

**ФІЛОСОФІЯ**

УДК 17.022.1:640.4

**DOI** <https://doi.org/10.5281/zenodo.17181151>

**Філософське осмислення культури обслуговування: від Античності до сучасного готельно-ресторанного бізнесу**

**Чайка Світлана Анатоліївна,**

кандидат філософських наук, викладач кафедри загальногуманітарної та прикладної підготовки, Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ, Україна, <https://orcid.org/0000-0003-4066-4963>

**Прийнято: 06.09.2025 | Опубліковано: 23.09.2025**

***Анотація.** Сьогодні культура обслуговування у сфері гостинності розглядається не лише як набір технологічних процедур, а як гуманітарний феномен, що формує ціннісну основу професійної діяльності. В умовах глобалізації, мультикультурності та зростання ролі етики в бізнесі особливого значення набуває історико-філософський аналіз сервісу, який дає змогу простежити формування уявлень про гостинність і їхній вплив на сучасні стандарти готельно-ресторанної справи. Мета дослідження – виявити філософські основи культури обслуговування від античності до сучасності, обґрунтувати їхнє значення для професійної діяльності у сфері гостинності та розробити авторську модель філософських вимірів сервісу. Методи дослідження охоплюють історико-філософський аналіз еволюції культури гостинності, компаративний підхід для зіставлення традиційного й гуманітарного бачення сервісу, а також міждисциплінарну інтеграцію філософії, культурології та менеджменту. Метод моделювання застосовано*

для розробки авторської концепції філософських вимірів сучасного сервісу та впорядкування результатів професійної підготовки у сфері гостинності. У результаті дослідження встановлено, що еволюція уявлень про гостинність є безперервним процесом: від античного ξενія та римського hospitium – через християнську етику служіння та просвітницьку культуру ввічливості – до сучасних підходів, що акцентують на етиці взаємин та проблемі втрати автентичності гостинності в глобалізованому світі. Узагальнення представлено в трьох авторських інструментах: історико-філософській таблиці етапів розвитку культури обслуговування, моделі філософських вимірів сучасного сервісу та порівнянні традиційного й гуманітарного підходів до обслуговування. Практична цінність дослідження полягає в можливості використання його результатів у підготовці фахівців готельно-ресторанної справи. Інтеграція історико-філософського аналізу, авторських моделей та гуманітарного складника в освітні програми сприятиме формуванню в здобувачів освіти професійних компетентностей, що поєднують технічні навички з етичними й культурними цінностями, необхідними для роботи в мультикультурному середовищі.

**Ключові слова:** філософія гостинності, етика сервісу, культурна чутливість, гуманітарна освіта, клієнтоорієнтованість, мультикультуралізм, професійні компетентності.

### **Philosophical comprehension of the culture of service: from Antiquity to the modern hospitality industry**

**Svitlana Chaika,**

PhD of Philosophy (Candidate of Philosophical Sciences), Lecturer of the Department of General Theoretical and Applied Training, Kyiv professional college of tourism and hospitality management, Kyiv, Ukraine,

<https://orcid.org/0000-0003-4066-4963>

**Abstract.** *The relevance of the study is determined by the fact that the culture of service in the hospitality sphere today appears not only as a set of technological procedures but also as a humanitarian phenomenon that shapes the value basis of professional activity. In the context of globalization, multiculturalism, and the growing role of ethics in business, the historical and philosophical analysis of service acquires particular importance, as it makes it possible to trace the formation of ideas about hospitality and their influence on modern standards of the hotel and restaurant industry. The purpose of the study is to identify the philosophical foundations of the culture of service from Antiquity to the present, to substantiate their significance for professional activity in the hospitality sector, and to develop the author's model of the philosophical dimensions of service. The research methods combine historical and philosophical analysis to examine the evolution of the culture of hospitality, employing a comparative approach to contrast traditional and humanistic views of service, as well as to integrate philosophy, cultural studies, and management. The modeling method was applied to design the author's concept of the philosophical dimensions of modern service and to systematize the outcomes of professional training in the hospitality field. As a result of the study, it was established that the evolution of ideas about hospitality has a continuous character: from the ancient xenia and Roman hospitium – through the Christian ethics of service and the Enlightenment culture of politeness – to contemporary approaches emphasizing the ethics of relations with the Other and the challenges of maintaining authentic hospitality in a globalized world. The generalizations are presented in three authorial instruments: a historical-philosophical table outlining the stages in the development of service culture, a model of the philosophical dimensions of modern service, and a comparison of traditional and humanistic approaches to service. The practical value of the research lies in the possibility of applying its results in the training of hospitality specialists. The integration of historical-*

