

КОРСАК Роман Володимирович

доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри
туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
<https://orcid.org/0000-0001-9245-252X>

ГУШТАН Тетяна Вікторівна

доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі
Ужгородський торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету
<https://orcid.org/0000-0002-0299-0437>

ФІЛОСОФІЯ КОНЦЕПЦІЇ «ОМОТЕНАШІ» У МІЖНАРОДНІЙ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

У статті розглядаються філософські та практичні аспекти концепції «омотенаші» у міжнародній готельно-ресторанній індустрії. Авторі відмічають, що «омотенаші», будучи унікальною японською моделлю гостинності, виходить за рамки стандартного сервісу і є глибокою філософією турботи, щирості та уважного ставлення до кожного гостя. Основна відмінність цього підходу полягає у його безкорисливості та прагненні передбачати очікування відвідувачів, створюючи для них не просто комфортні умови, але й незабутній емоційний досвід.

У статті розглядається історичне коріння «омотенаші», що сягає традицій японської чайної церемонії, де кожен елемент сервісу має глибокий сенс і символізує повагу до гостя. Наголошується, що цей принцип виходить за межі індустрії гостинності та широко використовується в японському суспільстві, включаючи сферу бізнесу, роздрібною торгівлі та обслуговування клієнтів. У статті аналізується, як ця концепція адаптується у різних міжнародних готелях та ресторанах, зокрема, у преміальному та люксовому сегментах, де високий рівень персоналізованого сервісу відіграє ключову роль.

Важлива увага приділяється порівнянню західної моделі сервісу, орієнтованої на транзакційні відносини з клієнтами, та «омотенаші», що базується на щирому бажанні надати кращий можливий досвід без очікування негайної вигоди. Аналізуються основні елементи, що становлять «омотенаші»: передбачення потреб клієнта, увага до деталей, ненав'язливість, створення атмосфери гармонії та довіри. Зазначається, що цей підхід сприяє підвищенню лояльності клієнтів, зміцненню іміджу та створенню унікальної конкурентної переваги.

Також розглядається вплив «омотенаші» на сучасні тенденції готельно-ресторанної індустрії, включаючи використання цифрових технологій для персоналізації сервісу, впровадження інноваційних рішень в обслуговування та розвиток концепції «невидимого сервісу», де піклування про клієнта відбувається природно та непомітно. Наголошується, що інтеграція «омотенаші» до міжнародної практики потребує адаптації з урахуванням культурних особливостей різних регіонів, але при цьому залишається ефективним інструментом для створення унікального клієнтського досвіду.

На закінчення наголошується, що подальше вивчення філософії «омотенаші» та її застосування у глобальній індустрії гостинності може сприяти формуванню нових стандартів сервісу, заснованих на щирості, увазі та глибокій повазі до кожного гостя. В умовах високої конкуренції на ринку готельних та ресторанных послуг запровадження принципів «омотенаші» стає важливим стратегічним інструментом, що сприятиме не тільки підвищенню якості обслуговування, але й створенню емоційного зв'язку між брендом та клієнтами.

Ключові слова: «омотенаші», концепція, гостинність, філософія, готельно-ресторанний бізнес, міжнародна готельно-ресторанна індустрія.

KORSAK Roman

State Institution of Higher Education «Uzhhorod National University»

HUSHTAN Tetiana

Uzhgorod Trade and Economic Institute of the State Trade and Economics University

THE PHILOSOPHY OF THE «OMOTENASHI» CONCEPT IN THE INTERNATIONAL HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY

The article examines the philosophical and practical aspects of the concept of «omotenashi» in the international hotel and restaurant industry. «Omotenashi», being a unique Japanese model of hospitality, goes beyond standard service and is a deep philosophy of care, sincerity and attentive attitude to each guest. The main difference of this approach is its selflessness and the desire to anticipate the expectations of visitors, creating for them not just comfortable conditions, but an unforgettable emotional experience.

