

2020



СЕРІЯ
«ШКІЛЬНА БІБЛІОТЕКА»

7

ОСНОВИ СПОЖИВЧИХ ЗНАНЬ

Обираємо культуру здорового споживання



Основи споживчих знань. Обираємо культуру здорового споживання



Серія «Шкільна бібліотека»

**Основи споживчих знань.
Обираємо культуру здорового
споживання**

Посібник серії «Шкільна бібліотека»
для 7 класу закладів загальної середньої освіти

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

Тернопіль
Астон
2020

УДК 366(072)

О 75

Авторський колектив:
Лілія Криховець-Хом'як, Оксана Сампара,
Любов Чарторинська, Ігор Миколів

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
(лист Міністерства освіти і науки України від 13. 10. 2020 № 1/11-7022)

Видано за рахунок державних коштів.
Продаж заборонено.

Криховець-Хом'як Л. Я. та ін.

О 75 Основи споживчих знань. Обираємо культуру здорового споживання : посібник серії «Шкільна бібліотека» для 7 класу закладів загальної середньої освіти / Л. Я. Криховець-Хом'як, О. В. Сампара, Л. І. Чарторинська, І. М. Миколів. — Тернопіль : Астон, 2020. — 144 с. : іл.

ISBN 978-966-308-804-4

Головною рисою сучасної цивілізації є масове споживацтво, яке має згубні наслідки для здоров'я людини та збереження природи. У посібнику запропоновано шляхи, як зменшити його. У ньому викладено основи споживчих знань. Прочитавши посібник, ви ознайомитеся із цікавими фактами про виникнення споживчих рухів, про вичерпність доступних на сьогодні ресурсів; зумієте зобразити портрет сучасного споживача; пізнаєте, які існують джерела необхідної для споживача інформації; дізнаєтеся про «шкідливу» чистоту, про критерії вибору харчових продуктів; приєднаєтеся до культури zero waste; осилите правовий портфель споживача тощо.

Для учнів 7 класу, вчителів курсу «Основи споживчих знань».

УДК 366(072)

ISBN 978-966-08-804-4

© Криховець-Хом'як Л. Я., Сампара О. В.,
Чарторинська Л. І., Миколів І. М., 2020
© ТЗОВ «Видавництво Астон», 2020

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО.....	4
У ЧОМУ СУТЬ? КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ.....	5
РУХАЙТЕСЯ ДАЛІ. ВИНИКНЕННЯ СПОЖИВЧИХ РУХІВ.....	14
ВИ МОЛОТОК ЧИ ЦВЯХ? ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО СПОЖИВАЧА	20
ЕТИКА, ЕТИКЕТ ЧИ ЕТИКЕТКА? ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	28
ВИБИРАЄТЕ ВИ ЧИ ВАС? РЕКЛАМА, МАНІПУЛЯЦІЇ	41
НА РІВНІ ОЧЕЙ: ЯК ЗМУШУЮТЬ НАС КУПУВАТИ НЕПОТРІБНЕ.....	48
СМАЧНО? КОРИСНО? ЧИ ЯК? ХАРЧОВІ ДОБАВКИ, КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	60
ШКІДЛИВА ЧИСТОТА. АЛЬТЕРНАТИВА ВИБОРУ	69
ВСЬОГО ВДОСТАЛЬ? СТИЛЬ ЖИТТЯ, ДОСТУПНІ РЕСУРСИ.....	79
ВІРТУАЛЬНО ЧИ РЕАЛЬНО: У ПОШУКАХ ІСТИНИ ГРОШЕЙ.....	85
ВАЖЛИВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ ЧИ ФЕНОМЕН ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	97
ПРИЄДНУЙТЕСЯ ДО КУЛЬТУРИ ZERO WASTE.....	108
ПРАВОВИЙ ПОРТФЕЛЬ. А ЩО ТАМ?.....	117
ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ: ВЧІТЬСЯ ЖИТИ, ОБИРАЮЧИ КУЛЬТУРУ ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ	125
ДОДАТКИ	134
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА	141

ВСТУПНЕ СЛОВО

Ти знаєш, що ти — людина?

Ти знаєш про це чи ні?

Відомі рядки вірша Василя Симоненка спрямовані до кожного з минулого у прийдешнє. І до вас, семикласники, теж. Адже від вашого вибору, ваших дій залежить якість життя.

Головною рисою сучасної цивілізації є масове споживацтво, яке має згубні наслідки для здоров'я людини та збереження природи. Щоб зменшити ці небезпечні процеси, ми створили посібник «Основи споживчих знань. Обираємо культуру здорового споживання». У ньому ви ознайомитеся із цікавими фактами про виникнення споживчих рухів, про вичерпність доступних на сьогодні ресурсів; зумієте зобразити портрет сучасного споживача; пізнаєте, які існують джерела необхідної для споживача інформації; дізнаєтеся про «шкідливу» чистоту, про критерії вибору харчових продуктів; приєднаєтеся до культури zero waste; осилите правовий портфель споживача тощо.

У рубриках «Мініпрактикум», «Батл розумників», «Експрес-лабораторія», «Банк ідей» та «Кулінарний конструктор» розміщено ряд ситуаційних та практичних завдань, вправління в яких розвиватимуть у вас екологічну свідомість, спонукають відмовлятися від культури споживацтва, формуватимуть уміння обирати корисні товари для себе і довкілля та якісні продукти для приготування страв і напоїв, які лежать в основі раціонального харчування та здорового способу життя. Страви і напої, рецепти яких запропоновані вам у рубриці «Кулінарний конструктор», прості у приготуванні й популярні серед молоді. Тож, за бажанням, приготуйте їх удома, почастуйте ними рідних і близьких.

Реальність починається з вас! Ми допоможемо вам сформувати екологічну свідомість, щоб ви зуміли стати споживачем, який сформує оптимальні взаємовідносини людини з довкіллям.

*З повагою до вас і вірою у вашу розсудливість —
автори.*

У ЧОМУ СУТЬ? КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ



Сьогодні все частіше перед свідомими споживачами постає питання вибору: купувати чи ні товар, який зручний для людини, але шкідливий для довкілля? А виникло воно після одного винаходу...

Комівояжер Кінг, який проживав у Балтіморі (США), багато років їздив по всій країні, торгуючи найрізноманітнішими товарами. Прагнучи стати заможним, він, працюючи на свого боса, паралельно винайшов оригінальний механізм із поршня і втулки для водопровідного крана, кілька типів електричних провідників, новий вентиль з м'якої гуми. Все це були корисні в побуті речі, проте отримані Кінгом патенти великих грошей йому як винахіднику не принесли. Комівояжеру бракувало часу і коштів, щоб самому займатися просуванням своїх новинок, тому фінансову вигоду від них зазвичай отримували інші. Тож він хотів створити такий винахід, який відразу зробив би прорив на ринку, а його — мільйонером.

Напряму пошукам Кінга задав його бос Вільям Пейнтер, власник компанії Crown Cork & Seal. Він теж був автором винаходу — пробки для закупорювання пляшки (Crown Cork), — ніби й дрібниці, яка, проте, має попит і сьогодні. Спостерігаючи, як його торговий агент увесь час марно намагається щось винайти, Пейнтер порадив Кінгу придумати щось таке ж практичне, дешеве, одноразове, як і його пробка.

І Кінга таки осяяло. Одного разу, виконуючи вранішні гігієнічні процедури, комівояжер виявив, що його бритва для гоління у черговий раз затупилася. Потрібно було знову нести її до точильника, витрачаючи на це час і гроші. А чому б не придумати економніший спосіб утримання леза і самому йому збільшити термін експлуатації? А, може, піти ще далі — перейти до змінних дешевих лез?

Так народилась ідея змінного, заточеного з двох сторін леза, а також Т-подібної дешевої ручки із затискачами. «Я стояв, стиснувши бритву в руці,

— писав пізніше Кінг Кемп, — і раптом абсолютно виразно уявив собі майбутній станок Gillette!»

Торговий агент Кінг — це Кінг Кемп Жилетт, який заснував лише напередодні свого п'ятдесятиріччя власний бізнес, що так швидко зробив його мільйонером. Він довів: великі гроші можна заробити на дрібницях — побутових предметах, які коштують дешево, але використовуються повсякденно; на що покупцеві не шкода буде викинути гроші, щоб тут же попрямувати в магазин за наступною покупкою.

Таким чином, винахід Кінга Кемп Жилетта став початком індустрії одноразових товарів: посуду, підгузників, серветок тощо.

Сьогодні одноразовість — це пріоритетна характеристика сучасного стилю життя, культури споживача. Промисловість все частіше орієнтується на випуск одноразових товарів (на кшталт одноразових пакетиків з чаєм, кавою чи шампунем, одноразового посуду, серветок, підгузників тощо).

Ми нерідко купуємо одноразові речі, бо це зручно і навіть модно, водночас не задумуючись над наслідками екології довкілля.

