B., Duberstein, P., & Lyness, J. M. (2007). Personality traits, education, and health-related quality of life among older adult primary care patients. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 62(6), P343–P352.
- Chung, P. P., & Leung, K. (1988). Effects of performance information and physical attractiveness on managerial decisions about promotion. *The Journal of Social Psychology*, 128(6), 791–801.
- Cipriani, G. P., & Zago, A. (2011). Productivity or discrimination? Beauty and the exams. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 73(3), 428–447.
- Fang, H. (2006). Disentangling the college wage premium: Estimating a model with endogenous education choices. *International Economic Review*, 47(4), 1151–1185.
- Fink, B., & Penton-Voak, I. (2002). Evolutionary psychology of facial attractiveness. *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 154–158.
- Franzoi, S. L., & Shields, S. A. (1984). The body esteem scale: Multidimensional structure and sex differences in a college population. *Journal of Personality Assessment*, 48(2), 173–178.
- French, M. T., Maclean, J. C., Robins, P. K., Sayed, B., & Shiferaw, L. (2016). Tattoos, employment, and labor market earnings: Is there a link in the ink?. *Southern Economic Journal*, 82(4), 1212–1246.
- French, M. T., Mortensen, K., & Timming, A. R. (2018). Are tattoos associated with employment and wage discrimination? Analyzing the relationships between body art and labor market outcomes. *Human Relations*, 72(5), 962–987.
- Frieze, I. H., Olson, J. E., & Russell, J. (1991). Attractiveness and income for men and women in management. *Journal of Applied Social Psychology*, 21(13), 1039–1057.
- Frost, K. A., Franzoi, S. L., Oswald, D. L., & Shields, S. A. (2018). Revising the Body Esteem Scale with a US college student sample: Evaluation, validation, and uses for the BES-R. *Sex Roles: A Journal of Research*, 78(1–2), 1–17.
- Furnham, A., Dias, M., & McClelland, A. (1998). The role of body weight, waist-to-hip ratio, and breast size in judgments of female attractiveness. *Sex Roles*, 39(3–4), 311–326.
- Galarza, F. B., & Yamada, G. (2017). Triple penalty in employment access: The role of beauty, race, and sex. *Journal of Applied Economics*, 20(1), 29–47.
- Gardeazabal, J., & Ugidos, A. (2005). Gender wage discrimination at quantiles. *Journal of Population Economics*, 18(1), 165–179.
- Gvozdenodic, V. (2013). *Beauty and wages: The effect of physical attractiveness on income using longitudinal data*. Honors College Theses. Honors College, Pace University.
- Haavio-Mannila, E., & Purhonen, S. (2001). Slimness and self-rated sexual attractiveness: Comparisons of men and women in two cultures. *Journal of Sex Research*, 38(2), 102–110.

- Hakim, E. A. (2011). The surmountable challenge of setting up postgraduate medical education. *South Sudan Medical Journal*, 4(3), 48–48.
- Biddle, J. E., & Hamermesh, D. S. (1998). Beauty, productivity and discrimination: Lawyers' looks and lucre. *Journal of Labor Economics*, 16(1), 172–201. doi: 10.1086/209886
- Heilman, M. E., & Stopeck, M. H. (1985). Being attractive, advantage or disadvantage? Performance-based evaluations and recommended personnel actions as a function of appearance, sex, and job type. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35(2), 202–215.
- Henneberg, M., & Ulijaszek, S. J. (2010). Body frame dimensions are related to obesity and fatness: Lean trunk size, skinfolds, and body mass index. *American Journal of Human Biology: The Official Journal of the Human Biology Association*, 22(1), 83–91.
- Hensley, W. E., & Cooper, R. (1987). Height and occupational success: A review and critique. *Psychological Reports*, 60(3), 843–849.
- Henss, R. (1991). Perceiving age and attractiveness in facial photographs. *Journal of Applied Social Psychology*, 21(11), 933–946.