The historical roots of «omotenashi» are considered, which go back to the traditions of the Japanese tea ceremony, where each element of service has a deep meaning and symbolizes respect for the guest. It is emphasized that this principle goes beyond the hospitality industry and is widely used in Japanese society, including the sphere of business, retail and customer service. The article analyzes how this concept is adapted in various international hotels and restaurants, in particular in the premium and luxury segments, where a high level of personalized service plays a key role.

Important attention is paid to comparing the Western model of service, focused on transactional relationships with customers, and «omotenashi», which is based on a sincere desire to provide the best possible experience without expecting immediate benefits. The main elements that make up «omotenashi» are analyzed: anticipating customer needs, attention to detail, unobtrusiveness, creating an atmosphere of harmony and trust. It is noted that this approach contributes to increasing customer loyalty, strengthening the company's image and creating a unique competitive advantage.

The impact of «omotenashi» on modern trends in the hotel and restaurant industry is also considered, including the use of digital technologies for personalization of service, the introduction of innovative solutions in service and the development of the concept of «invisible service», where customer care occurs naturally and imperceptibly. It is emphasized that the integration of «omotenashi» into international practice requires adaptation taking into account the cultural characteristics of different regions, but at the same time remains an effective tool for creating a unique customer experience.

In conclusion, it is emphasized that further study of the «omotenashi» philosophy and its application in the global hospitality industry can contribute to the formation of new service standards based on sincerity, attention and deep respect for each guest. In conditions of high competition in the hotel and restaurant services market, the introduction of «omotenashi» principles becomes an important strategic tool that will contribute not only to improving the quality of service, but also to creating an emotional connection between the brand and customers.

Keywords: «omotenashi», concept, hospitality, philosophy, hotel and restaurant business, international hotel and restaurant industry.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Актуальність проблеми дослідження полягає у необхідності глибокого осмислення концепції «омотенаші» та її адаптації у міжнародній готельно-ресторанній індустрії. В умовах глобалізації та зростання конкуренції у сфері гостинності виникає потреба у пошуку унікальних підходів до обслуговування клієнтів, які не тільки забезпечать високий рівень сервісу, але й створять емоційний зв'язок між гостями та закладом. Японська філософія «омотенаші», заснована на принципах щирості, увазі до деталей і передбачанні потреб клієнта, є ефективною моделлю, здатною підвищити рівень задоволеності відвідувачів і сформувати довгострокову лояльність.

Наукова та практична значимість даного дослідження полягає в аналізі можливостей впровадження принципів «омотенаші» у різних культурних та економічних контекстах. Глибоке розуміння цієї концепції може сприяти вдосконаленню сервісних стандартів та підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу. Крім того, вивчення «омотенаші» дозволяє переосмислити традиційні підходи до управління персоналом та навчання співробітників, наголошуючи на щирості, емпатії та турботі про гостей. Таким чином, дослідження даної філософії відкриває нові перспективи для розвитку індустрії гостинності та формування унікального клієнтського досвіду.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Серед публікацій які висвітлюють різні аспекти «омотенаші» у підготовці персоналу, впливу на ринок праці та структурних елементів цієї концепції варто відзначити наступні: Р. Корсаком досліджено питання підготовки персоналу у міжнародному готельному бізнесі, наголошуючи на необхідності врахування культурних особливостей у навчанні працівників. Автор зазначає, що японський підхід до сервісу, зокрема «омотенаші», є зразковим для багатьох країн, оскільки базується на глибокому розумінні потреб гостей. Основну увагу приділено розвитку м'яких навичок у персоналу, таких як емпатія, увага до деталей та емоційний інтелект, що є основою якісного сервісу у міжнародному готельному бізнесі [2].

У дослідженні авторів Н. Belal, S. Kunio, K. Michitaka підкреслено, що японська гостинність не обмежується тільки високоякісним сервісом, але й передбачає активну взаємодію між гостем і закладом, що сприяє формуванню унікального досвіду. Особливу увагу приділено рекурсивному підходу, який означає, що сервіс постійно вдосконалюється завдяки аналізу поведінки гостей та адаптації до їхніх очікувань [7].