Зокрема, сьогодні пластикове сміття можна знайти всюди — на землі, в морі й навіть глибоко на дні океану. За невтішними прогнозами, через 35 років в океанах на 2 т риби припадатиме 1 т пластику. Причина цього — відсутність можливості переробляти цей вид відходів. В океані пластик перетворюється на мікрочастинки, які з'їдають риби та інші морські тварини. А разом із морепродуктами і рибою пластик потрапляє до нашого організму. У Світовому океані є п'ять плавучих сміттєзвалищ з пластмаси, 80 відсотків вмісту цих величезних шарів пластикового сміття — це одноразові речі: пакети, пляшки, трубочки, посуд тощо.

Отож, чи обирати одноразові товари, залежить від нас самих. Купляючи їх, ми, споживачі, «голосуємо» грошима за те, що нам подобаються такі товари, і ми готові їх купляти, таким чином надалі спонукаємо компанії виробляти одноразові речі.

Хто ж такий споживач? З економічної точки зору, споживач — це фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб. Процес споживання передбачає отримання та використання продукту в процесі задоволення потреб.

В умовах глобалізації економіки підприємства, що прагнуть досягти конкурентної переваги, постають перед необхідністю враховувати поведінку споживача. Знання про те, як споживачі обирають товари серед низки аналогів, дають можливість виробнику пристосуватися, сформувати чи управляти їх поведінкою.

Нормативною базою для споживачів в Україні є Закон України «Про захист прав споживачів». Згідно статті 1: «Споживач — фізична особа, яка купляє, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника».

Найперше, чим керується споживач при прийнятті рішень про купівлю, це потреби.

Потреба — це необхідність у певних речах, бажання володіти ними. Потреби умовно можна розділити на дві категорії — першочергові та другорядні. Їх також поділяють: за об'єктом — на матеріальні (в їжі, одязі, житлі, предметах побуту) і нематеріальні (в освіті, у відпочинку тощо); за суб'єктом — на індивідуальні, колективні, суспільні тощо.

Як ви, мабуть, вже знаєте, А. Маслоу класифікує потреби таким чином: фізіологічні, потреби безпеки, соціальні, поваги і самореалізації.

Все, що задовольняє потреби, складає сутність благ. Блага в свою чергу поділяють на економічні і дарові (неекономічні, які ми отримуємо безкоштовно, наприклад повітря, гриби та ягоди, збираючи їх у лісі, та ін.). Економічні блага поділяють на товари та послуги.

Товар — це матеріальний продукт праці, призначений для купівлі-продажу.

Послуга — це дія, результат якої споживається в процесі її виконання. Послугою також називають діяльність з надання певного матеріального чи нематеріального блага іншій особі, що здійснюється для задоволення її особистих потреб.

Зазвичай пересічний споживач, обираючи товари і послуги, керується своїми потребами, ціною товару (послуги) та якістю товару. Його поведінка спрямована на придбання, споживання і розпорядження благами, включаючи процеси прийняття рішень. У визначення поведінки споживачів включені три базові види дій: придбання, споживання, відчуження.

Придбання — дії купівлі, включаючи покупку або замовлення продукту. Деякі з дій включають: пошук інформації про особливості продукту, вибір, оцінку альтернативних продуктів або марок і власне покупку.

Споживання — як, де і коли споживачі використовують товари.

Відчуження — те, як споживачі позбуваються товару й пакування.

Науковці досліджують поведінку споживачів з екологічних позицій: як вони позбуваються пакування/залишків товару, чи можуть товари біологічно

розкладатися або бути піддані переробці? Можливо, споживачі захочуть продовжити життя деяких товарів як жертви благодійним магазинам, або продавши через інтернет?

Розрізняють позитивну та негативну поведінку споживачів.

Позитивна поведінка (схвалення) — це здійснення вибору певного товару та його купівля.

Негативна поведінка є прихованою від продавця товару й полягає в ухиленні споживача від купівлі й споживання.

Різновидами такої поведінки є: стриманість (відмова від споживання з певних причин (пошук товару кращої якості, бажання задовольнити більш актуальні потреби тощо)); терпіння (непридбання товару через неспроможність це зробити (відсутність коштів, дефіцит товару)).

Відомо, що у процесі купівлі великий вплив на споживачів здійснюють культурні та соціальні фактори. Серед факторів культурного рівня найбільший вплив здійснюють наші потреби, переконання, установки, ціннісні орієнтації, переваги та очікування. Поведінка споживача визначається факторами соціального порядку, до яких належать сім'я, однокласники, друзі, які часто впливають на наш вибір товарів та процес прийняття рішення про покупку, таким чином формують культуру споживання.

Незважаючи на різноманітні зовнішні впливи на наш вибір товарів, ми повинні пам'ятати, що відповідальність за вибір і купівлю того чи іншого товару залежить все-таки від нас, від нашої усвідомленої необхідності в його купівлі.

Ми всі хочемо жити в якісному світі. Але ми маємо зрозуміти, що світ навколо залежить від вибору кожного з нас. Власне вибір нами товарів формує в нас культуру споживача.

Щоб робити раціональний вибір для себе і навколишнього середовища, потрібні певні знання, тобто відповідна освіта. Недарма в Європейському Союзі необхідність споживчої освіти усвідомили ще в 1971 році, коли була прийнята резолюція Ради Європи «Про освіту споживача у школі».

Україна теж крокує в цьому напрямку. Так, у нашій державі схвалена Концепція державної політики у сфері захисту прав споживачів, тому споживча освіта стає дедалі актуальнішою. Ми маємо в собі формувати культуру здорового споживання — стати людиною екофрендлі. Зараз часто зустрічається термін «екофрендлі» у щоденних розмовах, назвах магазинів



чи кафе. Він означає бути дружелюбним до навколишнього середовища і не шкодити йому. Щоб це зробити, варто для початку сформувати в собі звички, які будуть позитивно впливати на нас і планету загалом. Такі звички ґрунтуються на основі принципів етичного споживання.

Хоч специфіка споживання в кожній країні обумовлюється культурними особливостями, релігійними принципами, економічним становищем, проте можна виокремити універсальні принципи етичного споживання, а саме:

1. Принцип дбайливого ставлення до довкілля. Відомо, що процес споживання призводить до вичерпання природних ресурсів. Тому реальними проявами дотримання цього принципу є звички: сортувати відходи споживання, економно ставитися до ресурсів, уникати надмірного споживання товарів і послуг, відмовитися від продукції, яка містить особливо шкідливі для довкілля речовини.

2. Принцип дотримання прав людини. Сюди належить дотримання прав робітників на підприємствах, що виготовляють продукцію. Ще одним проявом цього принципу є дотримання прав дітей. Такі економічно бідні країни, як Бангладеш, Гватемала та інші, характеризуються активним використанням праці дітей, при цьому умови, в яких працюють останні, є неприйнятними. А споживачі економічно розвинених країн рідко задумуються над тим, якою ціною створюється продукція, призначена для них.

3. Принцип милосердного ставлення до тварин. Сьогодні більшість західних споживачів цікавиться тим, чи при створенні товару, який вони купують, не проводилось експериментів над тваринами. Вітчизняні покупці поки що не переймаються цим питанням. Відбувається це не через природну байдужість чи жорстокість, а, швидше, через незнання і, відповідно, низьку культуру споживання в цілому.

4. Принцип підтримки вітчизняного товаровиробника. Принцип є найбільш суперечливим, оскільки, на думку багатьох експертів, основним критерієм вибору продукції є її якість, а не патріотичні почуття. Проте в кризові періоди розвитку держави підтримка вітчизняної економіки стає моральним обов'язком споживача. На сьогодні в Україні спостерігається прояв так званого патріотичного споживання, коли суспільство прагне підтримати національних виробників.

5. Принцип доброзичливого ставлення до інших споживачів. Сюди належить етична поведінка під час здійснення покупки, уникнення демонстрації власної зверхності завдяки володінню предметами розкоші чи дорогими речами, дбайливе ставлення до продукції, яку можуть купити інші.

Вказаний перелік принципів етичної культури споживання не є вичерпним, але охоплює основні сфери людських відносин з навколишнім світом.

Отож, вже сьогодні формуйте в собі екозвички. Як їх використовувати у сфері споживання? Дуже просто. Виберіть, що зможете робити вже зараз, і починайте практикувати.



СТІКЕР СЛІВ

Еколайфстайл — стиль життя, що передбачає споживання благ з використанням корисних екозвичок.

Екофрендлі — означає бути дружелюбним до навколишнього середовища і не шкодити йому.

Комівояжёр — збутовий посередник, роз'їзний агент торгової організації, що пропонує покупцям товари за зразками та каталогами.

Лайфхак — сукупність прийомів і методик, які спрощують процес досягнення цілей у роботі чи побуті.

Споживання — процес отримання та використання продукту в процесі задоволення потреб.

