

ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ПРОФЕСІОГЕНЕЗУ: КОМПЕТЕНТІСНИЙ ВИМІР

FEATURES OF EMOTIONAL INTELLIGENCE IN MANAGERS OF TOURISM BUSINESS AT DIFFERENT STAGES OF PROFESSIONAL GENESIS: COMPETENCE DIMENSION

У статті подано результати емпіричного дослідження емоційного інтелекту менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу. Обґрунтовано актуальність дослідження. На ґрунті теоретичного аналізу доведено, що у психології туризму емоційний інтелект вважається необхідним складником професійної компетентності працівників такої сфери, але водночас ця проблема залишається не досить висвітленою у наукових студіях саме емпіричного характеру. Вибірку становили 216 осіб, яких було розподілено за двома групами. До першої групи увійшли 144 студенти четвертого курсу, що навчаються за спеціальністю «Туризм». Другу групу становили 72 фахівці, зайняті у сфері туристичного бізнесу, зі стажем професійної діяльності від 7 до 10 років. Для досягнення поставленої мети було застосовано опитувальник EQ-i, автором якого є R. Bar-On, котрий визначає емоційний інтелект (EI) як констеляцію компетенцій, властивостей та навичок емоційного і соціального характеру. Встановлено наявність низки істотних відмінностей у функціонуванні компетенцій емоційного інтелекту в усіх його сферах у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу. Так, у внутрішньоособистісній сфері EI стажовані фахівці відрізняються більшою досконалістю таких компетенцій, як «Асертивність», «Самоповага», «Незалежність». У міжособистісній сфері EI вони виявляють більшу вираженість компетенцій «Міжособистісні стосунки» та «Соціальна відповідальність». У студентів четвертого курсу, котрі завершують навчання за спеціальністю «Туризм», менш вираженими виявилися такі компетенції: у сфері EI «Адаптивність» – «Здатність до вирішення проблем» та «Реалістичність»; у сфері EI «Управління стресом» – «Стресостійкість»; у сфері EI «Загальний настрій» – «Оптимізм». Отримані результати зумовлюють у фахівців туристичного бізнесу на початку їхнього самостійного шляху у професії ризик дефіцитарності не тільки комунікативної, але й професійної компетентності, значущим складником якої виступає емоційний інтелект. Результати дослідження підкреслюють необхідність удосконалення психологічної підготовки спеціалістів туристичної сфери та актуалізують питання створення системи психологічного супроводу професійної освіти майбутніх фахівців галузі.

Ключові слова: емоційний інтелект, компетенції, менеджери туристичного бізнесу, професійна компетентність, психологія туризму.

The article presents the results of an empirical study of the emotional intelligence of tourism business managers at different stages of professional genesis. The relevance of the study is substantiated. Based on theoretical analysis, it is proved that in the psychology of tourism emotional intelligence is considered a necessary component of professional competence of workers in this field, but at the same time, this problem remains insufficiently covered in empirical studies. The sample consisted of 216 persons, who were divided into two groups. The first group included 144 fourth-year students majoring in Tourism. The second group consisted of 72 specialists engaged in the tourism business with professional experience ranging from 7 to 10 years. To achieve this goal, the EQ-i questionnaire, authored by R. Bar-On, was used. The scholar defines emotional intelligence (EI) as a constellation of competencies, properties and skills of an emotional and social nature. The presence of a number of significant differences in the functioning of emotional intelligence competencies in all its spheres in tourism business managers at different stages of professional genesis has been established. Thus, in the intrapersonal sphere of EI, experienced specialists are distinguished by greater perfection of such competencies as "Assertiveness", "Self-Regard", "Independence". In the interpersonal sphere of EI, they show greater expression of competencies "Interpersonal Relationship" and "Social Responsibility". The following competencies were less pronounced for fourth-year students graduating in Tourism: in the field of EI "Adaptability" – "Problem Solving" and "Reality Testing"; in the field of EI "Stress Management" – "Stress Tolerance"; in the field of EI "General Mood" – "Optimism". The obtained results determine the risk of deficiency of not only communicative, but also professional competence, a significant component of which is emotional intelligence, for tourism professionals in the beginning of their independent path in the profession. The results of the study emphasize the need to improve the psychological training of tourism professionals and highlight the issue of creating a system of psychological support for professional education of future professionals in the field.