Дослідження впливу сучасних економічних і демографічних викликів на можливість збереження традицій «омотенаші» в японському готельному бізнесі здійснив Nagaoka, N.. Автор наголошує на проблемах нестачі робочої сили та необхідності реформування ринку праці для підтримки високих стандартів обслуговування. У статті запропоновано можливі рішення, такі як автоматизація певних процесів без шкоди для персоналізованого підходу до гостей, а також інтеграція міжнародного персоналу, який навчатиметься японській культурі гостинності [8].

Таким чином, аналіз досліджень показує, що концепція «омотенаші» є не тільки елементом японської культури гостинності, але й цінним підходом, який можна застосовувати у міжнародній готельно-ресторанній індустрії. Її успішна інтеграція залежить від ретельної підготовки персоналу, активної взаємодії з гостями, адаптації до змін на ринку праці та збереження основних принципів гостинності навіть в умовах автоматизації. Отже, впровадження «омотенаші» у міжнародний сервіс сприяє підвищенню якості обслуговування та формуванню лояльності клієнтів на глобальному рівні.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Основна мета дослідження – виявити сутнісні характеристики філософії «омотенаші» та визначити її практичне значення для міжнародної готельно-ресторанної індустрії. В рамках дослідження передбачається

проаналізувати ключові принципи даної концепції, її історичне та культурне коріння, а також розглянути успішні приклади впровадження «омотенаші» у різних готелях та ресторанах світу. Крім того, важливо оцінити, яким чином цей підхід може бути адаптований у різних національних та бізнес-контекстах з огляду на особливості менталітету, рівня сервісу та очікувань клієнтів. Підсумком роботи стане розробка рекомендацій щодо інтеграції філософії «омотенаші» в сучасну індустрію гостинності для підвищення якості обслуговування та створення унікального клієнтського досвіду.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛ

Історія концепції «омотенаші» бере свій початок в японській культурі гостинності, сягаючи корінням в епоху Хейан (794–1185 рр.). Термін «омотенаші» (яп. おもてなし) складається з двох частин: «омоти», який означає зовнішній вигляд або образ, що представляється оточуючим, і «наші», що означає відсутність чогось. У сукупності це висловлює щирю та безкорисливу гостинність, при якій кожна деталь продумана, а увага до гостя виявляється без прихованих намірів. Особливу роль у формуванні філософії «омотенаші» відіграла традиційна японська чайна церемонія, заснована на принципах поваги, гармонії та самопожертви [11].

Ключову роль у становленні концепції «омотенаші» зіграв Сен-но-Рікю (1522–1591), легендарний майстер чайної церемонії, який заклав основу сучасного чайного етикету. Він запровадив принцип «Ічїго Ічїе» («одна зустріч – один момент»), який наголошує на унікальності кожної взаємодії між гостем і господарем. Підготовка до чайної церемонії могла займати місяці, а іноді й роки, оскільки господар прагнув створити ідеальну атмосферу з огляду на сезон, переваги гостей та найдрібніші деталі – від вибору посуду до оформлення інтер'єру. Цей підхід відбив ідею безкорисливого служіння, де кожна деталь продумана в ім'я комфорту та задоволення гостя [13].

З часом принципи «омотенаші» стали проникати у повсякденне життя японців, поширюючись за межі чайних будинків. Вони стали невід'ємною частиною японської готельної та ресторанної індустрії, системи громадського транспорту та навіть корпоративної культури. Наприклад, високоточна робота японських залізниць, де поїзди прибувають з точністю до секунди, є прикладом того, як «омотенаші» проявляється у сучасних сервісах. У японських готелях та ресторанах обслуговування гостей будується на вмінні передбачати їхні потреби ще до того, як вони про них повідомлять [12].