Споживач — фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. Ознайомившись із основними принципами етичної культури споживання, запишіть у зошиті звички, які зможете розвивати в собі, обираючи культуру здорового споживання.

Завдання 2. Проведіть мінідослідження у формі інтерв'ю серед друзів-ровесників і дорослих, наприклад батьків, запитавши у них: «Для чого нам, громадянам, потрібні споживчі знання у повсякденному житті?»

Результати опитування оформте у зошиті у форматі практичної роботи «Для чого потрібна споживча освіта?» Зробіть висновки про необхідність споживчої освіти в умовах сьогодення.

Завдання 3. Складіть вільний вірш з п'яти рядків до терміна «споживач». Метод «сенкан», який для цього використовують, відтворює інформацію та коротко описує тему.

З його допомогою ви вчитесь критично мислити, помірковано використовувати поняття і висловлювати своє ставлення до проблеми.

«Сенкан» — японський вірш з п'яти строф, який складають за такими правилами (у нашому випадку — до терміна «споживач»).

1. Перший рядок містить слово, що позначає тему (іменник) до терміна «споживач».

2. Другий рядок — це опис теми та складається з двох слів (прикметників) до терміна «споживач».

3. Третій рядок виражає дію, пов'язану з темою, і складається з трьох слів (дієслів) до терміна «споживач».

4. Четвертий рядок — це фраза, яка складається з чотирьох слів, що виражають особисте ставлення до теми «споживач».

5. П'ятий рядок — одне слово-синонім, яке передає сутність теми.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ



Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Дотримуємося принципу дбайливого ставлення до довкілля.

Лайфхак: як прожити 104 дні без поліетилену

«Зимового ранку 15 лютого 2015 року у домогосподарки Маріанни запах свіжозвареної кави заповнив оселю. Але господиня зазирнула до смітника у кухні і відчула неприємний запах. Якщо в пусте відро покласти дві 1,5-літрові порожні пляшки, лушпиння від цибулі та картоплі, то сморід нюхати ви приречені...

«З цим потрібно щось робити. Це ненормально. Але що?»

Саме в цьому тоді з'явилася шалена думка відмовитися від непотрібного сміття, щоб по два рази не ходити до вуличного смітника.

«Наприклад, від... чогось такого, щоб не складно... м-м-м... О! від поліетиленових пакетів і всілякого тонкого упакування. Якимось же ж наші бабусі без них обходилися».

«Але ж ти швидко передумаєш. Домовишся сама, що передумала, і буде як завжди», — сказав внутрішній голос.

«О! Тоді давай у фейсбуці буду про це писати!»

Так почався мій перший сміливий публічний проєкт. Мене можна назвати першою людиною в Україні, яка дуже голосно заговорила про шкоду

поліетиленових пакетів. І мене почули», — саме так описує свій досвід екоактивістка Маріанна Бойко.

Експерти зазначають, що щороку у світі виробляють 5 трильйонів пакетів (рис. 1), з них переробляють лише 1–3%.

Здається, якої шкоди може завдати звичайний тонкий пакет? Але факти річ уперта:

- 1) виробляється з невідновлювальних ресурсів;
- 2) період розпаду складає понад 100 років;
- 3) мікрочастинки поліетилену отруйні для рослин;
- 4) поліетиленові пакети є поширеною причиною загибелі морських тварин.

(Пригадаймо собі історію з мертвим китом, якого викинуло на берег Філіппін у березні 2019 року. У його шлунку виявили понад 40 кілограмів поліетиленового сміття, яке він прийняв за запахом як їжу).

Отже, як прожити 104 дні без поліетилену, ознайомтеся за QR-кодом.



Рис. 1. Знак заборони поліетиленових пакетів



БАНК ІДЕЙ

Запам'ятайте: слова з частиною ЕКО пишемо разом: екоблогери, екопродукти, екотуризм, екокультура, екозвичка, екторбинка, екокрамниця, екоактивісти тощо.

Як відомо, споживання у кожній країні обумовлюється культурними особливостями, релігійними принципами, економічним становищем тощо. Проте ми сьогодні говоримо про етичне споживання, складовими якого є екозвички, екоспоживання, екокультура. Власне усвідомлене розуміння сутності цих категорій мінімізує негативний вплив людини на навколишнє середовище і сприяє раціональному використанню та збереженню природних ресурсів.

Американський океанолог, екоактивіст Чарльз Мур — першовідкривач «великої тихоокеанської смітцевої плями, яку згодом назвали «сміттєвим супом» — вважає, що в цьому регіоні кружляють близько 100 млн тонн плавучого непотребу, серед якого переважають фільтри від цигарок, обгортки від їжі, пластикові і скляні пляшки, поліетиленові і паперові пакети, кришки, ковпачки, бляшані банки, одноразовий посуд (тарілки, склянки, ложки, виделки, ножі, соломинки)

та ін. Плавання крізь тонни побутових відходів перевернуло життя Мура. Він продав усі свої акції і на виручені гроші заснував екологічну організацію Algalita — фундацію морських досліджень (AMRF), яка стала займатися дослідженням екологічного стану Тихого океану.

Засновник AMRF застерігає: якщо споживачі не обмежать використання пластику, який не переробляється, то в найближчі 10 років площа поверхні «сміттевого супу» подвоїться і стане загрозувати не тільки Гаваєм, але і всім країнам Тихоокеанського регіону.

Які думки та ідеї викликає у вас історія «сміттевого супу»? Зазначте їх у своєму зошиті.

Пам'ятаймо: коли ми відмовляємося від одноразового пластикового пакування, щоб зменшити утворення відходів та супутнє забруднення ґрунтів, повітря і води, то поведимось екодружно та допомагаємо охороні природи.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Пластикова пляшка гниє у ґрунті 180 років, поліетиленовий пакет — на 20 років довше, а папір — у 100 разів швидше, ніж поліетилен (див. додаток А). За скільки років згниє папір у ґрунті?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Тістечко «Картоплинка»

Почнемо із солоденького. Приготуємо тістечко «Картоплинка», яке легке в приготуванні і нагадує нашим бабусям і дідусям тепло дитинства.

Інгредієнти:

- печиво — 800 г;
- згущене молоко — 1 банка (350 г);
- какао — 5 ч. л.;
- вершкове масло — 200 г.



Спосіб приготування:

Подрібніть дрібно печиво, змішавши його з іншими інгредієнтами, сформуєте кульки у формі картоплинок й обкачайте їх у какао.

Готовими тістечками рекомендуємо ласувати разом із гарячими напоями — чаєм чи какао.

РУХАЙТЕСЯ ДАЛІ. ВИНИКНЕННЯ СПОЖИВЧИХ РУХІВ



На сьогодні це маловідомий факт, але в США був свій «Запорожець».

Надмірно громіздкі (близько 5,5 м завдовжки) і важкі (більше 1,5 т) народні мастодонти комплектувалися багатолітровими 6-, 8-циліндровими двигунами і мали посередні експлуатаційні характеристики. При витраті палива на рівні 20 л/100 км вони мали «ватяні» гальма, через м'яку підвіску хилилися на поворотах і «безжально» ставилися до пасажирів при ДТП. Автовиробники не переймалися якістю і сервісом, вони на чільне місце ставили інше: щорічне оновлення моделей. І, природно, це спонукало споживача швидше позбутися «дорестайла» і купити найсвіжішу версію авто. Прогрес автомобілів понад півстоліття залежав лише від інженерів-конструкторів.

Але знайшовся адвокат, який видав книгу, що вплинула на якість, виробництво наших сучасних автомобілів. Подія, яка остаточно перервала гегемонію технарів у світі автомобільного бізнесу, відбулася в 1965-му році. Саме тоді юрист Ральф Нейдер нарешті знайшов видавця, який взявся опублікувати його багатосторінкову працю *Unsafe at Any Speed* («Небезпечний на будь-якій швидкості»).

У його публікації зазначалося, що автовиробники «женуться» за зовнішнім ефектом, не приділяючи уваги питанням безпеки. Мовляв, конструкція автомобіля настільки вторинна для виробників, що вони не заморочуються особливо ні роботою кермового механізму, ні гальмами, ні налаштуваннями підвіски, ні іншими факторами поліпшення керованості. Через що має місце висока аварійність і невиправдано тяжкі наслідки ДТП. На прикладі авто Chevrolet Corvair Ральф Нейдер показав нібито прагнення конструкторів GM заощадити на обладнанні ходової частини в збиток керованості машини.

Намагаючись дискредитувати Ральфа Нейдера в очах громадськості, керівництво компанії GM приставило до нього приватних детективів для пошуку компромату, намагаючись таким чином спровокувати на непорядні дії. Проте Нейдер виявив стеження і звернувся до влади із заявою про втручання в його приватне життя — скандал, що вибухнув у зв'язку з цим, зробив маловідомій спочатку книзі відмінну рекламу. Ральф відсудив у GM 425 тисяч доларів, частину яких направив на свою подальшу діяльність із захисту прав споживачів.