*philosophical analysis, authorial models, and the humanitarian component into educational programs will contribute to the formation of professional competencies that combine technical skills with ethical and cultural values necessary for work in a multicultural environment.*

**Keywords:** *philosophy of hospitality, service ethics, cultural sensitivity, humanitarian education, customer orientation, multiculturalism, professional competencies.*

**Постановка проблеми.** Культура обслуговування в сучасному світі виходить за межі технологічних процедур та економічних розрахунків, адже саме вона формує довіру, атмосферу гостинності та гуманітарний вимір готельно-ресторанної справи. В умовах глобалізації, мультикультурності та зростання ролі етики в бізнесі особливого значення набуває історико-філософський аналіз сервісу, який сприяє осмисленню уявлень про гостинність і дає змогу простежити їхній вплив на формування сучасних стандартів професійної взаємодії. Вивчення античних, середньовічних, просвітницьких і сучасних концепцій гостинності актуалізує гуманітарний складник підготовки фахівців та сприяє переосмисленню сервісу як простору ціннісної взаємодії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукових джерел свідчить, що культуру обслуговування у сфері гостинності розглядають як на теоретичному (філософському), так і на прагматичному (прикладному) рівнях. У працях Р. Тресіддера (R. Tresidder) зазначено, що маркетинг гостинності потребує культурно-філософської інтерпретації, що дає змогу враховувати нематеріальні й ціннісні аспекти взаємодії [1, р. 708]. М. С. Іслам (M. S. Islam), спираючись на спадщину Сократа, Платона та Арістотеля, обґрунтовує етичні основи сучасних практик гостинності [2], тоді як Ж. Ґуїя (J. Guia) та Т. Джамал (T. Jamal) пропонують ефективний і постгуманістичний підходи до

космополітичної гостинності, що відкриває нові горизонти для розуміння взаємодії в глобалізованому світі [3]. Значна увага приділяється дослідженням сервісної орієнтації, якості та сталого розвитку. М. Асгейрссон (M. Ásgeirsson) із колегами виявили вибірковість у трактуванні сервісної орієнтації та наголосили на необхідності її цілісного осмислення [4]. М. Оліверес-Віллануєва (M. Oliveras-Villanueva) з колегами здійснили систематичний огляд літератури, поєднавши проблематику якості сервісу та практик сталого розвитку [5]. Подібні ідеї розвивають І. Вовк (I. Vovk) та Ю. Вовк (Y. Vovk), які доводять, що сталий менеджмент персоналу підвищує залученість, організаційну відданість і результативність підприємств індустрії гостинності [6, р. 44]. Аналізовані джерела приділяють значну увагу питанням освіти й підготовки кадрів. Н. Дорасамі (N. Dorasamy) та Р. Балкаран (R. Balkaran) показали, що впровадження моделі Work Integrated Learning сприяє формуванню сервісної культури в здобувачів освіти й розвитку їхніх професійних і комунікативних навичок [7, р. 479]. Дослідження Р. Є (R. Yeh) та співавторів висвітлює недостатню інтеграцію курсів з професійної етики в освітні програми та наголошує на потребі їх системного впровадження у сфері гостинності [8, р. 25]. Окрему групу становлять публікації, присвячені українському контексту та перспективам післявоєнного відновлення індустрії гостинності після руйнувань і соціально-економічних втрат, спричинених збройною агресією. Г. Заварика (H. Zavarika) та О. Зеленко (O. Zelenko) визначили соціальний діалог як чинник підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності в умовах воєнного стану [9, р. 99]. Л. Гончар (L. Honchar) із колегами обґрунтували значення соціокультурного кластерування як інструменту відновлення та розвитку готельно-ресторанної сфери в післявоєнний період [10, р. 40].