Порівнюючи «омотенаші» із західним поняттям сервісу, можна побачити значні відмінності. У західній культурі обслуговування часто будується на основі транзакційних відносин, коли якість послуги прив'язана до очікуваної оплати або чайових. У японському підході гостинність виявляється без очікування винагороди, та її цінність полягає у невидимості дій. Справжній «омотенаші» проявляється не в гучних жестах, а у непомітних дрібницях, наприклад, у тому, як офіціант у ресторані безшумно змінює тарілку або як співробітник готелю запам'ятовує вподобання постійного гостя без нагадування [10, с. 32–35].

Сьогодні філософія «омотенаші» продовжує еволюціонувати, залишаючись важливим елементом японського способу життя. Цей принцип активно впроваджується у міжнародні компанії, такі як «Toyota» та бренд «Lexus» для створення унікального клієнтського досвіду. В умовах глобалізації багато готелів та ресторанів за межами Японії починають вивчати та застосовувати «омотенаші» як інструмент підвищення рівня обслуговування та зміцнення довіри клієнтів. Таким чином, філософія, що зародилася в японській чайній культурі, продовжує надихати сучасний світ, нагадуючи про те, що справжня гостинність – це щирість, увага до деталей та прагнення зробити перебування кожного гостя особливим [12].

Основу концепції «омотенаші» складають наступні аспекти [9, с. 126–137]:

1. Один із головних аспектів «омотенаші» – це щирість та безкорисливість в обслуговуванні. На відміну від західного підходу, де сервіс орієнтований отримання винагороди, японська гостинність ґрунтується на бажанні зробити перебування гостя комфортним без очікування подяки чи чайових. Цей аспект наголошує на глибині японської культури, в якій турбота про гостя сприймається як природний обов'язок, а не як формальність. Щирість проявляється в кожній дії, будь то доброзичлива посмішка, уважний погляд чи прагнення передбачити бажання гостя.

2. «Омотенаші» неможливо уявити без уваги до деталей. Кожна дрібниця, від подачі страви в ресторані до оформлення готельного номера, ретельно продумується, щоб створити ідеальну атмосферу затишку і комфорту. Ця увага проявляється навіть у найнезначніших елементах, наприклад, у тому, як персонал готелю вибирає колір та аромат свіжих квітів у кімнаті залежно від пори року або як офіціант у ресторані непомітно поправляє сервірування столу, не перериваючи розмови гостей. Такий підхід робить сервіс по-справжньому унікальним і незабутнім.

3. Ще один важливий аспект «омотенаші» – здатність персоналу передбачати бажання клієнта, не чекаючи на його прохання. Цей принцип вимагає високого ступеня спостережливості та емпатії, дозволяючи наперед зрозуміти, що може знадобитися гостеві. Наприклад, якщо відвідувач ресторану раптово починає шукати поглядом офіціанта, той миттєво підходить, пропонуючи допомогу. У готелі постояльцю можуть заздалегідь надати подушку певної жорсткості, якщо він уже зупинявся тут раніше і висловив таку перевагу. Це створює у клієнта відчуття, що про нього піклуються, не нав'язуючи послуги.

4. Філософія «омотенаші» також включає принципи гармонії і поваги, що глибоко вкоренилися в японській культурі. Взаємини між гостем і стороною, що приймає, будуються на основі поваги, причому воно

має бути обопільним. Господар надає послугу із щирою турботою, а гість, у свою чергу, також виявляє повагу, дотримуючись встановлених традицій. Наприклад, у чайній церемонії гості усвідомлюють значущість кожного руху майстра та висловлюють подяку навіть у тому, як вони тримають чайну чашку. Цей аспект «омотенаші» формує унікальну атмосферу, де обидві сторони прагнуть створити гармонійну взаємодію.

5. Останній, але не менш важливий аспект «омотенаші» – це ненав'язливість гостинності. У японській культурі обслуговування має бути настільки природним та непомітним, щоб не заважати гостю насолоджуватися моментом. Це означає, що персонал завжди готовий допомогти, але не втручається в процес спілкування чи відпочинку, якщо у цьому немає потреби. Наприклад, у традиційних японських готелях співробітники з'являються тільки тоді, коли це дійсно потрібно, а обслуговування у ресторанах проводиться так, щоб не відволікати відвідувачів. Цей принцип створює відчуття затишку та свободи, при цьому дозволяючи гостям повністю довіритися турботі приймаючої сторони.