Загалом Рух захисту прав споживачів має тривалу історію. В різні історичні епохи суспільство робило спроби за допомогою держави регулювати якість і безпечність продуктів харчування, ліків тощо. Рух споживачів на захист своїх прав та інтересів (конс'юмеризм) зародився в США в період піднесення економіки у 30-х роках ХХ століття після кризи 1929 року, але в подальшому зупинився через події Другої світової війни.

І лише 15 березня 1962 року Президент Сполучених Штатів Америки Джон Кеннеді у своєму «Посланні до Конгресу» вперше на урядовому рівні офіційно окреслив права людини як споживача:

- на безпеку товарів та послуг;
- на інформацію;
- на вибір;
- бути вислуханим у суді, якщо першими трьома правами нехтують.

З 1986 р. 15 березня, згідно рішення ООН, у всьому світі відзначають як Всесвітній день прав споживача.

У 1973 р. XXV сесія Консультативної Асамблеї Євросоюзу ухвалила «Хартію захисту споживачів». У 1985 р. Генеральна Асамблея ООН затвердила «Керівні принципи захисту інтересів споживачів», які повинні використовуватися урядами країн світу при реалізації політики захисту інтересів споживачів.

Зазначені принципи спрямовані на:

- захист споживачів від недоброякісних товарів (робіт, послуг), які можуть завдати шкоди здоров'ю та безпеці;
- сприяння економічним інтересам споживачів та їх захист;
- ефективні процедури розгляду скарг споживачів;
- одержання достовірної інформації, необхідної для компетентного вибору товару (робіт, послуг);
- просвіту споживачів, свободу створювати споживчі організації, які захищають їх інтереси.

Названі документи лягли в основу правового механізму захисту споживачів в усьому світі.

Цікаво, що після розпаду СРСР в Україні одним з перших у 1991 р. був прийнятий Закон «Про захист прав споживачів». А ще в 1989 р. створено Українську Асоціацію споживачів (УАС) як незалежне громадське об'єднання споживачів України. УАС — це єдина на сьогодні організація споживачів у світі, яка виборола визнання важливості громадського руху споживачів на рівні Конституції.



СТІКЕР СЛІВ

Конс'юмер — споживач.

Конс'юмеризм — рух споживачів на захист своїх прав та інтересів.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. Проведіть мінідослідження, де у вашому регіоні є громадське об'єднання із захисту прав споживачів, запишіть у зошиті його адресу і контактні дані.

З'ясуйте контактні дані державного управління та державного інспектора у справах захисту прав споживачів у своєму регіоні і запишіть їх у зошиті.

Завдання 2. Під споживчим кошиком розуміють набір продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг, що задовольняють життєві потреби людини протягом одного року. За нижчеподаною таблицею 1 проаналізуйте в парі або в групах з однокласниками структуру споживчого кошика продуктів харчування українського школяра. Чи всі продукти є у вашому особистому раціоні харчування? Можливо, у вас є пропозиції щодо внесення змін у поданий споживчий кошик?

Таблиця 1

Структура споживчого кошика українського школяра

Назва продукту	кг	Назва продукту	кг
Хлібопродукти:		Бобові	0,8
<i>хліб пшеничний</i>	51,1	Крохмаль	1,1
<i>хліб житній</i>	28	Картопля	93,7
Борошно пшеничне	7,9	Овочі (в тому числі солоні, квашені):	
Макаронні вироби	4	<i>капуста</i>	21,9
Крупи:		<i>помідори</i>	21,9
<i>рисова</i>	1,8	<i>морква</i>	10,9
<i>манна</i>	1,2	<i>огірки</i>	8,7
<i>пшенична</i>	3,3	<i>буряк</i>	8,7
<i>гречана</i>	3,4	<i>цибуля</i>	7,9
<i>вівсяна</i>	0,9	<i>часник</i>	0,8
<i>інші (ячна, перлова)</i>	4,7	<i>інші сезонні овочі (кабачки, гарбуз)</i>	13

Продовження табл.1

Назва продукту	кг	Назва продукту	кг
Баштанні (кавуни, дині)	15,5	<i>сир твердий</i>	4,3
Фрукти:		<i>масло вершкове</i>	12,8
<i>яблука</i>	33,4	М'ясо та м'ясні продукти:	
<i>ягоди і виноград</i>	9,1	<i>яловичина</i>	20
<i>цитрусові та інші тропічні плоди</i>	6,1	<i>свинина</i>	12,7
<i>кісточкові (сливи, абрикоси)</i>	6,1	<i>птиця</i>	9,2
<i>груші</i>	5,5	<i>субпродукти</i>	9,1
Горіхи	0,6	<i>ковбаса варена, сосиски</i>	6,3
Соки фруктові-ягідні і овочеві	54,8	<i>ковбаса напівкопчена</i>	2,1
Сухофрукти	5,5	<i>балик м'ясний, шинка</i>	1,5
Цукор	23,1	<i>сало</i>	1,5
Мед	1,1	Риба та морепродукти:	
Кондитерські вироби	6,1	<i>риба</i>	14,6
Соняшникова олія	5,1	<i>оселедець, рибні продукти</i>	7,3
Яйця (штук)	365	Чай	0,1
Молоко і молочні продукти:		Какао	0,365
<i>молоко</i>	82,1	Дріжджі	0,365
<i>кисломолочні напої</i>	82,1	Сіль	3,3
<i>сир м'який</i>	20,7	Спеції (лавровий лист)	0,1
<i>сметана</i>	7,3		

Завдання 3. Здорове харчування починається з моменту придбання харчових продуктів, з вибору якісних та свіжих виробів. Обговоріть з однокласниками, як правильно здійснювати покупки і чи мають право споживачі повернути зіпсовані товари через неправильне їх пакування.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.





ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Перевіряємо якість меду

Мед — це один з продуктів підсолоджувачів, який є екопродуктом у багатьох культурах.

Цікавий факт: щоб зібрати 1 кг меду, бджоли пролітають на загал 40 000 км, що дорівнює довжині екватора. Цей солодкий нектар бджоли перетворюють у готовий продукт у стільниках. Створення меду — це особливе таїнство...

Перевіряємо якість меду йодом і оцтом. Цей спосіб оцінювання якості меду дуже ефективний у домашніх умовах, оскільки ви чітко бачите результат. Для перевірки необхідні:

- мед;
- прозора склянка;
- вода питна чиста (краще з пляшки);
- оцет;
- йод.



Для початку нагрійте воду, щоб вона була теплою, але не гарячою. Розмішайте в ній 2–3 ложки продукту. Змішайте мед у воді, поки грудочки не зникнуть. Повинна вийти однорідна рідина. Далі влийте кілька крапель йоду і почекайте.

Якщо нічого не змінилося — ви купили хороший і натуральний продукт. У меді немає таких речовин, які могли б відреагувати на йод, а, відповідно, колір медового розчину не повинен ніяк помінятися.

А якщо ви купили підробку, тоді розчин набуде синюватого відтінку. Значить, у продукт додавали крохмаль або борошно, щоб надати йому щільності та зробити важчим.

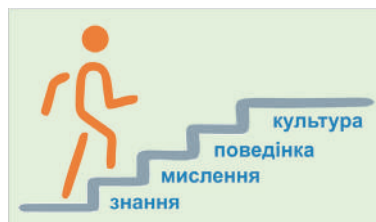
Потім ще можете додати в цей же розчин оцет. Якщо на поверхні з'явилася піна, вона почала шипіти — значить, у мед додали крейду у вигляді порошку. Її додають з тією ж метою, що і крохмаль.

Тепер ви знаєте, як перевірити якість меду за допомогою води, оцту і йоду.



БАНК ІДЕЙ

Поміркуйте й опишіть у своєму зошиті сходинок, якими може піднятися споживач на вершину етичного споживання, отримавши інформацію про споживчі рухи та організації у справах захисту прав споживачів в Україні.





БАТЛ РОЗУМНИКІВ

У крамничці мед різних сортів у різній за об'ємом тарі продають за різною ціною (див. таблицю). Порадьте споживачу, як придбати 2 кг меду одного сорту, щоб витрати на покупку були найменшими.

Сорт меду	Вага, г	Ціна банки, грн
гірський	700	120
квітковий	250	60
гречаний	700	90
соняшниковий	250	45
липовий	400	80



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Фруктовий салат з медом

Фруктовий салат — завжди доречний десерт. З яких інгредієнтів він би не складався, це завжди поживний вітамінний продукт, страва для здорового харчування.

Інгредієнти:

- ківі — 2 шт.;
- яблуко — 2 шт.;
- банан — 2 шт.;
- апельсин — 2 шт.;
- мед — 2–3 ст. л.;
- м'ята — 1 гілочка.



Спосіб приготування:

Помийте яблука. Зніміть шкірку з апельсинів, ківі та бананів (у салаті можете використовувати будь-які фрукти). Поріжте яблука, ківі, банани та апельсини на невеликі шматочки. Перекладіть їх у миску і все це заправте медом. Прикрасьте м'ятою.