Отже, сучасна наукова думка синтезує історико-філософські, соціально-економічні та педагогічні підходи до вивчення культури обслуговування. Це

свідчить про багатовимірність феномена гостинності, який водночас є етичним, культурним та ціннісно-орієнтованим явищем, що визначає якість взаємодії у сфері сервісу.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Попри значну кількість наукових розвідок, чимало питань і досі залишаються нерозв'язаними. Зокрема, недостатньо досліджено, як філософські уявлення про гостинність у різні історичні епохи впливають на сучасні стандарти сервісу, а також яким чином ці ідеї можуть бути інтегровані в професійну освіту для формування ціннісних компетентностей майбутніх фахівців. З огляду на це наше дослідження спрямоване на поєднання історико-філософського аналізу з міждисциплінарною інтерпретацією культури обслуговування, що дає змогу представити сервіс як гуманітарний феномен, а не лише як сферу прикладних навичок. Практична цінність роботи полягає у створенні підґрунтя для розробки нових освітніх програм і стандартів у сфері гостинності, що поєднують технічну підготовку з моральними, культурними й комунікативними вимірами. Це сприяє формуванню фахівців, здатних працювати в умовах мультикультурного середовища, підвищувати якість сервісу та розвивати індустрію гостинності як простір цінностей і смислів.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є розкриття філософських джерел культури обслуговування від античності до сучасності, обґрунтування їхнього значення для професійної діяльності у сфері готельно-ресторанного бізнесу та розроблення авторської моделі філософських вимірів сервісу. Реалізація цієї мети передбачає аналіз основних історико-філософських етапів формування гостинності, порівняння традиційного та гуманітарного бачення сервісу, а також визначення ролі гуманітарної освіти в підготовці фахівців, здатних працювати в умовах мультикультурного середовища й сучасних ціннісних викликів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Культура обслуговування



як феномен досліджується на перетині таких дисциплін, як філософія, етика, культурологія та практичні аспекти гостинності. Міждисциплінарний підхід дає змогу не лише описати технології чи методи сервісу, але й виявити глибинні ціннісні й моральні засади, що сформувалися ще в Античності та, пройшовши крізь Середньовіччя й Новий час стали невіддільною частиною сучасної індустрії гостинності [11, с. 240].

Аналіз історичного розвитку дає змогу виявити первісні уявлення про гостинність, моральну взаємність і гідність Іншого, які й сьогодні формують професійні стандарти готельно-ресторанного бізнесу [12, р. 106]. Джерела культури обслуговування сягають Античності, де поняття *ξενία* в греків означало священний обов'язок гостинності, тісно пов'язаний із релігійними уявленнями та етикою взаємності [13]. Господаря сприймали як того, хто відповідає не лише за фізичний комфорт мандрівника, а й за духовний вимір гостинності: нагодувати, прихистити, захистити й провести в дорогу. Ця модель взаємин мала двосторонній характер: гість мав поводитися гідно й шанобливо, адже вважалося, що будь-який чужинець може бути під покровом богів [14, р. 120]. У Римі ця ідея закріпилася у формі *hospitium*, яке поєднувало правовий і моральний виміри. Зокрема, Цицерон у трактаті *De Officiis* наголошував на важливості чесності (*honestum*) та справедливості як фундаментальних засад взаємності між людьми [15, р. 101]. Стоїчна традиція, яку він активно транслював у своїх етичних працях, надала гостинності універсального виміру. У цьому підході визнання гідності іншої людини та моральна відповідальність перед нею розглядаються як визначальні ознаки людяності й справедливого суспільного співжиття. Саме таке бачення уможливило інтеграцію ідеї чесноти як вищого блага в практику міжособистісних і соціальних відносин [16]. Таким чином, античне розуміння гостинності стало не лише формою соціальної практики, а й своєрідним морально-філософським кодексом, що визначав стандарти взаємодії та в

трансформованому вигляді вплинув на подальший розвиток культури обслуговування [11, р. 240].