- Hersch, J., & Viscusi, W. K. (1996). Gender differences in promotions and wages. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 35(4), 461–472.
- Heywood, W., Patrick, K., Smith, A. M., Simpson, J. M., Pitts, M. K., Richters, J., & Shelley, J. M. (2012). Who gets tattoos? Demographic and behavioral correlates of ever being tattooed in a representative sample of men and women. *Annals of Epidemiology*, 22(1), 51–56.
- Holtzman, N. S., & Strube, M. J. (2010). Narcissism and attractiveness. *Journal of Research in Personality*, 44(1), 133–136.
- Hübler, O. (2009). The nonlinear link between height and wages in Germany, 1985–2004. *Economics & Human Biology*, 7(2), 191–199.
- Jackson, L. A., Sullivan, L. A., & Hymes, J. S. (1987). Gender, gender role, and physical appearance. *The Journal of Psychology*, 121(1), 51–56.
- Johansson, E., Böckerman, P., Kiiskinen, U., & Heliövaara, M. (2009). Obesity and labour market success in Finland: The difference between having a high BMI and being fat. *Economics & Human Biology*, 7(1), 36–45.
- Johnston, D. W. (2010). Physical appearance and wages: Do blondes have more fun?. *Economics Letters*, 108(1), 10–12.
- Larose, S. L., Kpelitse, K. A., Campbell, M. K., Zaric, G. S., & Sarma, S. (2016). Does obesity influence labour market outcomes among working-age adults? Evidence from Canadian longitudinal data. *Economics & Human Biology*, 20, 26–41.
- Liu, A. Y. (2004). Sectoral gender wage gap in Viet Nam. *Oxford Development Studies*, 32(2), 225–239.
- Loh, E. S. (1993). The economic effects of physical appearance. *Social Science Quarterly*, 74(2), 420–438.
- Lundborg, P., Nystedt, P., & Rooth, D. O. (2014). Height and earnings: The role of cognitive and noncognitive skills. *Journal of Human Resources*, 49(1), 141–166.
- Luong, M., & Hébert, B. P. (2009). *Age and Earnings*. Ottawa, Canada: Statistics Canada.

- Macpherson, D. A., & Hirsch, B. T. (1995). Wages and gender composition: Why do women's jobs pay less?. *Journal of Labor Economics*, 13(3), 426–471.
- Maestripieri, D. (2012). *The truth about why beautiful people are more successful*. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/us/blog/games-primates-play/201203/the-truth-about-why-beautiful-people-are-more-successful>
- Maluccio, J. A. (1998). *Endogeneity of schooling in the wage function: Evidence from the rural Philippines*. Food Consumption and Nutrition Division No. 54 (pp. 1–58). USA: International Food Policy Research Institute.
- Maranto, C. L., & Stenoien, A. F. (2000). Weight discrimination: A multidisciplinary analysis. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 12(1), 9–24.
- Marshall, A., & Whitaker, J. K. (1975). *The Early Economic Writings of Alfred Marshall, 1867-1890*. London: Macmillan.
- Messick, S. (1996). Bridging cognition and personality in education: The role of style in performance and development. *European Journal of Personality*, 10(5), 353–376.
- Mincer, J. (1958). Investment in human capital and personal income distribution. *The Journal of Political Economy*, 66(4), 281–302.
- Mobius, M. M., & Rosenblat, T. S. (2006). Why beauty matters. *American Economic Review*, 96(1), 222–235.
- Noor, F., & Evans, D. C. (2003). The effect of facial symmetry on perceptions of personality and attractiveness. *Journal of Research in Personality*, 37(4), 339–347.
- Norton, E. C., & Han, E. (2008). Genetic information, obesity, and labor market outcomes. *Health Economics*, 17(9), 1089–1104.