Смачного!

Застосування шкірок від овочів і фруктів можуть бути корисними не тільки для здоров'я, але й у побуті. Шкірки мандаринів, апельсинів і навіть бананів, яблук можуть перетворитися на прекрасне добриво для домашніх рослин.

ВИ МОЛОТОК ЧИ ЦВЯХ? ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО СПОЖИВАЧА



Працівник компанії 3М, хімік Спенсер Сільвер випадково розробив неймовірно слабкий клей, що приклеювався до предметів, але його можна було легко зняти. Це спочатку вважали провалом. Хто його купуватиме? Продукт у продаж не пішов...

За кілька років потому, Артур Фрай, співаючи в церковному хорі, був схвильований паперовими закладками, що постійно випадали зі сторінок Книги псалмів з гімнами, які потрібно було співати. У цей момент Фрая осяяла думка... Він зрозумів, що багаторазовий легкий клей Сільвера забезпечить те, що потрібно. А саме Артур Фрай, інженер з розробки компанії 3М, виявив, що такий клей зручний для наклеювання маркерів сторінок у Псалтирі. Тепер можна спокійно співати в церковному хорі, а не відшукувати відповідну сторінку в книзі. При цьому Фрай виявив, що маркери можна видаляти без особливих зусиль, не пошкоджуючи сторінок книжок і документів.

Так зародився багатомільйонний бізнес, відомий як Post-it-Note. Вже 40 років мільйони споживачів, серед яких є і ви, друзі, використовують у практиці тип закладки — Post-it, стікери і маркери зі смужкою слабого клею.

Ця історія дає нам зрозуміти, що формування ринкового попиту на товар залежить від тих, кому цей продукт потрібний, тобто споживачів.

Мета споживача — отримати максимальну користь від споживання товарів і послуг. На шляху до цієї мети у споживача виникає багато обмежень: високі ціни, обмежений сімейний бюджет і асортимент пропонованих товарів і послуг. Тому споживач, як і виробник, відчуває на собі вплив обмежених можливостей, що, врешті, формує потребу раціонального вибору.

Раціональна поведінка споживача товару або послуги припускає, як правило, певну послідовність дій:

- 1) усвідомлення необхідності покупки;
- 2) пошук інформації про товар чи послугу;
- 3) оцінку можливих варіантів покупки;
- 4) прийняття рішень про покупку.

Якщо спостерігати за особливостями повсякденного життя людей: діяльністю, інтересами, поглядами, то виявиться, що кожен з нас має свій життєвий стиль споживача.

Життєвий стиль описує сутність діяльності споживача чи групи споживачів, відображає розподіл ресурсів часу, енергії і грошей, впливає на потреби споживачів, його поведінку споживання товару (послуги). Відповідно споживчі рішення підтримують або змінюють життєвий стиль споживачів.

Інформація про життєвий стиль споживачів необхідна для розробки нових товарів, рекламних звернень, слоганів та, загалом, засобів маркетингових комунікацій. Маркетологи оцінюють життєвий стиль своїх споживачів, щоб передбачувати зміни їх стилю і відображати їх у своїх засобах та стратегіях. Розглянемо приклади щодо класифікації споживачів за окремими прикметами.

За поведінковою ознакою:

- **індивідуальні споживачі** — споживачі, які купують товари виключно для свого особистого користування;

- **сім'я чи домогосподарство** — основний тип споживача, що купує продукти харчування та непродовольчі товари, за винятком одягу та особистих речей;

- **посередники**, які здійснюють закупівлі з метою подальшого перепродажу;

- **постачальники** — здійснюють закупівлю товарів промислового призначення (класні фахівці, які добре знають певну групу товарів);

- **чиновники**, представники державних і громадських установ — витрачають не власні, а державні та громадські кошти.

За психографічною ознакою (тобто за швидкістю реакції на товар-новинку):

- **«шукачі пригод»** — вони перші спробують товар-новинку, навіть з ризиком для життя, репутації (2–5% споживачів);

- **«активісти»** — ранні послідовники, лідери думок у своєму середовищі, роблять товар відомим і модним (10–15% споживачів);

- **«прогресисти»** — забезпечують масовий збут на стадії росту (25–35% споживачів);

- **«матеріалісти»** — забезпечують збут на стадії насичення (35–45% споживачів);

- **«консерватори»** — споживають «новинку» тільки тоді, коли вона стає «традиційним» товаром (12–18% споживачів);

- **«ригористи»** — не сприймають нові товари. Суворі, суворі люди, ретрогради, які гальмують розвиток суспільства (12–18%).

За системою VALS 2 (від Values and Lifestyles — цінності та спосіб життя). Враховує рівень освіти, доходу, інтелекту, стан здоров'я, активність споживачів ринку, їх прагнення до придбання ресурсів):

- **новатори** — люди домоглися успіху, з гарним смаком, активні, відповідальні, з високим почуттям власної гідності. Їх покупки відображають витончений смак і тягу до дорогих продуктів високої якості;

- **мислителі** — люди у зрілому віці, забезпечені і задоволені життям, люблять проводити час у роздумах і спогляданні. Їх смаки консервативні, у продуктах цінують функціональність і цінність;

- **послідовники** — люди кар'єри, головне для них — робота. Обирають престижні продукти, які є свідченням їх успіху в очах оточуючих;

- **успішні** — молоді, повні ентузіазму, імпульсивні, шукають різноманітності і вражень. Більшу частину доходів спрямовують на відпочинок, купівлю одягу, відвідування ресторанів;

- **старанні** — консерватори, прихильники традицій. Віддають перевагу знайомим продуктам і маркам;

- **експериментатори** — невпевнені в собі люди, відчувають незахищеність, шукають схвалення своїх дій, їх можливості обмежені. Віддають перевагу стильним товарам, які купують люди з більшим, ніж у них, матеріальним достатком;

- **творці** — практичні, самодостатні, традиційні, орієнтовані на сім'ю. Купують те, що може мати практичну цінність;

- **ті, що виживають** — люди у віці, з обмеженими можливостями, нужденні. Обережні покупці, які віддають перевагу улюбленій марці.

Ознайомившись із класифікаціями споживачів, чи знайшли ви себе серед них?..

Надіємося, що ви визначили свою поведінку як споживач та обрали свій стиль життя стосовно споживання.

Також дайте собі відповідь на запитання: «Я молоток чи цвях?» Так, це алегорія нашої поведінки. Ми можемо вільно й усвідомлено керуватися власною волею у виборі і купівлі товарів та послуг, і, користуючись основами споживчих знань, тоді наша поведінка більше нагадуватиме інструмент молоток. А можемо стати предметом маніпуляцій, тобто цвяхом, як наслідок безграмотності в цій сфері знань.

І пам'ятаймо, що сьогодні сучасні споживачі, незалежно від їх статусу чи належності групі, все частіше задумуються й усвідомлюють, що їхні дії впливають на стан природного середовища. Під час купівлі вони звертають увагу на її екологічні аспекти, хочуть, щоб їх покупка не мала шкідливих наслідків для середовища. У зв'язку з цим все популярнішим стає зелене споживання. Прийняття і поширення екологічного стилю життя в англomовній літературі визначається як *green consumerism* (екологічне споживання).

Ось такі вони, сучасні споживачі!



СТІКЕР СЛІВ

Життєвий стиль споживача — певний спосіб, особливості повсякденного життя людей, що відображають їх діяльність, інтереси, погляди.

Куточок споживача — інформаційний стенд з регламентованою інформацією для інформування та захисту інтересів споживачів.

Стікер — невеликий аркуш паперу з повторно прилягаючою смужкою клею на звороті, зроблений для тимчасового прикріплення приміток до документів та інших поверхонь. Клей, чутливий до тиску, дозволяє легко помістити, видалити та навіть повторно розмістити нотатки, не залишаючи слідів.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. «Куточок споживача» — інформаційний стенд із регламентованою інформацією для інформування та захисту інтересів споживачів. Такий стенд встановлюють чи розміщують на видному місці так, щоб покупець бачив його і міг підійти до нього, оглянути та ознайомитися з потрібною йому інформацією. Наявність необхідної інформації та документів у «Куточку споживача» залежить від сфери діяльності суб'єкта господарювання. Правильно оформлений «Куточок споживача» наочно демонструє легальність діяльності суб'єкта господарювання, його відповідальне ставлення до додержання вимог законодавства та прав споживачів. Згідно законодавчих документів, «Куточок споживача» повинен містити:

- інформацію про найменування власника (фізична особа-підприємець, ТОВ, приватне підприємство тощо) або уповноваженого ним органу;
- книгу відгуків та пропозицій;
- адреси і номери телефонів органів, що забезпечують захист прав споживачів.

