

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ *

DOI: <https://doi.org/10.24891/elmfni>EDN: <https://elibrary.ru/elmfni>

Эльвира Гумаровна НИКИФОРОВА

ответственный автор, кандидат экономических наук, доцент кафедры общего менеджмента, Казанский (Приволжский) федеральный университет (КФУ), Казань, Российская Федерация

e-mail: Aelvir4ik@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-6769-0921

SPIN: 9615-9957

Динара Наилевна САБИРОВА

кандидат экономических наук, доцент кафедры общего менеджмента, Казанский (Приволжский) федеральный университет (КФУ), Казань, Российская Федерация

e-mail: DNSabirova@kpfu.ru

ORCID: 0009-0004-8689-219X

SPIN: 8198-8421

Никита Михайлович ИСКОРЕНКО

директор академии TOPGUN, Казань, Российская Федерация

e-mail: nikita-iskorenko@yandex.ru

ORCID: отсутствует

SPIN: отсутствует

История статьи:

Reg. № 148/2026

Получена 18.02.2026

Одобрена 21.03.2026

Доступна онлайн

29.04.2026

Специальность: 5.2.6

УДК 65.01

JEL: D24, L84, M12,

M54, O15

Ключевые слова:

сфера услуг,
эмоциональный
интеллект, эмпатия,
гендерные различия,
корреляционный анализ

Аннотация

Предмет. Трансформация сервисной экономики, развития эмоциональной компетентности персонала.

Цели. Оценка влияния уровня эмоционального интеллекта на индивидуальные финансовые результаты.

Методология. Применены инструменты корреляционного анализа.

Результаты. На примере предприятий индустрии красоты Республики Татарстан выявлена статистически значимая положительная корреляция между компонентами эмоционального интеллекта и финансовыми показателями сотрудников. Кроме того, на качество оказания услуг оказывают влияние гендерный фактор и стаж работы специалиста.

Выводы. Высокий уровень эмоционального интеллекта сотрудников оказывает влияние на финансовую результативность их деятельности и качество клиентского опыта. Эмоциональная компетентность персонала становится значимым ресурсом, позволяющим повысить конкурентоспособность сервисной экономики Республики Татарстан.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2026

Для цитирования: Никифорова Э.Г., Сабирова Д.Н., Искоренко Н.М. Аксиологический подход к повышению уровня обслуживания в сфере услуг // Региональная экономика: теория и практика. – 2026. – № 4. – С. 32 – 43. DOI: 10.24891/elmfni EDN: ELMFNI

Введение

Рынок услуг парикмахерских и барбершопов в Республике Татарстан характеризуется сочетанием высокой конкуренции и устойчивого спроса: по данным Росстата, за январь–май 2025 г. объем бытовых услуг населению превысил 5,4 млрд руб., при этом на парикмахерские и косметические услуги пришлось свыше 1,3 млрд руб., или около четверти всего сегмента. На этом фоне в 2025 г. фиксируется не только рост совокупного спроса на услуги индустрии красоты: спрос на специалистов бьюти-сферы в Республике Татарстан вырос на 76%¹, что значительно превышает среднероссийские темпы роста рынка (около 17% по среднему обороту салонов).

Для Казани характерна высокая концентрация салонов красоты, парикмахерских и специализированных барбершопов, ориентированных на мужскую аудиторию. Развитие франчайзинговых сетей и усиление роли отзывов формируют локальный рынок, в котором ключевым фактором конкурентоспособности становится не только ценовой уровень, но и качество клиентского опыта, эмоциональная атмосфера и персонализированное обслуживание. В этих условиях эмоциональный интеллект (ЭИ) мастеров, их способность выстраивать доверительные, лояльные отношения с клиентами и создавать комфортную коммуникационную среду приобретает особое значение для удержания постоянных клиентов, формирования «среднего чека» и обеспечения финансовой устойчивости предприятий сферы услуг Республики Татарстан.

С аксиологической точки зрения эмоциональный интеллект выступает ценностно ориентированным ресурсом, способствующим повышению уровня обслуживания в сфере услуг: он трансформирует сервис из функциональной услуги в эмоционально значимое событие, усиливая лояльность потребителей и конкурентные преимущества регионального рынка. Именно эта связь между высоким уровнем эмоциональной компетентности персонала и устойчивым развитием сервисных предприятий определяет методологическую основу настоящего исследования.