Key words: emotional intelligence, competencies, tourism business managers, professional competence, tourism psychology.

УДК 159.9

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2022.33.7>

Жарікова С.Б.

к.психол.н.,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова

Влащенко Н.М.

к.економ.н., доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова

Угоднікова О.І.

к.економ.н., доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова

Постановка проблеми. Феномен емоційного інтелекту (EI) активно досліджується у різних галузях сучасної психологічної науки. Вивчаються загальнопсихологічні закономірності його функціонування, розробляються

нові та вдосконалюються вже наявні концепції розуміння змісту і сутності цього феномену. Науковці приділяють багато уваги проблемі розвитку EI, його віковим та гендерним особливостям, специфіці функціонування емоцій-

ного інтелекту в контексті різноманітних психологічних, соціальних, освітніх, професійних критеріїв тощо. Разом із теоретичними розвідками у різних ракурсах інтенсивно розгортаються й емпіричні дослідження EI. Незважаючи на певні відмінності концептуальних підходів до визначення природи цього феномену, вчені одноставно наголошують на значущій ролі EI у забезпеченні психологічного благополуччя, життєвого успіху та професійних досягнень, що підтверджується результатами численних емпіричних досліджень. EI виступає одним із провідних чинників ефективності діяльності у тих професіях, котрі нерозривно пов'язані із міжособистісною взаємодією, спілкуванням та виконанням сервісних функцій, зокрема, у професійній діяльності сфери туристичного бізнесу. У такій галузі психології, як психологія туризму, EI вважається необхідним складником професійної компетентності працівників цієї сфери, але водночас проблема вивчення EI залишається не досить висвітленою у наукових студіях саме емпіричного характеру, результати яких забезпечать можливість удосконалення професійної підготовки компетентних фахівців у галузі туризму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Однією із важливих характеристик індустрії туризму, як зауважують S.H. Tsaur та P.S. Ku, виступає інтенсивна та емоційно забарвлена міжособистісна взаємодія з клієнтами. Для фахівців сфери туристичного бізнесу важливою є здатність забезпечувати конструктивну взаємодію зі споживачами туристичних послуг, що вимагає компетентності у керуванні, регуляції та контролі як власних емоцій, так і емоцій партнерів у ситуаціях професійного спілкування. У цьому сенсі в індустрії туризму EI виступає професійно важливою якістю, що визначає здатність до моніторингу власних та чужих емоційних реакцій, вміння їх розрізнати, використовувати цю інформацію для підвищення ефективності спілкування, зокрема у сфері професійної діяльності, котра характеризується інтенсивністю взаємодії та підвищеною емоційною навантаженістю [10]. На ґрунті аналізу трансформацій наукового розуміння змісту феномену EI Л. Ракітянська фокусує увагу на багатовекторності його сутності. Науковиця вказує, що у зарубіжній та вітчизняній психології EI ідентифікують як:

- феномен, який зумовлює ефективність усвідомлення та використання суб'єктом інформації емоційного характеру;
- чинник емоційної компетентності, вибудовування емоційної сфери й особистісного життєздійснення, життєвого успіху, професійного та кар'єрного просування;
- психологічну умову ефективної міжособистісної взаємодії, соціальної адаптації, психоемоційної саморегуляції;

- ресурс подолання стресу та емоційно-мотиваційної регуляції;
- механізм оптимізації життєдіяльності та самореалізації особистості;
- специфічний вимір внутрішнього світу особистості, в якому віддзеркалюється ступінь розумності у сприйнятті та ставленні до світу і власного «Я» [5].