Коротко ознайомившись із поданою інформацією, відвідайте місцеві кафе, крамницю, супермаркет чи будь-яку майстерню з ремонту й оцініть якість оформлення «Куточка споживача» відвіданого закладу. Результати проведеного дослідження обговоріть у класі.

Завдання 2. «Хвилинка роздумів». Прочитайте притчу.

Жив на світі юнак, який був грубий і нестриманий у словах і часто цим завдавав болю своїм близьким. І був у нього дідусь — дуже мудра людина.

Прийшов до нього юнак і запитав:

— Що мені робити, діду? Я знаю, що часто говорю образливі слова і цим доставляю багато горя близьким, але не можу стриматися.

Відповів йому мудрець:

— Наш будинок оточений парканом. Візьми молоток і кожен раз, коли не зможеш стриматися, забивай у паркан цвях.

Послухав дідуся юнак. У перший день йому довелося забити більше ста цвяхів, на наступний — вже менше. І ось настав день, коли юнак не забив жодного цвяха в огорожу.

Радісний, він прийшов до старого і каже:

— Дідусю, сьогодні я не забив жодного цвяха в огорожу.

У відповідь старий дав йому обценьки і сказав:

— А тепер кожен раз, коли ти стримаєш себе і від цього відчуєш радість, видирай по цвяху з огорожі.

Послухав старого юнак і кожен день видирав якусь кількість цвяхів з паркана до тих пір, поки не залишилося жодного цвяха на ньому.

Прийшов він до мудреця і сказав:

— Дідусю, на паркані не залишилося цвяхів.

Вийшов тоді дід з юнаком до огорожі і сказав:

— Бачиш, на паркані залишилися глибокі отвори від цвяхів. Так і в серцях близьких тобі людей залишаються рани після образливих, нестриманих слів, навіть якщо потім ти взяв їх назад.

Як можна використати образну тезу «молоток чи цвях» до себе, до свого стилю життя? Обговоріть із друзями або дорослими.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.





ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Вибираємо якісний шоколад



Якість шоколаду визначають відсотком вмісту в ньому какао-бобів. Однак шоколад, який на 98% складається з какао-бобів, мало хто їсть, тому що він дуже гіркий. Цукор і сухе молоко, яке є в складі молочного шоколаду, шкодить здоровому харчуванню. Але якщо ви будете з'їдати в день навіть 1 кг чорного шоколаду, який вважається дуже корисним, то тим тільки погіршите стан свого організму. З'їдаючи всього лише 4 кубики «не корисного» шоколаду в день, ви будете робити щось дуже приємне для себе, але й воно не буде корисним для здоров'я.

Склад чорного шоколаду повинен включати лише п'ять інгредієнтів: какао-масло, какао-порошок, цукор, лецитин і ваніль.

Це все, що повинно бути в чорному шоколаді. Якщо в складі є ще щось, значить, це поганий шоколад (наприклад, пальмова олія, будь-які інші олії).

Єдиний додатковий інгредієнт, яким відрізняється молочний шоколад від чорного, є сухе молоко. Це приводить до зміни композиції шоколаду: менше какао-продуктів, більше цукру і сухого молока. Якщо в шоколаді дуже відчувається гіркота, це може означати, що какао-боби були сильно обсмажені. Також поганим вважається шоколад, у якому відчувається тільки цукор, — у такому шоколаді немає кислоти, немає балансу смаку. Какао-боби для продукту з «мас-маркету», як правило, не ферментують, тому смак у них такий «плаский». Просто їси суцільний цукор. Це ознака найдешевшого шоколаду.

Дуже важливий момент — це ціна. Якщо ви берете дешевий шоколад, не чекайте, що в смаку ви відчуєте особливі нотки. Коли ви берете шоколад якості Grand cru, виготовлений з добірних бобів, зібраних у певному місці, справді, тут ви можете очікувати щось хороше.

Якщо на шоколаді написано походження — це ознака якісного шоколаду. Також важливе пакування, але найкращий критерій — це ваш смак. У Франції кажуть: «Ми приходимо за зовнішнім виглядом, але повертаємося за смаком». Потрібно пробувати!

Все-таки навіть виробники ідуть на хитрощі і виготовляють неякісний шоколад? Бо заміна какао-масла на пальмову олію здешевлює виробництво. Тому часто ми платимо за шоколад, а їмо непотріб.

Чим же нам загрожує несправжній шоколад? З'їли шоколадку — у нас закупорюються судини. З'їли ще дві — погіршується мозковий кровообіг.

А ми ж звикли, що шоколад — корисний. Як відрізнити натуральний шоколад від зухвалої підробки?

Є простий спосіб перевірити це в домашніх умовах. Якщо плитка з какао-масла, без домішок рослинних жирів, то її шматочок буде тонути в молоці. А шоколад з домішками — плаватиме на поверхні. Але не варто проводити такий експеримент з пористим шоколадом — він не потоне в будь-якому разі.

Купуючи шоколад, по-перше, звертайте увагу на термін придатності. Справжній шоколад без добавок зберігається 6–8 місяців. З наповнювачами — 4 місяці. Якщо ж на пакованні вказаний термін зберігання рік і більше — це означає, що шоколадка з консервантами. І ніколи не купуйте те, на чому написано «шоколадний десерт» або «шоколадна плитка».

Натуральна плитка має бути блискучою. Якщо вона матова, скоріш за все ви купили масу з гідрожиру. Натуральний шоколад при кімнатній температурі ламається з характерним хрустом. І тане в роті, а не в руках.



БАНК ІДЕЙ

Карта для візуалізації ідей

Психологи вже давно довели, що візуалізація мрій спонукає до їх здійснення. А така карта мотивує до незвичайних звершень та активізації дій, до реалізації бажань.

У зошиті створіть свою власну карту для візуалізації ідей, контролю результатів роботи та досягнення цілей. Вона буде вашим місцем для натхнення, самовдосконалення і безмежного польоту фантазії! Використайте стікери.

Мрії-підказки: на стікерах напишіть інформацію про цілі, до яких прагнуть люди найрізноманітніших професій. Можна обрати відповідні кольори стікерів, які допоможуть вам розкласти послідовно думки і структурувати мрії. На стікерах «Мої мрії та цілі» можна записати свої персональні, не схожі ні на чиї, мрії, приклейте їх на карту. Стікери з мотиваційними цитатами і життєвими кредо змусять встати з ліжка і втілити задумане. Знайдіть, виберіть та запишіть ті, які припали до душі саме вам, і наклейте на карту. Як мрії і цілі відображають ваш стиль життя? Поміркуйте, як вами обраний стиль життя матиме вплив на культуру споживання. Успіху!

Автор знаменитого «Алхіміка» Пауло Коельйо писав: «Коли чогось сильно захочеш, весь Всесвіт буде сприяти тому, щоб бажання твоє збулося».

Кожен із вас вартий найкращого, вартий того, аби мрії його стали реальністю. Тож візуалізуймо і змінюймо! Точка опори — цей момент.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Щоб виростити доросле дерево, потрібно приблизно 60-80 років!

Для 1 тонни паперу необхідно в середньому 17 дерев.

Якщо 50 кг макулатури зберігають від зрубання одне дерево, то скільки дерев збереже 1 тонна зібраної макулатури?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Фітнес-батончики

Фітнес-батончики — це смачний перекус, багатий на білки, корисні вуглеводи, вітаміни та мінерали. Власне в батончику домашнього приготування зібрані корисні інгредієнти, які зможуть збалансувати ваше харчування.

Інгредієнти:

- арахіс — 90 г;
- насіння соняшнику — 50 г;
- вівсяні пластівці — 50 г;
- кунжут — 50 г;
- фініки — 120 г;
- натуральний йогурт — 50 г;
- мед/сироп — 1 ч. л.;
- масло — 1 ч. л.



Спосіб приготування:

Вівсяні пластівці залийте йогуртом і перемішайте. Сирий арахіс залийте водою і залиште на кілька годин, після чого очистіть, додайте масло, мед/сироп і подрібніть. Змішайте насіння соняшнику, кунжут, подрібнений арахіс, замочені вівсяні пластівці і нарізані фініки. Маса повинна збиратися в кулю. У форму для запікання, змащену маслом і застелену папером для випічки, викладіть масу, утрамбуйте і запікайте в духовці 15 хв. Дайте повністю охолонути і наріжте на невеликі шматочки.

Смачного!

ЕТИКА, ЕТИКЕТ ЧИ ЕТИКЕТКА? ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ



Міжнародна організація із захисту прав споживачів — Consumers International — у 2012 р. провела дослідження у восьми країнах ЄС щодо основних принципів умов праці працівників супермаркетів у країнах, що розвиваються. Під час дослідження покупцям було запропоновано активніше купувати товари під

маркуванням Fair Trade (громадський рух «Справедлива торгівля», який стежить за тим, щоб під час виробництва товару не порушувалися права працівників).