Эмоциональный интеллект считается одним из наиболее важных факторов повышения эффективности работы сотрудников, и особенно в сфере услуг, где ключевое значение имеют коммуникации, стрессоустойчивость, умение управлять конфликтами и создание долгосрочных отношений с клиентами [1]. Барбершопы как часть индустрии красоты предъявляют высокие требования к качеству взаимодействия персонала с посетителями, что напрямую влияет как на индивидуальный доход сотрудников, так и на успех компании в целом. Выбор кейса обусловлен спецификой барберинга как особого вида сервиса, где маскулинная среда сочетается с высокими требованиями к эмпатии и психологической интуиции. Объект исследования – международная сеть мужских парикмахерских TOPGUN, основная в 2014 г. Алексеем Локонцевым. По данным на 2025 г., сеть представлена в России, ОАЭ, Беларуси, Молдавии, Узбекистане, Армении, а также в Абхазии; количество барбершопов, открытых более чем в 40 городах, превышает 200.

Методология

Для анализа влияния уровня эмоционального интеллекта сотрудников сети барбершопов TOPGUN (г. Казань) на их индивидуальные финансовые результаты был использован валидированный опросник Н. Холла [3]. Этот инструмент представляет собой стандартизированный

* Работа выполнена за счет гранта, предоставленного Академией наук Республики Татарстан образовательным организациям высшего образования, научным и иным организациям на поддержку планов развития кадрового потенциала в части стимулирования их научных и научно-педагогических работников к защите докторских диссертаций и выполнению научно-исследовательских работ (Соглашение от 22.12.2025 № 12/2025-ПД-КФУ).

¹ В Татарстане наблюдался бум спроса на специалистов красоты: рост на 76%. URL: <https://realnoevremya.ru/news/376033-v-tatarstane-zafiksirovali-bum-sprosa-na-specialistov-krasoty-rost-na-76>

ванную методику, позволяющую количественно оценить интегрированный уровень эмоционального интеллекта (ЭИ) через пять ключевых шкал:

- эмоциональная осведомленность (понимание собственных эмоций);
- управление своими эмоциями (саморегуляция);
- самомотивация (направленность на достижение целей);
- эмпатия (понимание эмоций других);
- распознавание эмоций других людей (социальное восприятие).

Опросник содержит 30 утверждений, которые респонденты оценивают по пятибалльной шкале от -3 («полностью не согласен») до $+3$ («полностью согласен»), что обеспечивает высокую надежность измерений и возможность построения профилей ЭИ для каждого сотрудника.

Финансовая результативность сотрудников измерялась как сумма их доходов за январь–июнь 2025 г. В качестве основного статистического метода применялся корреляционный анализ по коэффициенту Пирсона (r), дополненный непараметрическим критерием Спирмена для проверки робастности результатов. Исследование проводилось в Казани в пяти филиалах (ул. Чернышевского, Спартаковская, Николая Ершова, Чистопольская, Павлюхина) с общей численностью персонала 50 чел. Исследование охватило 30 сотрудников (60% от общей численности персонала пяти филиалов сети TOPGUN в Казани), что обеспечивает репрезентативность выборки.

Стратификация проводилась по двум ключевым основаниям: гендерному признаку (мужчины – 60%, женщины – 40%) и профессиональному опыту (до трех лет – 45%, более трех лет – 55%). Такая структура позволила выявить не только общие закономерности, но и специфику влияния ЭИ на финансовые показатели в зависимости от демографических и профессиональных характеристик. Корреляционная матрица строилась отдельно для каждой страты, что повысило точность интерпретации результатов и их применимость для разработки адресных программ обучения персонала.

Сущность эмоционального интеллекта и его влияние на результаты деятельности предприятий сферы услуг

Аксиологический подход позволяет рассматривать эмоциональный интеллект не просто как совокупность психологических навыков, а как ценностно ориентированный ресурс региональной экономики, направленный на развитие личности и профессиональной компетентности сотрудников сервисного сектора². В 1920 г. американский психолог Э. Торндайк впервые ввел понятие социального интеллекта как способности понимать других людей и эффективно с ними взаимодействовать³. В 1983 г. Г. Гарднер предложил концепцию множественного интеллекта, выделив внутриличностный и межличностный интеллекты, что заложило теоретическую основу для понимания ЭИ [3].