Б. Савчук та Р. Котенко важливими характеристиками EI менеджерів туризму вважають здатність керувати своїми почуттями та навички забезпечення позитивно забарвленої робочої атмосфери, що сприяє ефективному здійсненню професійної діяльності. Науковці констатують, що EI є одним із провідних компонентів професійної компетентності працівників туристичної індустрії та виступає чинником їхнього особистісного розвитку і професійного вдосконалення [6]. Суголосну думку висловлюють Х. Плецан та Т. Березюк, які зазначають, що EI є стрижневим складником емоційної та професійної компетентності спеціалістів соціокультурного напрямку та менеджерів невиробничої сфери, зокрема фахівців у галузі туризму [3; 1]. Наукові факти підтверджують значущість емоційної компетентності та високого рівня розвитку емоційного інтелекту спеціалістів для підвищення ефективності туристичного бізнесу. Так, наприклад, емпірично доведено, що туператори із розвинутим EI більш успішно організують міжособистісні стосунки та взаємодію, що дозволяє краще оцінити потреби туристів, усвідомити їх очікування та організувати подорож, що максимально задовольняє запити клієнтів [10]. Узагальнюючи наукові напрацювання щодо значущості емоційного інтелекту у професійній діяльності, зокрема у сфері туристичного бізнесу, Е. Кос та Н. Воз наголошують, що він є надзвичайно актуальною здатністю працівників не тільки у контексті роботи з клієнтами, але й у досягненні кращих результатів у побудуванні більш ефективних стосунків з колегами. Крім того, високий рівень EI знаходить свій вираз у більш досконалій здатності фахівців успішно працювати у команді, координувати різнорівневі міжособистісні взаємодії, долати стрес, справлятися з проявами емоційного вигорання, попереджати й оперативного усувати перешкоди та збої у професійній діяльності [9].

Постановка завдання. Мета дослідження – виявити особливості компетенцій у різних сферах емоційного інтелекту у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу.

Виклад основного матеріалу. Вибірку становили 216 осіб, яких було розподілено за двома групами. До першої групи увійшли 144 здобувачі вищої освіти, що навчаються за спеціальністю «Туризм». Другу групу становили 72 фахівці, зайняті у сфері туристичного

бізнесу, зі стажем професійної діяльності від 7 до 10 років. У формуванні вибірки ми спиралися на модель професіогенезу, запропоновану Г. Прібом та Л. Бегезоу, на ґрунті аналізу концептуальних позицій щодо розуміння сутності цього феномену таких науковців, як Л. Карамушка, О. Кокун, О. Цільмак та ін. У цьому сенсі професіогенез розуміється як постійний процес еволюції особистості професіонала, зумовлений соціальними та економічними реаліями професійної активності, що супроводжується оволодінням професійними компетентностями та реалізацією професійної діяльності на етапах від новачка до майстра [4, с. 104].

Відповідно до поставленої мети в емпіричному дослідженні було використано опитувальник EQ-і, автором якого є R. Bar-On. У розробленій ним моделі емоційного інтелекту цей психологічний феномен презентується як констеляція компетенцій, властивостей, навичок емоційного та соціального характеру, що забезпечують успіх самоуправління в умовах середовищних, суспільних, особистісних трансформацій шляхом гнучкого й реалістичного прийняття рішень, спрямованих на адекватне вирішення проблеми, на ґрунті розвиненої здатності до ефективного управління емоціями, що, своєю чергою, виступає чинником оптимізму, вмотивованості та позитивного настрою суб'єкта [8]. Нами було використано версію опитувальника EQ-і, адаптовану А. Петровською [2]. Пункти, котрі становлять опитувальник EQ-і, розподілені за блоками, що відповідають п'яти сферам EI, серед яких автор методики виділяє міжособистісну та зовнішньоособистісну сфери, а також сфери адаптивності, загального настрою та управління стресом. Опитувальник EQ-і вміщує додаткові шкали та дозволяє вирахувати індекс незгодженості відповідей, що забезпечує можливість виокремити досліджуваних, відповіді яких не відповідають прийнятному рівню щирості та ретельності виконання запропонованого завдання [7]. Саме це стало причиною виключення із вибірки 32 осіб, результати тестування яких було визначено як незадовільні відповідно до вищезазначених вимог використаного психодіагностичного інструменту.

З метою деталізації результатів дослідження та більшої наочності їх презентації аналіз компетенцій EI менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу здійснено за окремими сферами, які R. Bar-On виділив у моделі EI. Статистична обробка даних здійснювалася із застосуванням t-критерію Стьюдента для незалежних груп.

Результати, отримані у дослідженні компетенцій EI у внутрішньоособистісній сфері менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу, наведено у таблиці 1.