Таким чином, філософія «омотенаші», що є найвищою формою щирої і безкорисливої гостинності, робить значний вплив на міжнародну готельно-ресторанну індустрію. В умовах глобальної конкуренції, коли рівень сервісу стає ключовим фактором успіху, принципи «омотенаші» привертають увагу провідних світових готелів та ресторанів. Цей підхід змінює традиційні уявлення про сервіс, наголошуючи на емоційному зв'язку із гостем, індивідуальному підході та створенні унікального досвіду, що виходить за рамки стандартного обслуговування [7, с. 78-83].

Відмітимо основні тенденції, які відбуваються під впливом «омотенаші» у міжнародній готельно-ресторанній індустрії. Одна з основних тенденцій, пов'язаних із впливом «омотенаші» – це персоналізація сервісу. Сучасні готелі та ресторани прагнуть більш глибокого розуміння потреб гостей, використовуючи методи передбачення їх переваг. Натхненні японською філософією багато готельних мереж впроваджують технології збору даних, що дозволяють заздалегідь готувати номери відповідно до побажань клієнтів або адаптувати меню в ресторанах під індивідуальні смаки. Таким чином гостинність стає не просто функціональною послугою, а справжнім мистецтвом турботи про людину [10, с. 32-35; 6, с. 460-464].

Крім того, філософія «омотенаші» вплинула на стандарти якості у сфері готельного бізнесу та ресторанного обслуговування. Натхненні японським підходом багато міжнародних компаній почали впроваджувати практики, спрямовані на підвищення рівня комфорту та емоційного благополуччя гостей. Це виявляється у детальному продумуванні дизайну готелів, використанні натуральних матеріалів, створенні релакс-зон та застосуванні концепції «slow hospitality», що передбачає неспішну насолоду моментом без суєти та нав'язливості [9, с. 126-137].

Таким чином, «омотенаші» глибоко впливає на міжнародну готельно-ресторанну індустрію, формуючи нові стандарти сервісу, засновані на увазі до деталей, персоналізації та щирого ставлення до гостей. В умовах сучасного ринку, де клієнти все більше цінують не просто зручність, але й унікальні враження, застосування принципів «омотенаші» стає важливою конкурентною перевагою для готелів та ресторанів по всьому світу.

Відмітимо, що застосування концепції «омотенаші» в Україні може стати потужним інструментом підвищення рівня гостинності в готельно-ресторанній сфері. Український ринок гостинності активно розвивається, і впровадження принципів «омотенаші» дозволить закладам виділитись на тлі конкурентів. Це можна реалізувати через персоналізацію сервісу, де персонал заздалегідь дізнається про переваги гостей, пропонуючи індивідуальний підхід без зайвого нав'язування послуг. Наприклад, в готелях можна враховувати уподобання клієнтів за типом подушок, температурою в номері або улюбленими напоями. У ресторанах — пропонувати компліменти, враховувати дієтичні побажання та стежити за тим, щоби обслуговування було ненав'язливим, але уважним [13].

Крім того, «омотенаші» можна впроваджувати через підвищення рівня культури обслуговування та навчання персоналу. Важливо не просто виконувати технічні аспекти сервісу, а щиро дбати про комфорт та емоційний стан гостей [3, с. 38-44; 4, с. 255-258; 5, с. 35-40].

Українські готелі та ресторани можуть запозичити японську традицію уваги до деталей: правильний підбір інтер'єру, м'яке освітлення, приємна атмосфера, ненав'язливий, але уважний персонал. Все це створить відчуття затишку та гостинності, де кожен клієнт відчує себе не просто відвідувачем, а бажаним гостем. Такий підхід дозволить українським закладам конкурувати на міжнародному рівні та залучати більше клієнтів, які цінують якість та турботу [2, 312-319; 1, 45-48].