В 1985 г. У. Пейн впервые использовал термин «эмоциональный интеллект» в своей диссертации, исследуя взаимосвязь эмоций и познания [4]. В 1988 г. Р. Бар-Он разработал одну из первых моделей эмоционального интеллекта, но сам термин эмоциональный интеллект стал широко использоваться именно после публикации его теста EQ-i в конце 1990-х гг. [5].

Ключевым событием стало опубликование в 1990 г. статьи П. Саловея и Д. Майера «Эмоциональный интеллект»; авторы определили эмоциональный интеллект как способность воспринимать, понимать, регулировать и использовать эмоции для улучшения мышления

² Стерлигова А.Н. Значение и состояние аксиологического аспекта менеджмента организации // Вестник университета. 2013. № 12. С. 123–129.

³ Thorndike E.L. Intelligence and Its Uses. *Harper's Magazine*, 1920, vol. 140, pp. 227–235.

и поведения [6]. В 1996 г. Д. Гоулман сыграл ключевую роль в популяризации концепции эмоционального интеллекта благодаря своему бестселлеру «Эмоциональный интеллект: почему он может значить больше, чем IQ» [7]. В этой работе Д. Гоулман представил смешанную модель ЭИ, включающую широкий спектр компетенций, связанных как с осознанием собственных эмоций, так и с пониманием чувств окружающих, управлением эмоциями и эффективностью межличностного взаимодействия. Таким образом, Д. Гоулман считает, что высокий уровень эмоционального интеллекта улучшает рабочие отношения, помогает развивать навыки решения проблем, повышает эффективность и результативность деятельности и стимулирует разработку новых стратегий. Д. Гоулман определяет эмоциональный интеллект как «способность идентифицировать, оценивать и контролировать свои собственные эмоции, эмоции других людей и эмоции групп». Модель состоит из четырех компонентов (*табл. 1*).

В современном мире все больше внимания уделяется эмоциональному интеллекту⁴. Данный интерес связан с тем, что навык управления эмоциями, чувствами, переживаниями становится важным фактором успешного управления персоналом. Влияние эмоционального интеллекта на успех компаний стало предметом многочисленных эмпирических исследований. Высокий уровень ЭИ сотрудников способствует улучшению коммуникаций, снижению количества конфликтов, повышению мотивации и удержанию клиентов. Это напрямую отражается на росте производительности и прибыли компаний.

Последние исследования показывают, что существует связь между «эмоциональной грамотностью» менеджеров и уровнем прибыли компании. В 2024 г. Б. Загмут из Йоркского университета Сент-Джон опросил 150 менеджеров и рядовых сотрудников в 30 компаниях Великобритании. Исследователь задавал вопросы о стиле управления, сравнивал ответы с результатами деятельности их фирмы и обнаружил, что повышение показателя эмоционального интеллекта менеджера на 10% было связано с повышением общей эффективности бизнеса, включая прибыльность, на 7%.

Анализируя мировой опыт за последние десять лет, следует отметить, что компания American Express первой внедрила «обучение эмоциональному интеллекту», и это повысило эффективность деятельности сотрудников на 90%⁵. Фирма L'Oréal отбирала сотрудников по уровню эмоционального интеллекта, и такие продавцы принесли в течение года дополнительной прибыли на сумму 91,400 долл. США; текучесть персонала снизилась на 63%, что увеличило чистую прибыль компании на 26 млн долл. США. Исследование, проведенное компаниями Hunter, Schmidt & Judiesch показало, что менеджеры со высоким эмоциональным интеллектом работают на 85% продуктивнее среднего сотрудника, а лучшие профильные специалисты (например, бухгалтеры) – на 127% эффективнее.