Встановлено, що стажовані фахівці туристичного бізнесу, на відміну від студентів, що завершують навчання за цією спеціальністю, відрізняються вірогідно більшими показниками за такими компетенціями EI у внутрішньоособистісній сфері, як «Асертивність» ($p \leq 0,01$), «Самоповага» ($p \leq 0,05$) та «Незалежність» ($p \leq 0,05$). Отже, ці респонденти є більш спроможними визначати власну позицію, відстоювати свою думку та доцільність запропонованих або прийнятих рішень навіть у суперечливих ситуаціях, які не включають конфліктні чи емоційно напружені контексти. На відміну від студентів випускного курсу, вони виявляють істотно більшу впевненість у собі, більш глибоке розуміння своїх обмежень та можливостей і тих особистісних властивостей, які їх зумовлюють, що забезпечує відчуття безпеки та власної компетентності. Цим досліджуваним більш притаманною є самостійність у прийнятті рішень та мисленні загалом, автономність у плануванні та здійсненні діяльності разом зі здатністю враховувати конструктивні пропозиції з боку оточуючих, водночас уникаючи стороннього емоційного тиску та маніпуляцій. Виходячи з того, що відмінності між групами за компетенціями EI «Емоційна самосвідомість» ($t=0,74$) та «Самоактуалізація» ($t=0,51$) не досягають рівня значущості, представники обох груп є однаково здатними до усвідомлення та розрізнення змісту власних емоційних переживань, розуміння причин, які викликають ці емоції; рівною мірою прагнуть реалізовувати власні потенційні можливості, досягати поставлених цілей на ґрунті високої вмотивованості, розвитку особистісних якостей та збагачення професійних знань і навичок.

Таблиця 1

Показники компетенцій EI у внутрішньоособистісній сфері менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу (M ± m)

Шкали	1 група	2 група	t	p
Асертивність	18,88±0,96	22,43±0,75	2,91	0,01
Емоційна самосвідомість	21,13±1,02	22,17±0,98	0,74	–
Самоповага	24,89±0,67	26,71±0,58	2,05	0,05
Самоактуалізація	26,32±1,14	25,66±0,61	0,51	–
Незалежність	18,29±0,38	20,74±0,86	2,61	0,01

Вивчення компетенцій EI у міжособистісній сфері менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу виявило низку відмінностей між досліджуваними групами (табл. 2).

Встановлено, що досліджувані як першої, так і другої групи виявляють однакову вправність у володінні такою компетенцією EI, як емпатія ($t=1,55$), тобто як стажовані фахівці у сфері туристичного бізнесу, так і студенти характеризуються емоційною налаштованістю на сприйняття переживань оточуючих, що поєднується з ціннісним ставленням до емоцій інших людей і спроможністю розуміти їхній зміст та усвідомлювати причини виникнення. Разом з цим у групі студентів було визначено вірогідно менші порівняно зі стажованими фахівцями показники за компетенціями EI «Міжособистісні стосунки» ($p \leq 0,01$) та «Соціальна відповідальність» ($p \leq 0,01$). Тобто студенти відрізняються менш вираженою позитивною емоційною забарвленістю очікувань від запланованої чи вірогідної соціальної взаємодії, не досить комфортно почуваються у процесі її вибудовування, виявляють менш розвинену здатність до формування та підтримки стабільного функціонування позитивних міжособистісних стосунків, що задовольняють усіх задіяних у процесі спілкування. Крім того, респонденти цієї групи характеризуються меншою вираженістю соціальної відповідальності, здатності до реалізації відповідальної поведінки, яка не завжди підкріплюється отриманням особистих переваг, із дотриманням соціальних норм та принципів на ґрунті співробітництва та взаємної підтримки.

Дані, отримані у дослідженні складників такої сфери EI, як «Адаптивність», у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу, унаочнено у таблиці 3.

Отримані результати доводять, що у стажованих фахівців, на відміну від студентів, віро-

гідно більшу вираженість демонструють такі компетенції EI, як «Здатність до вирішення проблем» ($p \leq 0,01$) та «Реалістичність» ($p \leq 0,01$), тоді як відмінності між досліджуваними групами за компетенцією «Гнучкість» рівня статистичної значущості не досягають ($t=1,46$). Змістова інтерпретація виявлених відмінностей дозволяє констатувати, що ці досліджувані характеризуються більш вираженою налаштованістю на подолання проблем, ніж на їх уникання; більшою впевненістю у власній спроможності віднайти ефективні шляхи розв'язання проблемних ситуацій, більш розвинутою здатністю до розпізнавання їх сутності та реалізації конструктивних рішень з урахуванням їх перспективної корисності. Студенти виявляють суттєво меншу здатність до передбачення варіативних засобів вирішення складних питань, меншу прагматичність, точність, об'єктивність у сприйнятті тих чи інших подій, що стає на перешкоді вибудовування адекватних реальній ситуації рішень. Водночас представники обох груп виявилися однаково здатними гнучко регулювати емоції та поведінку, відповідно до змінюваних умов адаптуватися до динамічних трансформацій ситуативних контекстів, толерантно реагувати на непередбачувані обставини та психологічну своєрідність партнерів у міжособистісній взаємодії.