Незалежна австралійська Організація із захисту інтересів і прав споживачів спільно з Amnesty International опитала тисячу осіб, щоб з'ясувати, що має найбільший вплив на вибір товару.

Більшість опитуваних заявили, що їх цікавить практичність товару, його ціна і якість. До того ж половина респондентів заявила про важливість того, в яких умовах було вироблено товар і чи не були при цьому порушені трудові права робітників.

Купуючи товар, ми нечасто задумуємось, який вплив має виробництво товару на навколишнє середовище, чи тестувався товар на тваринах, як можна утилізувати товар після використання. Сьогодні все популярнішими стають терміни «етичне споживання», «етика споживача».

Термін «етика» запропонували учні Арістотеля для пізнання чеснот, що стосуються людської вдачі, характеру.

Етичне споживання (відповідальне споживання, «зелене» споживання) означає, що споживач несе таку ж моральну відповідальність за спожиту ним продукцію, як і той, хто її виробляє.

Якщо ми свідомо обираємо товари чи послуги, створені з порушенням етичних принципів, то навряд чи відрізняємося таким чином від недобросовісного виробника.

Що ж означає термін «етикетка»? Ми з практики знаємо, що етикетка — це не просто інформаційна наклейка, а й обличчя товару та компанії виробника.

Етикетка (бирка, ярлик) — це своєрідний документ, який містить основні показники якості і технічні характеристики виробу, гарантовані підприємством-виробником.

Етикетка виконує функцію інформувати, щоб краще продати товар виробнику. Перші правила етикетування розроблені на початку ХХ століття, над їх художнім оздобленням працювали такі великі художники, як Сальвадор Далі, Марк Шагал, Пабло Пікассо, Енді Воргол та ін.

Водночас етикетка покликана привертати увагу покупця й інформувати його про основні характеристики товару, особливості зберігання та застосування (див. додаток Б). Крім того, на етикетці може розташовуватися інформація, необхідна для автоматичної ідентифікації товару за допомогою електронних зчитувальних пристроїв.

Розглянемо шість порад споживачу, як правильно читати етикетки на продуктах.

1. Звертаємо увагу на дату виготовлення і термін придатності. На ці параметри ви повинні звертати свою увагу в першу чергу. Переконайтеся в тому, що дату і термін придатності добре видно; якщо ж ні, то краще за все не ризикувати і взяти інший продукт, в якому ви точно будете впевнені.

2. Дізнаємося, з чого складається зроблений продукт. Правила міжнародних стандартів свідчать, що всі інгредієнти, які знаходяться в тому чи іншому продукті, на всіх етикетках повинні вказуватися в порядку зменшення їх кількості в цьому товарі. Наприклад, якщо на етикетці певного товару в складі виявляться першими цукор і пальмова олія, то саме цих інгредієнтів ви споживете найбільше.

3. Оцінюємо енергетичну цінність. Харчова цінність вказана на 100 грамів продукту. Цей пункт на етикетці проінформує вас, наскільки обраний вами товар буде калорійним, скільки міститься в продукті білків, жирів і вуглеводів. Буває так, що деякі продукти мають однакову кількість калорій, але за складом один з продуктів буде набагато корисніший. Якщо вибирати між звичайним хлібом і пророслим зерном, то краще друге. Вони мають однакову кількість калорій, але зерно — це жива їжа, чудове джерело вітамінів і корисних речовин.

Жири — це часта проблема людей тих, хто сів на дієту. Найбільшою помилкою є думка, що жири шкодять організму. Це такий собі міф. Жири необхідні нашому організму, оскільки вони є головним джерелом нашої енергії, але не всі з них необхідно вживати.

Коли ви купуєте який-небудь продукт, обов'язково прочитайте, які жири він містить. Якщо ж на етикетці написано, що продукт містить трансжири, то вам просто необхідно відмовитися від таких продуктів! Вони негативно впливають на серцево-судинну систему, а також можуть підвищувати рівень холестерину. Деякі виробники можуть замінити це слово на «гідрогенізована рослинна олія». Продукти з цими компонентами краще не купувати!

Що стосується вуглеводів, то тут теж слід бути уважними. Більшість виробників хочуть заплутати покупців і зазвичай вміст цукру ховають за різними словами: сахароза, патока, глюкозно-фруктовий сироп. Іноді навіть у дієтичних продуктах можна виявити ці замінники.

4. Аналізуємо літери «Е». Ми часто боїмося цієї літери. Але потрібно знати, що не всі продукти з цією буквою погано впливають на наше здоров'я. Наприклад, ви побачили на товарі E440 — це яблучний пектин, E300 — вітамін С. Але є небезпечні продукти, в які входять E621 — глутамат натрію і E211 — бензоат натрію (див. додаток В). Часте вживання продуктів з цим складом може спровокувати появу ішемічних хвороб серця і діабету. Так що варто бути уважними при виборі продуктів.

5. Про що «говорять» консерванти. Консерванти — це харчові добавки, які використовують, щоб продовжити термін зберігання продукту. При покупці вибирайте тільки ті продукти, які містять натуральні консерванти: лимонну кислоту, кухонну сіль. А ось якщо на етикетці написано, що продукт містить сорбінову, бензойну кислоту, то в цьому випадку краще вам відмовитися від нього, так як цей продукт піддавався сильній обробці, і в ньому нічого корисного немає.

6. Уважно вивчаємо контактні дані виробника. Державні стандарти зобов'язують усіх виробників вказувати свої контакти: номери гарячих ліній та адресу, щоб у разі будь-яких проблем навіть звичайний покупець зміг зателефонувати й описати проблему, яка трапилася з ним. Якщо ж продукт імпортований, то повинна бути інформація на мові країни-імпортера.

Тому завжди читайте етикетки і купуйте здорову їжу! Візьміть на озброєння вищевказані поради, щоб вам було легше зробити правильний вибір.

В останні десятиліття у процесі маркування споживчих товарів широке застосування отримали лінійні (або 1D) коди. Відповідно до прийнятого міжнародного порядку, виробник товару наносить на нього штриховий код, який містить невеликий обсяг інформації (зазвичай 1–20 символів — цифр). Впровадження такого маркування унеможливило появу двох різних товарів з однаковими кодами.

Сьогодні всі каси супермаркетів оснащені сканерами для зчитування лінійних штрихкодів. Саме поява штрихкодів виключила помилки при ручному введенні ціни товару та дозволила автоматизувати касові системи.

Розглянемо, як розшифровується штрихкод (рис. 2).



Рис. 2. Розшифровка штрихкоду

Остання цифра (6) контрольна, використовується для перевірки правильності прочитування штрихів сканером та визначення законності виробництва товару. Таку перевірку потрібно проводити в такій послідовності (на прикладі набору цифр, наведеному на рис. 2):

- 1) скласти цифри, що стоять на парних місцях: $8+0+2+7+0+1=18$;
- 2) одержану суму помножити на 3: $18 \times 3=54$;
- 3) скласти цифри, що стоять на непарних місцях, без контрольної цифри: $4+2+0+4+0+0=10$;
- 4) скласти числа, вказані в пунктах 2 і 3: $54+10=64$;
- 5) відкинути десятки: одержимо 4;
- 6) від 10 відняти одержане в пункті 5: $10-4=6$.

Якщо одержана після розрахунку цифра не співпадає з контрольною цифрою в штрихкоді, то це значить, що товар вироблений незаконно.

Перші три цифри штрихкоду — це код країни. У нашому прикладі — 482 — код, присвоєний Україні. Ознайомтеся з кодами країн-виробників, продукцію яких ви могли бачити найчастіше (табл. 2).

Штрихкоди країн-виробників товару

Код	Країна	Код	Країна	Код	Країна
00–13	США, Канада	50	Велико- британія	780	Чилі
30–37	Франція	520	Греція	789	Бразилія
380	Болгарія	539	Ірландія	80–83	Італія
383	Словенія	54	Бельгія	84	Іспанія
385	Хорватія	560	Португалія	850	Куба
400– 440	Німеччина	569	Ісландія	858	Словаччина
45 і 49	Японія	57	Данія	859	Чехія
460– 469	Росія	590	Польща	860	Сербія
471	Тайвань	594	Румунія	869	Туреччина
474	Естонія	599	Угорщина	87	Нідерланди
475	Латвія	600–601	ПАР	880	Південна Корея
477	Литва	622	Єгипет	885	Таїланд
479	Шрі-Ланка	64	Фінляндія	888	Сінгапур
480	Філіппіни	690–692	Китай	890	Індія
481	Білорусь	70	Норвегія	893	В'єтнам
482	Україна	729	Ізраїль	899	Індонезія
484	Молдова	73	Швеція	90–91	Австрія
485	Вірменія	750	Мексика	93	Австралія
486	Грузія	76	Швейцарія	94	Нова Зеландія
489	Гонконг	779	Аргентина	955	Малайзія

Запам'ятавши ці табличні дані, за штрихкодом ви швидко з'ясуєте країну походження того чи іншого товару.