Результаты

В контексте Республики Татарстан, где сфера услуг формирует значительную долю валового регионального продукта, эмоциональный интеллект способствует реализации гуманистических идеалов клиентского сервиса, повышая качество межличностного взаимодействия и создавая устойчивые конкурентные преимущества для предприятий. Проведенное исследование позволило выделить сложную многофакторную нелинейную связь между данными показателями и гендерными отличиями сотрудников. На общем массиве данных интегральный показатель эмоционального интеллекта продемонстрировал слабую корреляцию с доходом мастеров (*табл. 2*). Мы объясняем такой результат компенсацией разнонаправленных тенденций в стратифицированных подгруппах: разнородность выборки (по

⁴ Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб.: Питер, 2001. 752 с.

⁵ Эмоциональный интеллект и выручка компании: что у них общего?

URL: <https://sensemakers.biz/ru/blog/emocionalnyj-intellekt-i-vyruchka-kompanii-cto-u-nih-obshchego>

гендеру и опыту) привела к взаимному нивелированию эффектов, что характерно для гетерогенных коллективов сервисного сектора.

Напротив, стратифицированный анализ на уровне подгрупп полностью подтвердил выдвинутую гипотезу. Ключевыми результатами исследования стали:

- гендерная специфика (значимая корреляция отдельных компонентов ЭИ у мастеров-женщин (эмпатия $r = 0,5$; саморегуляция $r = 0,53$) с финансовыми показателями мастеров);
- опыт (мастера со стажем менее трех лет демонстрируют высокие показатели связи между компонентами ЭИ и личными доходами (эмоциональная осведомленность $r = 0,72$, эмпатия $r = 0,76$; саморегуляция $r = 0,51$) по сравнению с мастерами, имеющими более длительный опыт работы).

Таким образом, был сделан вывод о том, что помимо эмоционального интеллекта на финансовую эффективность барберов существенное влияние оказывают гендерные различия и профессиональный стаж, что обосновывает необходимость дифференцированных подходов к развитию персонала в сервисном бизнесе.

В рамках осуществленного анализа наибольшей прогностической силой обладали такие компоненты эмоционального интеллекта, как «эмпатия» и «распознавание эмоций других людей». Коэффициент корреляции между компонентами эмоционального интеллекта и доходами мастеров представлен в *табл. 3*.

Кроме того, статистически значимая корреляция была выявлена при анализе уровня ЭИ в подгруппах с разным уровнем профессионального стажа. Коэффициент корреляции между финансовым результатом и компонентами эмоционального интеллекта, определенный для подгруппы женщин-барберов с опытом работы до трех лет, представлен в *табл. 4*. Подгруппа женщин-барберов с опытом работы более трех лет также продемонстрировала наличие взаимосвязи между компонентами эмоционального интеллекта и уровнем финансового вклада в эффективность работы компании (*табл. 5*).

Помимо ожидаемых положительных взаимосвязей, анализ подгруппы женщин-барберов с опытом работы более трех лет в сфере услуг позволил выявить нелинейный и, вероятно, разнонаправленный характер влияния отдельных компонентов эмоционального интеллекта на финансовую результативность. Так, выявлена статистически значимая отрицательная корреляция между уровнем развития компонента «управление своими эмоциями» и объемом выручки в подгруппе женщин с опытом работы более трех лет. Данный результат указывает на возможность трансформации такого потенциально позитивного ресурса, как умение управлять своими эмоциями, в фактор, влияющий на результативность работы. Наиболее вероятным предположением в данном случае является синдром эмоционального выгорания, который не был учтен в нашем исследовании и мог привести к подобному результату и будет являться объектом дальнейших исследований [8, 9]. Анализ подгруппы мужчин-барберов с опытом работы более трех лет также продемонстрировал отрицательную взаимосвязь между этими же компонентами ($r = -0,22$).

Полученные данные согласуются с современными исследованиями, в которых рассматривается взаимосвязь социального интеллекта с эмоциональным интеллектом [10]. Эти выводы коррелируют с результатами исследования А.В. Чемякиной, которая на примере выборке, включавшей сотрудников предприятий общественного питания, доказала, что развитая структура показателей эмоционального интеллекта в группе женщин усугубляет психическое выгорание, в то время как у мужчин эмоциональный интеллект выполняет буферную функцию [11]. Данный результат, на наш взгляд, свидетельствует о необходимости изучения динамической взаимосвязи между компонентами эмоционального интеллекта, уровнем стресса и эффективностью деятельности в сфере услуг.