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У ході дослідження було встановлено, що філософія «омотенаші» є унікальним підходом до гостинності, який заснований на турботі, увазі до деталей і прагненні передбачити очікування гостей. Цей принцип значно впливає на міжнародну готельно-ресторанну індустрію, формуючи нові стандарти сервісу, орієнтовані на створення не просто якісного обслуговування, але емоційно цінного досвіду клієнтам. Надалі перспективним напрямом досліджень може стати адаптація «омотенаші» у різних культурних контекстах, включаючи його інтеграцію до західних моделей гостинності. Крім того, актуальним є вивчення впливу цифрових технологій та штучного інтелекту на збереження автентичності «омотенаші» в умовах

автоматизованого сервісу, що дозволить знайти баланс між традиційною японською філософією та сучасними тенденціями індустрії.

Література

1. Кобзар Н.В. Роль міжкультурної комунікації в підготовці менеджерів туризму. *Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. Частина I.* 2011. №14 (225). С.48-53.
2. Корсак Р. Педагогічні та культурні аспекти підготовки персоналу у міжнародній готельній індустрії. *Актуальні питання гуманітарних наук. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2024. – Вип. 80. Том 1. С. 312-319.*
3. Корсак Р., Гуштан Т. Теоретико-методологічні аспекти підготовки фахівців спеціальності «Готельно-ресторанна справа». *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2024. Вип. 72. Том 2. С. 38-44.*
4. Сакаль Т., Корсак Р. Проблеми підготовки спеціалістів у готельно-ресторанному секторі України. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II / [Ред.: В. Гльницький, М. Галів]. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. С. 255–258.*
5. Свентицька Н.В. Міжкультурна комунікація як інтегративний компонент туристичної освіти. *Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка.* 2012. №4(239). Ч.ІІ. С.35-40.
6. Тирон О. М. Роль міжкультурного особистісного спілкування в бізнесі гостинності в кризовий період. *International scientific journal «Grail of Science».* № 16 (June, 2022). С. 460-464.
7. Belal H., Kunio S., Michitaka K. Value Co-creation with Customer through Recursive Approach Base on Japanese «omotenashi» Service *International Journal of Business Administration*, 2013, Vol. 4, Issue 1.P. 78-83.
8. Haraoka, N. Labor Market Reform Is Vital to Preserve «omotenashi» in Japan’s Hotel Business. *Economy, Culture & History Japan Spotlight Bimonthly.* Jan/Feb 2015, Vol. 34 Issue 1, p. 40-44.
9. Nakano Y., Umemuro H. Elements Constructing «omotenashi» and Development of «omotenashi» Evaluation Tool. *Journal of Japan Industrial Management Association.* 2012, Vol. 63 Issue 3, p. 126—137.
10. Nakano Y., Lloyd S. Hospitality — «omotenashi» . *Economy, Culture & History Japan Spotlight Bimonthly.* Jul/Aug 2008, Vol. 27 Issue 4, p. 32-35.
11. «Omotenashi» . URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 07.02.2025)
12. «Omotenashi» – the Japanese concept for Hospitality?“. *Heartland Japan.* 18 September 2020. URL: <https://heartlandjapan.com/what-is-»omotenashi»/> (дата звернення 06.02.2025)
13. «Omotenashi»: The Philosophy of Japanese Hospitality – TOKI. *Toki.tokyo.* Retrieved 2022-09-07. URL: <https://www.toki.tokyo/blog/2015/6/24/»omotenashi»-japanese-serving-philosophy> (дата звернення 06.02.2025)