У Середньовіччі культура обслуговування набула нового смислового наповнення під впливом християнської традиції, яка перенесла акцент із взаємної вигоди на етику милосердя й безкорисливого служіння. У цей час гостинність постає не лише як соціальний звичай, а як духовна чеснота, що ґрунтується на ідеї прийняття чужинця як самого Христа: «*Бо голодував Я – і ви нагодували Мене, був мандрівником – і ви прийняли Мене*» (Мт. 25:35) [17]. Саме в цьому контексті з'являються монастирі та притулки при церквах, які стали першими інституціалізованими формами гостинності, відкритими для мандрівників, хворих і знедолених [18]. Християнські мислителі, зокрема Августин та Фома Аквінський, підкреслювали, що служіння іншому є шляхом до духовного вдосконалення й практикою любові, яка виходить за межі родових чи племінних зв'язків [19, р. 40]. Таким чином, у Середньовіччі гостинність перетворилася на універсальний моральний принцип, що об'єднав релігійні переконання та соціальні практики, а сама культура обслуговування набула характеру служіння ближньому, яке водночас формувало основи європейської гуманітарної традиції.

Елементи середньовічної традиції служіння ближньому стали підґрунтям для нового етапу розвитку культури обслуговування в добу Ренесансу та Просвітництва. У XVI–XVIII століттях у Європі набули поширення так звані *courtesy books* – трактати про ввічливість, поведінку й правила спілкування, які перетворювали приватні норми пристойності на універсальні стандарти соціальної взаємодії. У творі Б. Кастільйоне *The Book of the Courtier* формувався ідеал придворного, який поєднував моральні якості, вишуканість манер і служіння суспільству [20]. Д. делла Каса у своєму *Il Galateo* (1558) зосередив увагу на правилах повсякденної поведінки, які стосувалися навіть деталей застільного етикету та комунікації, що



безпосередньо перегукується з етичними основами сучасного сервісу [21]. У XVIII столітті культура ввічливості набула статусу суспільного ідеалу, адже політес розглядався не лише як форма, а і як моральна цінність, що підкреслювала гідність іншої людини [22, р. 117].

У цьому культурному контексті Просвітництво принесло нову парадигму – ідею моральної автономії особистості, здатної самостійно визначати свої вчинки відповідно до розуму й морального закону, а не лише до соціальних звичаїв. Найяскравіше ця ідея виявилася у філософії І. Канта, який сформулював категоричний імператив як універсальне правило моральності: «Дій так, щоб ти завжди ставився до людства й у своїй особі, і в особі кожного іншого, так само як до мети, і ніколи – лише як до засобу» [23]. Саме кантівська концепція гідності людини, автономії волі й універсального морального закону заклала інтелектуальні підвалини для сучасної культури сервісу, де Інший сприймається не лише як клієнт, а як особистість, що заслуговує на повагу, турботу та морально відповідальне ставлення. Отже, елементи етикету й просвітницької моралі не лише змінили соціальні практики Нового часу, а й заклали міцний фундамент для подальшої гуманістичної трансформації культури обслуговування.

Сучасний етап культури обслуговування відзначається тим, що історичні норми етикету, просвітницька мораль і кантівський категоричний імператив трансформувалися в складну етико-філософську основу для *hospitality* як бізнес-індустрії. Філософія Е. Левіноса, що акцентує на відповідальності перед Іншим, істотно впливає на концепції обслуговування, де клієнт розглядається не просто як отримувач послуг, а як самодостатня цінність, яка потребує етичного ставлення й чесності в діалозі [24]. Зі зростанням глобалізації й мультикультуралізму виникає необхідність *hospitality ethics* – етики гостинності, що враховує культурні відмінності, справедливість і уважність до Іншого як фундаментальних принципів сервісу

[25]. Також сучасний бізнес-сервіс активно інтегрує принципи сталого розвитку, прозорості, довіри, етики приватності, особливо в контексті цифрових технологій, персоналізації та захисту даних гостей [26].

Таким чином, сучасна культура обслуговування поєднує в собі спадок ввічливості й моральної автономії з новими етичними викликами часу – цю еволюцію й узагальнене бачення основних етапів розвитку культури гостинності систематизовано в табл. 1.