Заключение

С аксиологической позиции эмоциональный интеллект представляет собой ценностно ориентированный ресурс, воплощающий гуманистические идеалы клиентского сервиса и способствующий устойчивому развитию региональной сервисной экономики. В условиях высокой конкуренции на рынке услуг Республики Татарстан (оборот индустрии красоты превышает 4 млрд руб. в год, а количество салонов – более 2 300) эмоциональная компетентность становится ключевым дифференциатором для местных предприятий. Можно утверждать, что для барбершоперов эмоциональный интеллект играет важную роль и влияет на эффективность работы и уровень продаж, что отражено в *табл. 6*.

В условиях высокой конкуренции на рынке индустрии красоты (2,4 тыс. салонов в Республике Татарстане и более 50 тыс. в целом по России⁶) эмоциональный интеллект становится важным инструментом удержания клиентов и формирования устойчивого конкурентного преимущества. Проблемы насыщенного рынка (ценовое давление, однородность технических навыков мастеров и высокая текучесть кадров) успешно решаются через эмоциональную компетентность.

Стратегическое значение эмоционального интеллекта универсально для любого региона и проявляется в трех ключевых аспектах:

- эмоциональная связь с клиентами позволяет сохранять лояльную базу даже при падении спроса;
- развитый эмоциональный интеллект мастеров оправдывает установление цен выше рыночных за счет создания уникального клиентского опыта;
- принципы развития эмоционального интеллекта применимы не только к оказанию парикмахерских услуг, но и к гостиничному делу, фитнес-клубам, торговле, где важен персонализированный сервис.

Таким образом, высокий уровень эмоционального интеллекта «адаптирует» общение под настроение клиента, делая визит персонализированным и комфортным. Команды с высоким коллективным эмоциональным интеллектом создают комфорт и улучшают сервис, увеличивая выручку.

Таблица 1

Модель «эмоционального интеллекта» Д. Гоулмана

Table 1

D. Goleman's Emotional Intelligence model

Категория	Личность	Социум
Понимание	Самопознание – эмоциональное самосознание, уверенность в себе и самооценка	Социальная осведомленность – сопереживание чувствам других людей, деловая осведомленность и предупредительность (способность видеть, принимать и удовлетворять потребности других)
Управление	Самоуправление – открытость, оптимизм, инициативность, адаптивность, воля к победе, умение контролировать свои эмоции	Управление отношениями – урегулирование конфликтов, налаживание связей, командная работа, воодушевление, влияние, помощь в развитии, содействие изменениям

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

⁶ Сколько в России салонов красоты и каковы их показатели.

URL: <https://ecomhub.ru/how-many-beauty-salons-are-there-in-russia-and-what-are-their-indicators/>

Таблица 2

Сеть барбершопов TOPGUN (г. Казань): зависимость финансового результата сотрудников от уровня эмоционального интеллекта

Table 2

TOPGUN barbershop chain (Kazan): Dependence of employees' financial results on the level of emotional intelligence

Показатель	Низкий эмоциональный интеллект	Средний эмоциональный интеллект	Высокий эмоциональный интеллект
Удельный вес в общем объеме финансового результата всех сотрудников, %	30	45	25

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 3

Сеть барбершопов TOPGUN (г. Казань): коэффициенты корреляции между компонентами эмоционального интеллекта и доходом мастеров

Table 3

TOPGUN barbershop chain (Kazan): Correlation coefficients between components of emotional intelligence and masters' income

Период	Эмоциональная осведомленность (понимание собственных эмоций)	Управление своими эмоциями (саморегуляция)
Январь–июнь 2025 г.	0,33	-0,38

Продолжение

Период	Самотивация (направленность на достижение целей)	Эмпатия (понимание эмоций других)
Январь–июнь 2025 г.	-0,12	0,5

Продолжение

Период	Распознавание эмоций других людей (социальное восприятие)	Итоговая величина
Январь–июнь 2025 г.	0,53	0,13

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 4

Сеть барбершопов TOPGUN (г. Казань): коэффициенты корреляции между компонентами эмоционального интеллекта и доходом мастеров – женщин с опытом работы до трех лет

Table 4

TOPGUN barbershop chain (Kazan): Correlation coefficients between components of emotional intelligence and income of female masters with up to three years of work experience