Вивчення складників такої сфери EI, як «Управління стресом», у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу дало можливість отримати результати, презентовані у таблиці 4.

Визначено, що за компетенцією «Стресостійкість» показники, зафіксовані у групі стажованих фахівців, вірогідно перевищують показники за визначеною компетенцією у групі студентів ($p \leq 0,01$), тоді як за компетенцією «Контроль імпульсивності» вірогідні відмінності між першою та другою групами досліджуваних, що перебувають на різних етапах про-

Таблиця 2

Показники компетенцій EI у міжособистісній сфері менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу ($M \pm m$)

Шкали	1 група	2 група	t	p
Емпатія	23,30±1,04	25,17±0,61	1,55	–
Міжособистісні стосунки	25,06±0,71	28,33±1,08	2,53	0,01
Соціальна відповідальність	24,12±0,65	27,58±1,04	2,82	0,01

Таблиця 3

Показники компетенцій EI у сфері «Адаптивність» у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу ($M \pm m$)

Шкали	1 група	2 група	t	p
Здатність до вирішення проблем	21,27±1,31	25,43±0,80	2,71	0,01
Реалістичність	24,13±1,11	27,34±0,69	2,46	0,01
Гнучкість	21,31±1,03	23,18±0,76	1,46	–

Таблиця 4

Показники компетенцій EI у сфері «Управління стресом» у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу (M ± m)

Шкали	1 група	2 група	t	p
Стресостійкість	22,64±0,82	26,58±1,36	2,48	0,01
Контроль імпульсивності	23,48±0,74	25,23±1,04	1,37	–

Таблиця 5

Показники компетенцій EI у сфері «Загальний настрій» у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу (M ± m)

Шкали	1 група	2 група	t	p
Оптимізм	23,16±1,24	27,97±0,81	3,25	0,001
Щастя	25,03±0,69	24,86±0,85	0,16	–

фесіогенезу, виявлено не було ($t=1,37$). Отже, представники обох груп здатні контролювати прояви ворожості, імпульсивної та агресивної поведінки, зберігаючи спокій. Щодо стійкості до стресу, її більша вираженість притаманна стажованим менеджерам, які завдяки налаштованості на позитивне чи емоційно-нейтральне сприйняття змін, що забезпечує накопичення нового досвіду, виявляють більш розвинену здатність долати стресові впливи та володіють більш досконалими навичками самоконтролю у несприятливих обставинах та стресових ситуаціях.

Було також встановлено відмінності між досліджуваними групами у показниках компетенцій EI у сфері «Загальний настрій» (табл. 5).

Виявлено, що показники за такою компетенцією EI, як «Оптимізм», у студентів є вірогідно меншими порівняно з групою стажованих менеджерів туристичного бізнесу ($p \leq 0,001$). За іншою компетенцією, котра належить до сфери «Загальний настрій», а саме «Щастя», статистичні відмінності між досліджуваними групами не досягають рівня значущості ($t=0,16$). Зміст отриманих відмінностей якісно розкривається у більшій спроможності респондентів другої групи підтримувати та зберігати позитивну забарвленість емоційних переживань за несприятливих умов у кризових обставинах. Водночас досліджувані обох груп виявляють подібність у ступені переживання щастя та позитивного емоційного функціонування загалом, задоволеності життям, власним «Я» та особами, включеними до кола міжособистісної взаємодії.

Висновки з проведеного дослідження.