Таблиця 1

Етапи формування культури обслуговування: філософський та міждисциплінарний виміри

| Історичний період            | Філософські акценти                                                                     | Образ гостинності                            | Міждисциплінарні зв'язки                                | Вплив на сучасну готельно-ресторанну справу                                          |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Античність<br>(Греція, Рим)  | <i>ξενία</i> як священний обов'язок;<br><i>hospitium</i> ; стоїчна ідея гідності Іншого | Гостя захищають боги; взаємність і чесність  | Філософія, міфологія, право                             | Основи етики взаємності, турбота про клієнта як моральний обов'язок                  |
| Середньовіччя<br>(V–XV ст.)  | Християнська етика служіння;<br>Августин, Фома Аквінський                               | Милосердя, «прийняти мандрівник а як Христа» | Теологія, соціальна опіка, монастирська практика        | Ідея сервісу як безкорисливого служіння; поява притулків і лікарень                  |
| Новий час<br>(XVI–XVIII ст.) | Просвітництво, автономія особистості; категоричний імператив І. Канта                   | Ввічливість і політес як моральний обов'язок | Література (courtesy books), етика, політична філософія | Стандарти ввічливості, клієнтоорієнтованість, формування кодексів поведінки          |
| Сучасність<br>(XIX–XXI ст.)  | Етика Іншого (Е. Левінас), глобалізація, мультикультуралізм, сталий розвиток            | Клієнт як цінність, а не засіб               | Філософія, бізнес-етика, культурологія, екологія        | Сучасні стандарти сервісу: інклюзія, культурна чутливість, сталий <i>hospitality</i> |

Джерело: побудовано автором на основі [11–26]

Отже, розвиток культури обслуговування від античності до сучасності демонструє безперервну еволюцію філософських уявлень про гостинність: від

релігійно-міфологічного обов'язку й правових норм до християнської чесноти, просвітницької моралі автономії та сучасних етичних концепцій.

У кожному епоху гостинність відображала не лише соціальні умови, а й глибинні духовні орієнтири, які формували уявлення про людину, Іншого та взаємність. Сьогодні ці історичні нашарування утворюють нову якість: *hospitality* постає як глобальна індустрія, що поєднує бізнес, культуру, етику та філософію комунікації.

У цьому контексті важливою стає авторська модель філософських вимірів сучасної культури обслуговування, що систематизує гуманітарні аспекти професійної діяльності та розкриває ціннісні основи готельно-ресторанного бізнесу. Її специфіка полягає в багатовимірності, адже культура сервісу постає одночасно в етичному, естетичному, комунікативному, соціальному та антропологічному аспектах. Центральною ідеєю є акцент на цінностях: клієнт розглядається не як засіб досягнення економічної вигоди, а як мета взаємодії, що узгоджується з філософією гідності та відповідальності перед Іншим. Модель вирізняється міждисциплінарністю, оскільки поєднує філософські та етичні підходи з культурологією й менеджментом. Вона має практичну користь, адже застосовується в професійній освіті та для розробки стандартів сервісу. Це дає змогу бачити обслуговування не лише як набір технічних процедур, а як простір, де формуються гуманітарні компетентності та інтегруються філософські ідеї в реальний бізнес, що допомагає готувати фахівців для роботи в мультикультурному середовищі. Узагальнений вигляд цієї концепції подано в табл. 2, де окреслено основні філософські виміри сучасної культури обслуговування.

Таблиця 2

Модель «Філософські виміри сучасної культури обслуговування»

| Вимір   | Зміст              | Визначальна цінність | Приклад у готельно-ресторанній справі |
|---------|--------------------|----------------------|---------------------------------------|
| Етичний | Ставлення до гостя | Гідність,            | Кодекс етики                          |

| Вимір                       | Зміст                                                  | Визначальна цінність             | Приклад у готельно-ресторанній справі                   |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------|
|                             | як до мети, а не засобу                                | справедливість, відповідальність | персоналу; чесність у сервісі                           |
| Естетичний                  | Гармонія простору, атмосфера та враження               | Краса як елемент досвіду гостя   | Дизайн готелю, музичний супровід, подача страв          |
| Комунікативний              | Сервіс як простір діалогу культур                      | Взаємність, розуміння Іншого     | Міжкультурна компетентність, мовна підготовка персоналу |
| Соціальний                  | <i>Hospitality</i> як інструмент соціальної інтеграції | Інклюзія, згуртованість, довіра  | Соціально відповідальні ініціативи, доступність сервісу |
| Філософсько-антропологічний | Обслуговування як вияв людяності                       | Людина для людини                | Персоналізація послуг, увага до індивідуальних потреб   |