Период	Эмоциональная осведомленность (понимание собственных эмоций)	Управление своими эмоциями (саморегуляция)
Январь–июнь 2025 г.	0,93	0,12

Продолжение

Период	Самомотивация (направленность на достижение целей)	Эмпатия (понимание эмоций других)
Январь–июнь 2025 г.	0,5	0,81

Продолжение

Период	Распознавание эмоций других людей (социальное восприятие)	Итоговая величина
Январь–июнь 2025 г.	0,96	0,7

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 5

Сеть барбершопов TOPGUN (г. Казань): коэффициенты корреляции между компонентами эмоционального интеллекта и доходом мастеров – женщин с опытом работы более трех лет

Table 5

TOPGUN barbershop chain (Kazan): Correlation coefficients between components of emotional intelligence and income of female masters with more than three years of work experience

Период	Эмоциональная осведомленность (понимание собственных эмоций)	Управление своими эмоциями (саморегуляция)
Январь–июнь 2025 г.	0,08	-0,76

Продолжение

Период	Самомотивация (направленность на достижение целей)	Эмпатия (понимание эмоций других)
Январь–июнь 2025 г.	-0,37	0,63

Продолжение

Период	Распознавание эмоций других людей (социальное восприятие)	Итоговая величина
Январь–июнь 2025 г.	0,61	-0,38

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 6**Сфера услуг: возможный эффект от развития компонентов эмоционального интеллекта****Table 6****Service sector: Possible effect of developing emotional intelligence components**

Компонент эмоционального интеллекта	Возможный эффект
Эмоциональная осведомленность (понимание клиента)	Мастера с меньшим стажем работы могут компенсировать недостаток профессионального опыта с помощью создания доверительной атмосферы, увеличивая количество повторных визитов
Управление эмоциями (стрессоустойчивость)	Данный компонент требует повышенного внимания ввиду возможного развития эмоционального выгорания
Самомотивация (продажи услуг)	Мотивированный мастер заинтересован в профессиональном развитии и в повышении качества услуги независимо от уровня опыта
Эмпатия (персонализация)	Мастер с высоким уровнем эмпатии лучше понимает клиентов, способен к адаптации (учитывает настроение клиента), что повышает удовлетворенность клиентов
Распознавание эмоций других (обратная связь)	Умение распознавать эмоции позволяет мастеру гибко реагировать на изменение состояния клиентов, оперативно корректировать процесс предоставления услуги

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Goleman D., Boyatzis R., McKee A. *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Boston, Harvard Business School Press, 2002, 305 p.
2. Кочетова Ю.А., Климакова М.В. Методы диагностики эмоционального интеллекта // Современная зарубежная психология. 2019. Т. 8. № 4. С. 106–114. EDN: ZPFUNC
3. Gardner H. *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. Basic Books, 1983, 440 p.
4. Payne W.L. *A Study of Emotion: Developing Emotional Intelligence; Self-Integration; Relating to Fear, Pain and Desire (Theory, Structure of Reality, Problem-Solving, Contraction/Expansion, Tuning In/Coming Out/Letting Go)*. Union for Experimenting Colleges and Universities, 1985, 498 p.
5. Bar-On R. *Bar-On Emotional Quotient Inventory*. Multi-health Systems, 1997, 216 p.
6. Salovey P., Mayer J.D. Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 1990, vol. 9, iss. 3, pp. 185–211. DOI: 10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG
7. Goleman D. *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bloomsbury, 1996, 352 p.
8. Хайруллин Р.Н., Никифорова Э.Г., Шакирова Д.Ш., Орешина Д.С. Исследование взаимосвязи психологического выгорания и эмоционального интеллекта у медицинских работников // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. Т. 1. № 4. С. 167–174. EDN: PPWORX
9. Социальный интеллект: теория, измерение, исследования: сборник статей / Под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. М.: Институт психологии Российской академии наук, 2004. 176 с.