- Nunley, J. M., Pugh, A., Romero, N., & Seals, R. A. (2017). The effects of unemployment and underemployment on employment opportunities: Results from a correspondence audit of the labor market for college graduates. *ILR Review*, 70(3), 642–669.
- Peluchette, J. V., Karl, K., & Rust, K. (2006). Dressing to impress: Beliefs and attitudes regarding workplace attire. *Journal of Business and Psychology*, 21(1), 45–63.
- Roberts, T. A., & Ryan, S. A. (2002). Tattooing and high-risk behavior in adolescents. *Pediatrics*, 110(6), 1058–1063.
- Rooth, D. O. (2009). Obesity, attractiveness, and differential treatment in hiring a field experiment. *Journal of Human Resources*, 44(3), 710–735.
- Rosenblat, T. S. (2008). The beauty premium: Physical attractiveness and gender in dictator games. *Negotiation Journal*, 24(4), 465–481.
- Ruffle, B. J., & Shtudiner, Z. E. (2015). Are good-looking people more employable?. *Management Science*, 61(8), 1760–1776.
- Ruiz, A. C., Gómez, L. N., & Narváez, M. R. (2010). Endogenous wage determinants and returns to education in Spain. *International Journal of Manpower*, 31(4), 410–425.
- Shimokawa, S. (2008). The labour market impact of body weight in China: A semiparametric analysis. *Applied Economics*, 40(8), 949–968.

- Singh, D., & Young, R. K. (1995). Body weight, waist-to-hip ratio, breasts, and hips: Role in judgments of female attractiveness and desirability for relationships. *Ethology and Sociobiology*, 16(6), 483–507.
- Stratton, L. S. (2002). Examining the wage differential for married and cohabiting men. *Economic Inquiry*, 40(2), 199–212.
- Sturman, M. C. (2003). Searching for the inverted U-shaped relationship between time and performance: Meta-analyses of the experience/performance, tenure/performance, and age/performance relationships. *Journal of Management*, 29(5), 609–640.
- Swami, V., & Tovée, M. J. (2006). The influence of body mass index on the physical attractiveness preferences of feminist and nonfeminist heterosexual women and lesbians. *Psychology of Women Quarterly*, 30(3), 252–257.
- Swami, V., Stieger, S., Haubner, T., Voracek, M., & Furnham, A. (2009). Evaluating the physical attractiveness of oneself and one's romantic partner: Individual and relationship correlates of the love-is-blind bias. *Journal of Individual Differences*, 30(1), 35–43.
- Tao, H.-L. (2014). Height, weight, and entry earnings of female graduates in Taiwan. *Economics & Human Biology*, 13, 85–98.
- Thang, L. C., & Quang, T. (2005). Human resource management practices in a transitional economy: A comparative study of enterprise ownership forms in Viet Nam. *Asia Pacific Business Review*, 11(1), 25–47.
- Thomas, D., & Strauss, J. (1997). Health and wages: Evidence on men and women in urban Brazil. *Journal of Econometrics*, 77(1), 159–185.
- Thornton, R. J., Rodgers, J. D., & Brookshire, M. L. (1997). On the interpretation of age-earnings profiles. *Journal of Labor Research*, 18(2), 351–365.
- von Clausewitz, C. (2008). *On War*. New Jersey, USA: Princeton University Press.
- Williams, N. (1991). Reexamining the wage, tenure and experience relationship. *The Review of Economics and Statistics*, 73(3), 512–517.
- Wong, J. S., & Penner, A. M. (2016). Gender and the returns to attractiveness. *Research in Social Stratification and Mobility*, 44, 113–123.
- Yamamura, E., Smyth, R., & Zhang, Y. (2015). Decomposing the effect of height on income in China: The role of market and political channels. *Economics & Human Biology*, 19, 62–74.
- Zaidel, D. W., Aarde, S. M., & Baig, K. (2005). Appearance of symmetry, beauty, and health in human faces. *Brain and Cognition*, 57(3), 261–263.