Джерело: авторська розробка

Таким чином, авторська модель дає змогу розглядати сервіс не лише в площині технологій чи бізнес-процесів, а як ціннісний та гуманітарний феномен, що інтегрує філософію, етику та професійну практику. Вона акцентує на тому, що сучасна культура обслуговування не зводиться до формального виконання стандартів, а формує простір смислів, у якому відносини між гостем і персоналом набувають етичного й культурного значення. Цей підхід окреслює різницю між утилітарним розумінням сервісу, зосередженим на швидкості та технічності, і філософським осмисленням, що акцентує на гідності, культурній чутливості й комунікативній відкритості. Узагальнене бачення цієї відмінності представлено в табл. 3, де порівнюються традиційне й філософське уявлення про обслуговування в контексті готельно-ресторанної сфери.

**Таблиця 3**

Традиційне та філософське бачення обслуговування

| Підхід               | Основна мета       | Характерні риси         | Приклад у готельно-ресторанній сфері |
|----------------------|--------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| Традиційне розуміння | Виконання функцій, | Технічність, швидкість, | Швидке обслуговування в кафе         |

|                        | задоволення базових потреб клієнта                   | стандартизація                                    | fast-food                                                         |
|------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Філософське осмислення | Створення смислу взаємодії, визнання гідності Іншого | Етичність, комунікативність, культурна чутливість | Авторський сервіс у готелі, що враховує культурний контекст гостя |

Джерело: авторська розробка

Табл. 3 демонструє, що традиційне розуміння сервісу орієнтується на функціональність і стандартизацію, тоді як філософське осмислення розкриває гуманітарний вимір взаємодії, роблячи гостинність простором цінностей і смислів. Саме це відкриває нові перспективи для професійної освіти у сфері гостинності. Сучасні дослідження свідчать, що навчальні плани потребують постійного оновлення, адже розрив між академічною підготовкою й вимогами індустрії залишається значним: здобувачі освіти недостатньо розвивають практичні навички, soft skills і лідерські компетентності, а також рідко обирають гуманітарні дисципліни, які формували б етичне мислення [27, р. 141]. Перспективним інструментом є Project Based Learning, що апелює до аристотелівської традиції «розуміння через дію» та дає змогу поєднувати теорію з практичними кейсами реального бізнесу [28, р. 615]. Не менш важливою є інтеграція етичних курсів: хоча викладачі визнають користь бізнес-етики, у багатьох освітніх програмах вона досі залишається маргінальною, тоді як системне викладання філософії та етики істотно підвищує рівень професійної доброчесності майбутніх працівників галузі [8, р. 29]. Напрями впровадження історико-філософського підходу до підготовки фахівців у сфері гостинності наведено в табл. 4.

**Таблиця 4**

Формування фахових компетентностей у сфері гостинності з урахуванням філософського виміру

| Компетентності         | Зміст                 | Практична реалізація  |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Hard skills (технічні) | Опанування технологій | Управління готельними |

|                                            |                                                                    |                                                                                                |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| компетентності)                            | обслуговування,<br>менеджменту, безпеки,<br>фінансового обліку     | системами, контроль якості,<br>планування ресурсів                                             |
| Soft skills<br>(міжособистісні<br>навички) | Комунікація, лідерство,<br>емоційний інтелект,<br>креативність     | Урегулювання конфліктів,<br>командна робота, кроскультурне<br>спілкування                      |
| Гуманітарні<br>компетентності              | Етичне мислення, філософія<br>гостинності, культурна<br>чутливість | Курс «Філософія гостинності»,<br>кейс-стаді з етики сервісу, аналіз<br>мультимедійних ситуацій |

Джерело: авторська розробка

Отже, історико-філософський аналіз гостинності безпосередньо збагачує освітні програми готельно-ресторанної справи, оскільки дає змогу інтегрувати в освітній процес не лише технічні й комунікативні навички, а й гуманітарний складник, що формує здатність діяти етично, мислити ціннісно та працювати в мультикультурному середовищі. Саме ці програмні результати забезпечують перехід від утилітарного до філософського бачення сервісу й закладають основу якісної професійної підготовки.