10. Bar-On R. The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 2006, no. 18, pp. 13–25.
11. Чемякина А.В. Особенности структурной организации эмоционального интеллекта мужчин и женщин – сотрудников предприятий общественного питания с разным уровнем выраженности психического выгорания // Вестник Ярославского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2024. Т. 18. № 3. С. 484–495. EDN: CSSOQO

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

AXIOLOGICAL APPROACH TO IMPROVING THE LEVEL OF SERVICE IN THE SERVICE SECTOR

DOI: <https://doi.org/10.24891/elmfni>EDN: <https://elibrary.ru/elmfni>

El'vira G. NIKIFOROVA

Corresponding author, Kazan (Volga Region) Federal University (KFU), Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation

e-mail: Aelvir4ik@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-6769-0921

Dinara N. SABIROVA

Kazan (Volga Region) Federal University (KFU), Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation

e-mail: DNSabirova@kpfu.ru

ORCID: 0009-0004-8689-219X

Nikita M. ISKORENKO

TOPGUN Academy, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation

e-mail: nikita-iskorenko@yandex.ru

ORCID: not available

Article history:

Article No. 148/2026

Received 18 Feb 2026

Accepted 21 Mar 2026

Available online

29 Apr 2026

JEL Classification:

D24, L84, M12, M54,

O15

Keywords: service sector, emotional intelligence, empathy, gender differences, correlation analysis

Abstract

Subject. Transformation of the service economy, development of employees' emotional competence.

Objectives. Assessment of the impact of emotional intelligence level on individual financial performance.

Methods. Correlation analysis tools have been applied.

Results. Based on the example of beauty industry enterprises in the Republic of Tatarstan, a statistically significant positive correlation was identified between the components of emotional intelligence and the financial performance of employees. In addition, the quality of service delivery is influenced by the gender factor and the employee's work experience.

Conclusions. A high level of emotional intelligence among employees affects the financial performance of their activities and the quality of the customer experience. The emotional competence of personnel becomes an important resource that allows increasing the competitiveness of the service economy of the Republic of Tatarstan.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2026

Please cite this article as: Nikiforova E.G., Sabirova D.N., Iskorenko N.M. Axiological approach to improving the level of service in the service sector. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2026, iss. 4, pp. 32–43. DOI: 10.24891/elmfni EDN: ELMFNI

Acknowledgments

The study was supported by a grant provided by the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan to higher education institutions, scientific and other organizations to support the development plans of human resources in terms of encouraging their scientific and scientific-pedagogical staff to defend doctoral dissertations and conduct research work (Agreement of 22.12.2025 № 12/2025-ПД-КФУ).

References

1. Goleman D., Boyatzis R., McKee A. *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Boston, Harvard Business School Press, 2002, 305 p.
2. Kochetova Yu.A., Klimakova M.V. [Methods for diagnosing emotional intelligence]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya*, 2019, vol. 8, iss. 4, pp. 106–114. (In Russ.) EDN: ZPFUNC
3. Gardner H. *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. Basic Books, 1983, 440 p.
4. Payne W.L. *A Study of Emotion: Developing Emotional Intelligence; Self-Integration; Relating to Fear, Pain and Desire (Theory, Structure of Reality, Problem-Solving, Contraction/Expansion, Tuning In/Coming Out/Letting Go)*. Union for Experimenting Colleges and Universities, 1985, 498 p.
5. Bar-On R. *Bar-On Emotional Quotient Inventory*. Multi-health Systems, 1997, 216 p.
6. Salovey P., Mayer J.D. Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 1990, vol. 9, iss. 3, pp. 185–211. DOI: 10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG
7. Goleman D. *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bloomsbury, 1996, 352 p.
8. Khairullin R.N., Nikiforova E.G., Shakirova D.Sh., Oreshina D.S. [The study of the relationship between psychological burnout and emotional intelligence in medical professionals]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*, 2024, vol. 1, iss. 4, pp. 167–174. (In Russ.) EDN: PPWORX
9. Lyusin D.V., Ushakov D.V. (eds). *Sotsial'nyi intellekt: teoriya, izmerenie, issledovaniya: sbornik statei* [Social intelligence: theory, measurement, research: a collection of articles]. Moscow, Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences Publ., 2004, 176 p.
10. Bar-On R. The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 2006, no. 18, pp. 13–25.
11. Chemyakina A.V. [Features of the structural organization of emotional intelligence of men and women – managers of public catering enterprises with different levels of severity of mental burnout]. *Vestnik Yaroslavskego gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2024, vol. 18, iss. 3, pp. 484–495. (In Russ.) EDN: CSSOQO

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.