Отримані нами емпіричні дані доводять наявність низки істотних відмінностей у функціонуванні компетенцій EI в усіх його сферах у менеджерів туристичного бізнесу на різних етапах професіогенезу. Так, у внутрішньоособистісній сфері стажовані фахівці відрізняються більшою досконалістю таких компетенцій, як «Асертивність», «Самоповага», «Незалежність». У міжособистісній сфері

вони виявляють більшу вираженість компетенцій «Міжособистісні стосунки» та «Соціальна відповідальність». У студентів четвертого курсу, що завершують навчання за спеціальністю «Туризм», менш вираженими виявилися такі компетенції: у сфері «Адаптивність» – «Здатність до вирішення проблем» та «Реалістичність»; у сфері «Управління стресом» – «Стресостійкість»; у сфері «Загальний настрій» – «Оптимізм». Отже, студенти демонструють певну недостатність розвитку 9 з 15 компетенцій EI, що у сукупності забезпечують налаштованість суб'єкта на розуміння себе та партнерів у міжособистісній взаємодії, спроможність успішно адаптуватися до змінюваних обставин, долати стреси без надмірної негативізації сприйняття світу, зберігати впевненість у можливості конструктивного розв'язання проблем та здатність до віднайдення позитивних шляхів їх вирішення. Вищезазначене зумовлює у фахівців туристичного бізнесу на початку їхнього самостійного шляху у професії вірогідність дефіцитарності не тільки комунікативної, але й професійної компетентності, значущим складником якої виступає EI. Саме це підкреслює необхідність вдосконалення психологічної підготовки спеціалістів туристичної сфери та актуалізує питання створення системи психологічного супроводу професійної освіти майбутніх фахівців цієї галузі. Підсумовуючи сказане, вважаємо за доцільне зупинитися на перспективних напрямках подальших досліджень. Безумовно, вирішення поставленого питання неможливе без детального вивчення комплексу професійно важливих психологічних якостей, які виступають чинниками формування компетентності менеджерів у сфері туризму, що визначає успіх туристичного бізнесу загалом.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Березюк Т. Дослідження психологічних особливостей професійної компетентності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в умовах ЗВО. *Психологія: реальність та перспективи*. 2021.

Вип. 17. С. 21–30. DOI: <https://doi.org/10.35619/praprv.v1i17.254>.

2. Петровская А.С. Эмоциональный интеллект как детерминанта результативных параметров и процессуальных характеристик управленческой деятельности : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.03. Ярославль, 2007. 225 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003367940> (дата звернення: 18.02.2021).

3. Плещан Х. Технології формування і розвитку емоційної компетентності фахівців соціокультурного середовища. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Туризм»*. 2021. Т. 4, № 2. С. 25–137. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.2.2021.249690>.

4. Пріб Г.А., Бегеза Л.Є. Професіогенез особистості: соціально-психологічні аспекти. *Проблеми сучасної психології*. 2019. № 2 (16). С. 102–107. DOI: <https://doi.org/10.26661/2310-4368-2019-2-16-16>.

5. Ракітянська Л.М. Становлення поняття «емоційний інтелект» в історії науки. *Наукові записки. Серія «Педагогічні науки»*. 2021. Вип. 199. С. 47–52. DOI: <https://doi.org/10.36550/2415-7988-2021-1-199-47-52>.

6. Савчук Б., Котенко Р. Розвиток емоційного інтелекту в майбутніх менеджерів туризму. *Молодь і*

ринок. 2020. № 6–7 (185–186). С. 33–36. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2020.225658>.

7. Bar-On R. The Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Rationale, description, and summary of psychometric properties. *Measuring emotional intelligence: Common ground and controversy* / Ed. G. Geher. Hauppauge, New York : Nova Science Publishers, 2004. P. 111–142. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Measuring_Emootional_Intelligence.html?id=1qgQAQAIAAJ&redir_esc=y (дата звернення: 14.12.2021).

8. Bar-On R. The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*. 2006. Vol. 18 (Suppl). P. 13–25. URL: <http://www.psicothema.com/pdf/3271.pdf> (дата звернення 12.12.2021).

9. Кос Е., Боц Н. Development of hospitality and tourism employees' emotional intelligence through developing their emotion recognition abilities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2020. Vol. 29, Iss. 2. P. 121–138. DOI: <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1608885>.

10. Tsaur S.H., Ku P.S. The effect of tour leaders' emotional intelligence on tourists' consequences. *Journal of Travel Research*. 2019. Vol. 58. № 1. P. 63–76. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287517738381>.