**Висновки.** Дослідження показало, що культура обслуговування є не лише сферою практичної діяльності, а глибоким гуманітарним феноменом із виразними філософськими джерелами. Від античного *ξενία* та римського *hospitium*, через християнську етику служіння та милосердя, до просвітницької культури ввічливості й кантівського імперативу простежується еволюція уявлень про гостинність, яка формувала морально-ціннісні основи європейської цивілізації. Сучасність поглибила ці традиції, інтегрувавши у сферу сервісу нові етичні підходи: відповідальність перед Іншим, критичне осмислення нестабільності гостинності та врахування мультикультурних вимірів глобалізованого світу.

Здійснений аналіз дав змогу окреслити безперервність філософської традиції гостинності та показати, що сучасна культура обслуговування ґрунтується на поєднанні етичного, естетичного, комунікативного, соціального та антропологічного вимірів. Порівняння утилітарного й



гуманітарного бачення сервісу підтвердило, що саме перехід до ціннісно орієнтованої парадигми забезпечує підвищення якості обслуговування та формування нових стандартів клієнтоорієнтованості в готельно-ресторанному бізнесі.

Практична цінність дослідження полягає в інтеграції його результатів у підготовку фахівців готельно-ресторанної справи. Викладання дисциплін, спрямованих на розвиток етичного мислення, культури комунікації та гуманітарного складника професійних компетентностей, формує здатність діяти в мультикультурному середовищі, ухвалювати відповідальні рішення й сприймати сервіс як простір смислів, а не лише як набір технологічних процедур.

Отже, осмислення філософських джерел культури обслуговування формує підґрунтя для ціннісно орієнтованого, інклюзивного та гуманістичного підходу до професійної діяльності у сфері гостинності.

### Список використаних джерел

1. Tresidder R. Experiences Marketing: A cultural philosophy for contemporary hospitality marketing studies. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2015. Vol. 24, № 7. P. 708–726. DOI: <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.945224>.
2. Islam M. S. Philosophical foundations of hospitality ethics: Socratic, Platonic, and Aristotelian perspectives. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.1111/beer.12810>.
3. Guia J., Jamal T. An affective and posthumanist cosmopolitan hospitality. *Annals of Tourism Research*. 2023. Vol. 100. Art. 103569. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103569>.
4. Ásgeirsson M. H., Gudlaugsson T., Jóhannesson G. T. State and order of service orientation knowledge in hospitality and tourism research: systematic

literature review. *Administrative Sciences*. 2022. Vol. 12, № 3. Art. 107. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci12030107>.

5. Oliveras-Villanueva M., Llach J., Perramon J. Service quality in hospitality and the sustainability effect: systematic literature review and future research agenda. *Sustainability*. 2020. Vol. 12, № 19. Art. 8152. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12198152>.

6. Vovk I., Vovk Y. Sustainable personnel management in the hospitality industry: Enhancing organizational performance through employee engagement and commitment. *Economics, Management and Sustainability*. 2024. Vol. 9, № 2. P. 44–58. DOI: <https://doi.org/10.14254/jems.2024.9-2.4>.

7. Dorasamy N., Balkaran R. Inculcating a service culture among hospitality management students through work integrated learning (WIL): A case study of Durban university of technology. *Corporate Ownership & Control*. 2011. Vol. 8, № 3–4. P. 479–486. DOI: <https://doi.org/10.22495/cocv8i3c4p5>.

8. Yeh R., Martin L. J., Moreo P. J., Ryan B., Perry K. M. Hospitality educators' perceptions of ethics education and the implications for hospitality educators, practitioners, and students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. 2005. Vol. 17, № 2. P. 25–35. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10963758.2005.10696822>.

9. Zavarika H., Zelenko O. Analysis of hospitality sphere competitiveness in ukraine on the basis of social dialogue. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 2024. Vol. 14, № 1. P. 99–111. DOI: <https://doi.org/10.2478/ejthr-2024-0007>.

10. Honchar L., Pletsan Kh., Komarnitskyi I., Pylypiv V., Bratitsel M., Krasovskyi S. Rebuilding Ukraine: socio-cultural strategies for developing the hospitality industry in the post-war era. *OIDA International Journal of Sustainable Development*. 2025. Vol. 18, № 8. P. 39–50. URL: <https://ssrn.com/abstract=5242306> (дата звернення: 01.07.2025).