References

1. Kobzar N.V. (2011). Rol mizhkulturnoi komunikatsii v pidhotovtsi menedzheriv turyzmu. [The role of intercultural communication in the training of tourism managers.]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho Universytetu im. Tarasa Shevchenka. Serii: Pedagogichni nauky. – Bulletin of the Luhansk National University named after Taras Shevchenko. Series: Pedagogical sciences. Part I. No. 14 (225), 48-53.* [in Ukrainian]
2. . Korsak R. (2024). Pedagogichni ta kulturni aspekty pidhotovky personalu u mizhnarodnii hotelnii industrii [Pedagogical and cultural aspects of personnel training in the international hotel industry]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Current issues of the humanities. Drohobych: Publishing house "Helvetica", 2024. - Issue 80. Volume 1, 312-319.* [in Ukrainian]
3. Korsak R., Hushtan T. (2024). Teoretyko-metodolohichni aspekty pidhotovky fakhivtsiv spetsialnosti «Hotelno-restoranna справа». [Theoretical and methodological aspects of training specialists in the "Hotel and restaurant business" specialty]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk: mizhvuzivskiy zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh Drohobyt'skoho derzhavnoho pedagogichnoho universytetu imeni Ivana Franka – Current issues of humanitarian sciences: interuniversity collection of scientific works of young scientists of Ivan Franko Drohobyt'sk State Pedagogical University. Drohobych: "Helvetika" Publishing House. Vol. 72. Volume 2, 38-44.* [in Ukrainian].
4. Sakal T., Korsak R. (2024). Problemy pidhotovky spetsialistiv u hotelno-restorannomu sektori Ukrainy. *Nauka i osvita Ukrainy v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny: vyklyky ta zavdannia v konteksti natsionalnoi bezpeky.* [Problems of training specialists in the hotel and restaurant sector of Ukraine]. *Nauka i osvita Ukrainy v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny: vyklyky ta zavdannia v konteksti natsionalnoi bezpeky.– Science and education of Ukraine in the conditions of the Russian-Ukrainian war: challenges and tasks in the context of national security.* Volume II. *Kyiv – Drohobych – Lviv – Pereyaslav – Uzhhorod – Zaporizhzhia: Helvetyka Publishing House, 255–258.* [in Ukrainian]
5. Sventytska N.V. (2012). Mizhkulturna komunikatsiia yak inteohratyvnyi komponent turystychnoi osvity. [Intercultural communication as an integrative component of tourism education]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu im. T. Shevchenka. – Bulletin of the Luhansk National University named after T. Shevchenko. No. 4(239), 35-40.* [in Ukrainian].
6. Tyron O. M. (2022). Rol mizhkulturnoho osobystisnoho spilkuvannia v biznesi hostynnosti v kryzovyi period. [The role of intercultural personal communication in the hospitality business in a crisis period.]. *International scientific journal «Grail of Science».* № 16 (June), 460-464. [in Ukrainian].
7. Belal H., Kunio S., Michitaka K. (2013). Value Co-creation with Customer through Recursive Approach Base on Japanese «omotenashi» Service *International Journal of Business Administration*, Vol. 4, Issue 1, 78-83.
8. Haraoka, N. (2015). Labor Market Reform Is Vital to Preserve «omotenashi» in Japan’s Hotel Business. *Economy, Culture & History Japan Spotlight Bimonthly.* Jan/Feb, Vol. 34 Issue 1, 40-44.
9. Nakano Y., Umemuro H. (2012). Elements Constructing «omotenashi» and Development of «omotenashi» Evaluation Tool. *Journal*

of Japan Industrial Management Association. Vol. 63 Issue 3, 126—137.

10. Nakano Y., Lloyd S. (2008). Hospitality — «omotenashi» . *Economy, Culture & History Japan Spotlight Bimonthly*. Jul/Aug Vol. 27 Issue 4, 32-35.

11. «Omotenashi» . URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/>

12. «Omotenashi» – the Japanese concept for Hospitality?". Heartland Japan. 18 September 2020. URL: <https://heartlandjapan.com/what-is-»omotenashi/>

13. «Omotenashi»: The Philosophy of Japanese Hospitality – TOKI. Toki.tokyo. Retrieved 2022-09-07.URL:<https://www.toki.tokyo/blog/2015/6/24/»omotenashi»-japanese-serving-philosophy>