

особливості, розрахувати показники захворюваності від дії на організм людини пилку *Alnus*, *Corylus*, *Betula* на прикладі жителів міста й розробити рекомендації щодо зменшення цього впливу.

У результаті дослідження нами вивчено систематичну структуру деревних рослин аероалергенів урбофлори Чернігова, яка налічує 37 видів, 13 родів, з 10 родин та 2 відділів (рис. 1).



Рис. 1. Систематична структура деревних рослин аероалергенів урбофлори Чернігова

З'ясовано еколого-біологічні особливості вітрозапильних деревних рослин аероалергенів. Досліджено залежності впливу пилку деревних рослин *Betula*, *Alnus*, *Corylus* в атмосферному повітрі урбосередовища Чернігова на поширення алергічних захворювань за період 2019-2021 рр. Нами було розраховано показники щодо утворення пилку на 3-х модельній ділянці в рамках лісопарку «Кордівка» де на природних ділянках біля р. Стрижень зростає *Alnus glutinosa* утворюється найбільша кількість пилку, але там розміщений поруч дитячий майданчик та лавочки для відпочинку.

У результаті дослідження розраховано, що кількість пилку з одного суцвіття берези становить ~ 5,5 млн. штук, отже з 1 дерева утворюється ~40,7 млн. штук. Вільхи клейкої – 452 особин (на низах, біля берегів частини р.Десна, Стрижень, Білоус), а загальна кількість пилку становить ~41,2 млн. штук, а кількість пилку становить ~1,4 млн. штук. Розроблено рекомендації щодо зменшення впливу пилку деревних рослин аероалергенів на населення. Створено календар цвітіння вітрозапильних деревних рослин аероалергенів для м. Чернігова та розроблено проєкт саду для людей – алергіків, який налічує 3 види деревних рослин, 7 видів квітково-декоративних трав'янистих рослин.

Касьянова Є.Р., студентка 2 курсу,

Науковий керівник: Алешугіна Н.О., к.е.н., доц..

Національний університет «Чернігівська політехніка», aleshugina@ukr.net

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВИБІР ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СПОЖИВАЧЕМ

У нинішніх досить жорстких умовах ведення ресторанного бізнесу, підприємці повинні чітко розуміти, у чому їхні конкурентні переваги, чим можна викликати зацікавлення споживача. Ресторанне господарство має значну кількість параметрів, що є важливими у визначенні рівня конкурентоспроможності того чи іншого підприємства. Що стосується споживача, то він обирає заклад, виходячи з певних критеріїв.

Пріоритетним фактором, що визначає вибір ресторанного закладу споживачем, є якість та обслуговування [1]. Дійсно, споживач ресторанних послуг ніколи не обере заклад с поганим сервісом, а зовнішній вигляд та інтер'єр при цьому відходять на другий план. Якісний сервіс

передбачає постійне підвищення кваліфікації працівників та мотивацію компетентних у своїй справі професіоналів.

Асортимент продукції та широта послуг є досить важливими складовими у наданні споживачем пріоритету певному закладу ресторанного господарства [1]. Окрім гарного сервісу, підприємство повинно пропонувати та зацікавлювати. Широкий вибір та його оновлення приваблює та змушує обирати саме цей заклад.

Наступним, не менш важливим фактором, є ціна [1]. Управління закладом ресторанного харчування повинно включати в себе постійний аналіз середнього чеку споживачів та розробку спеціальних пропозицій. Наприклад, певна система знижок, що викликає зацікавленість, або отримання приємних бонусів для гостей.

Другорядним, але теж значущим фактором вибору є зовнішній вигляд, що формує сприйняття закладу споживачем. Атмосфера пропонує емоції, приємні спогади та гарну обстановку, внаслідок чого у закладу з'являються постійні гості. Не зайвою є розробка та дотримання єдиної концепції закладом. [1].

В нинішній час актуалізувалася вимога щодо безпеки надання послуг закладом ресторанного господарства. По-перше, це дотримання закладом санітарних норм і правил. По-друге, - забезпечення безпечної взаємодії в умовах пандемії. У зв'язку з цим, а також браком часу постійно зростає кількість споживачів, що прагнуть звести до мінімуму контакти та обирають дистанційне замовлення страв, розрахунок і навіть обслуговування. [2,3].

Отже, знаючи, на що у першу чергу звертає увагу гість, ресторатор може здійснювати цільовий менеджмент і пропонувати нові рішення, які допоможуть у боротьбі за споживача.

Перелік посилань

1. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>
2. Формування моделі PEST-факторів підприємств ресторанного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_2/33.pdf
3. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kursak.com/suchasnyj-stan-ta-tendentsiji-rozvytku-restorannoho-hospodarstva/>

Пристрельська О. О., здобувачка вищої освіти

Науковий керівник: Карпова І. Г., к. пед. н., доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», irina.karpova.1962@ukr.net

РОЛЬ ІСТОРИЧНОЇ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

Розбудова будь-якої держави супроводжується процесом формування та розвитку національної свідомості громадян. Бо саме громадяни з високою національною свідомістю здатні побудувати суспільство, в основу якого були б закладені та постійно втілювалися демократія, толерантність та повага. Якраз такого суспільства потребує й Україна.

Приділяли особливу увагу вивченню цього питання такі науковці як В. Мисан, Г. Ващенко, Г. Михайлишин, Є. Зелінська, К. Баханов, Л. Кулішенко, М. Боришевський, М. Стельмахович, О. Кириченко, О. Пометун, О. Удод, О. Ющишин, П. Вербицька, П. Кононенко, С. Русова, Ю. Руденко, та інші. Хоча і сьогодні ця проблема є актуальною та потребує ширшого дослідження.

Національна свідомість являє собою «сукупність соціальних, економічних, політичних, моральних, етичних, філософських, релігійних поглядів, норм поведінки, звичаїв і традицій, ціннісних орієнтацій та ідеалів, в яких виявляються особливості життєдіяльності націй та