11. Papanikos G. T. Philoxenia and xenophobia in ancient greece. *Athens Journal of Mediterranean Studies*. 2020. Vol. 6, № 3. P. 237–246. DOI: <https://doi.org/10.30958/ajms.6-3-4>.
12. Johnston P. «All strangers and beggars are from zeus»: early greek views of hospitality. *Pacific Journal*. 2018. Vol. 13. P. 103-113. URL: <https://fpusolarworks.fresno.edu/server/api/core/bitstreams/a443ca15-8df8-4a26-b2ff-59308fa2e5fe/content> (дата звернення: 01.07.2025).
13. Urban A. What pains are fated to fill your cup: the role of food, drink, and xenia in the homeric epics. *Scholars' Day Review*. 2013. Vol. 1. URL: <https://dspace.sunyconnect.suny.edu/server/api/core/bitstreams/2bb0efcf-e446-448e-b230-e4efff79b69b/content> (дата звернення: 01.07.2025).
14. Belfiore E. Xenia in sophocles' philoctetes. *The Classical Journal*. 1993. Vol. 89, № 2. P. 113–129. URL: <http://www.jstor.org/stable/3297661> (дата звернення: 01.07.2025).
15. Gilbert N., Graver M., McConnell S. Cicero the philosopher at work: the genesis and execution of de Officiis 3. Power and persuasion in cicero's philosophy. Cambridge: Cambridge University Press, 2023. P. 97–116. DOI: 10.1017/9781009170352.007
16. Goldin O. Ciceronian business ethics. Studies in the history of ethics. URL: [https://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1768&context=phil\\_fac](https://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1768&context=phil_fac) (дата звернення: 01.07.2025).
17. Біблія. Євангеліє від Матвія 25:35–40. URL: <https://www.biblegateway.com/passage/?search=Від%20Матвія%2025%3A35-40&version=UKR> (дата звернення: 01.07.2025).
18. O'Gorman K. D. The origins of hospitality and tourism. Oxford: Goodfellow Publishers, 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.23912/978-1-906884-08-6-990>.

19. Russell J. C. Late ancient and medieval population. *Transactions of the American Philosophical Society*. 1958. Vol. 48, № 3. P. 1–152. DOI: <https://doi.org/10.2307/1005708>.
20. The editors of encyclopaedia Britannica. Courtesy literature. Encyclopaedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/art/courtesy-literature> (дата звернення: 01.07.2025).
21. Lyon K. Etiquette in early modern England (part 1). *Shakespeare & Beyond Blog. Folger Shakespeare Library*. 2017. URL: <https://www.folger.edu/blogs/shakespeare-and-beyond/renaissance-manners-etiquette-early-modern-england/> (дата звернення: 01.07.2025).
22. Jucker A. H. The Eighteenth century: the age of politeness. In: *Politeness in the History of English*. Cambridge University Press, 2020. P. 117–134. DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108589147.008>.
23. Kant's moral philosophy. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/kant-moral/> (дата звернення: 01.07.2025).
24. Emmanuel Levinas. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. URL: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2011/entries/levinas/> (дата звернення: 01.07.2025).
25. Cochran E. A. Stoicism and Christian ethics. St Andrews Encyclopaedia of theology / ed. by B. N. Wolfe et al. University of St Andrews, 2022. URL: <https://www.saet.ac.uk/Christianity/StoicismandChristianEthics> (дата звернення: 01.07.2025).
26. Mercan S., Akkaya K., Cain L., Thomas J. Security, privacy and ethical concerns of IoT implementations in hospitality domain. *arXiv preprint*. 2020. arXiv:2009.10187 [cs.NI]. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2009.10187>.
27. Fei A., Chen J., Lee W., Xin K., Behnke C., Gordon S. Designing hospitality curriculum for the future: a comprehensive assessment of an undergraduate program in the United States. *Journal of Hospitality &*

*Tourism Education*. 2025. Vol. 37, № 2. P. 138–153. DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2025.2453736>.

28. Arifah K. Q. N., Wiratmoko G. A., Fauziati E., Maryadi. Project based learning in hospitality education: Aristotle's realism perspective in educational philosophy. *International Journal of Educational Research Excellence (IJERE)*. 2023. Vol. 2, № 2. P. 613–618. DOI: <https://doi.org/10.55299/ijere.v2i2.695>.