Зараз все частіше у практиці використовується 2D штрихкод (QR-код), який визначається сенсором як двовимірне зображення. Двовірний код дозволяє кодувати набагато більше, ніж 10–20 символів у лінійному штрихкодї, а також відновити інформацію навіть у випадку, якщо його поверхня



буде пошкоджена. Також відомий 2D штрихкод дозволив вам перетворити телефон у сканер. QR-код є незамінним у таких сферах діяльності: медична галузь промисловості, поштові перевезення, виробництво електронного обладнання та механізмів, випуск харчових продуктів, авіакосмічна та оборонна галузі.

При певних перевагах 2D кодування, потрібно знати, що сканери лінійних штрихкодів значно дешевші від 2D сканерів. Також при автоматизації документообігу та обліку (штрихкод у документах) вигідніше та простіше застосовувати лінійні штрихкоди.

Важливо знати, що з 2019 року в Україні працюють єдині стандарти маркування органічних продуктів, які не дозволять вводити споживачів в оману. Відповідно до нових правил, написи на харчових продуктах мають бути не меншими від 1,2 мм і обов'язково читабельними.

Раніше у виробників була можливість, згідно із законом, писати «натуральний продукт», «продукт природного походження», таким чином зазвичай обманюючи споживачів. Люди вважали, що купують органічну продукцію, яка насправді такою не була. На сьогоднішній день такі маркування вже заборонені.

В Україні вже офіційно затверджено маркування: «зелене листя», яке вказує на органічне походження продукту; «біле дерево» на зеленому фоні — це organic standart, основний орган в Україні, який видає сертифікати на органічну продукцію; «зелений журавлик» — логотип екологічної продукції (рис. 3). Купуючи такі продукти, ви можете бути впевнені, що купуєте органічну чи екологічну продукцію.



Рис. 3. Екологічне маркування

Споживачі все частіше звертаються до зелених продуктів. Виробники більше зацікавлені у так званому зеленому виробництві — розробці

сприятливих технологій, моніторингу та оцінці впливу продукції на середовище, покращенні корпоративного іміджу.

Неможливо уявити сучасну людину, що не користується косметичними та побутовими засобами, які є складовою цивілізованого життя. Та чи є цивілізованими методи, за допомогою яких такий товар з'являється?

Ми навіть не замислюємося над тим, скільки тварин постраждало та зазнало нестерпного болю під час досліджень, аби лабораторія зазначила, що крем, шампунь, засіб для миття посуду та ін. є безпечні для використання людиною. Для таких лабораторних експериментів використовують кроликів, хом'яків, морських свинок, мишей; для тестування засобів побутової хімії — мавп, собак, котів.

Відомо, що LD50 (Lethal Dose 50%) — тест на визначення токсичності речовини — проводять на тваринках, у яких немає здатності до блювоти (морських свинках та пацюках), у результаті таких експериментів гине 50% тварин. За даними Human Society International, для розуміння, якою може бути алергічна реакція на продукт, морським свинкам препарат вводять під шкіру й спостерігають за наслідками...

Цікаво, що саме популярні серед споживачів компанії з виробництва побутової хімії та косметики очолюють списки тестування на тваринах своєї продукції.

За інформацією Національної академії медичних наук України, Європейська комісія передбачила низку науково-методичних проєктів до 2025 року, зокрема проєкт EU-ToxRisk — зі створення альтернативної методології вивчення хронічної токсичності біологічних продуктів. На щастя, сьогодні є відомий перелік вже доступних методів альтернативного дослідження, які збережуть життя тваринам.

Проте потрібно знати, що вже сьогодні є етичні компанії, в яких сертифікати та відповідне маркування на етикетці повністю виключають можливість тестування продукту на тваринах (рис. 4).

Отже, правила споживчої етики починаються, насамперед, з читання етикетки (бирки) товару та критичної оцінки інформації, що розміщена на ній. І лише тоді ви як споживач зможете зробити усвідомлений вибір товару в бік етичного споживання.

Під етичним споживанням розуміють споживчий процес, який відповідає етичним принципам. Під етикою споживання розуміють сукупність принципів поведінки споживача на ринку, які відповідають нормам традиційної моралі.



без жорстокості



НЕ ТЕСТУЄТЬСЯ
НА ТВАРИНАХ

ЛОГОТИП:
Зайчик, що стрибає

ОРГАНІЗАЦІЯ:
*Міжнародна організація,
що не застосовує жорстокість*

Місцезнаходження:
Інтернаціонал

ЛОГОТИП:
*Турботливий
споживач*

ОРГАНІЗАЦІЯ:
Домашня тварина

Місцезнаходження:
США

ЛОГОТИП:
Кролик

ОРГАНІЗАЦІЯ:
*Вибирайте
без жорстокості*

Місцезнаходження:
Австралія

Рис. 4. Маркування на етикетці, яке виключає можливість тестування продукту на тваринах

У кожного споживача є права й обов'язки, проте якщо права здебільшого закріплені законодавчо, то обов'язки частіше регулюються моральними нормами. Як вже зазначалося, особливості споживання в тій чи іншій країні формуються під впливом культурних особливостей, релігії, економічного стану тощо.



СТІКЕР СЛІВ

Етикетка (бирка, ярлик) — це своєрідний документ, який містить основні показники якості і технічні характеристики виробу, гарантовані підприємством-виробником.

Етичне споживання — сукупність принципів поведінки споживача на ринку, які відповідають нормам традиційної моралі.

Логотип — графічне зображення торгової марки для легкої впізнаваності бренду компанії серед споживачів.

Маркування — це інформація основних відомостей про товар для споживачів, нанесена на пакування товару у вигляді тексту, умовного позначення, малюнка, штрихкоду.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. У групах чи парах за поданим нижче планом на прикладі печива за пакуванням оцініть придбаний вами товар. Результати роботи обговоріть у класі.

План оцінювання товару за пакуванням

1. Назва продукту.
2. Маса продукту.
3. Склад продукту (чи є вміст харчових добавок).
4. Харчова та енергетична цінність.
5. Строки придатності до споживання.
6. Умови зберігання продукту.
7. Інформація про фірму-виробника.
8. Умови використання, приготування.
9. Застереження щодо використання продукту певними категоріями населення.

Завдання 2. Скориставшись мобільним застосунком «Е-код — харчові добавки», проаналізуйте на вміст Е-добавок свої улюблені цукерки. Результати мінідослідження запишіть у зошиті.



Завдання 3. Візьміть кілька товарів зі штрихкодами, встановіть країни їх походження і перевірте правильність контрольної цифри на кожному коді. Результати запишіть у свій робочий зошит.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте дихальну гімнастику.





ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Важлива інформація для споживача при виборі та купівлі молока



1. Де купувати молоко?

Найбезпечніша купівля молока — в супермаркетах і продуктових магазинах, від виробника. А сприяє споживачу отримати якісний продукт технічна обробка молока, яка дозволяє знищити в ньому шкідливі бактерії і продовжити термін його зберігання.

2. Який вид молока ви хочете купити?

Торгові мережі продають чотири основних види молока: пастеризоване, пряжене, ультрапастеризоване, стерилізоване. Яка відмінність між ними?

- Молоко як біологічний продукт може бути джерелом не тільки шкідливих бактерій, а й навіть смертельних хвороб (зокрема туберкульозу). Тому якусь його частину піддають пастеризації — технології знезараження, при якій на заводі його прогривають за температури близько 70–75°C — при цьому зберігаються корисні компоненти, а шкідливі бактерії знищуються. Пастеризоване молоко скисає через 5–10 діб.

- Пряжене молоко отримують шляхом прогрівання сировини за температури 85–99°C упродовж кількох годин. Якщо порівнювати його з пастеризованим молоком, то в ньому вищий відсоток жирності (зазвичай 6%), більше кальцію, заліза і вітаміну А, проте менше вітамінів С і В1. Термін зберігання пряженого молока — 5–7 діб.

- Ультрапастеризоване молоко отримують шляхом нагрівання сировини до 150°C упродовж кількох секунд. Завдяки таким технологічним операціям виробники продовжують термін «нескисання» молока (в ньому залишається дуже мало сторонньої мікрофлори). Термін його зберігання в закритій тарі без холодильника сягає до 180 діб, а тому таке молоко можна брати з собою в поїздки, походи або використовувати в будь-яких умовах, де немає можливості зберігати продукти в холодильнику.

- Стерилізоване молоко отримують за рахунок високотемпературної (130–140°C) обробки сировини, в результаті якої в ньому гине вся шкідлива мікрофлора, а також бактерії. На сучасних підприємствах вітамінізують стерилізоване молоко — і тоді воно набуває корисних для здоров'я властивостей. З-поміж інших цей вид молока зберігається найдовше.

3. Який відсоток жирності обрати?

Якісними показниками, від яких залежать смакові і технологічні властивості молока, є вміст у ньому жиру та білка. У торговій мережі продають коров'яче молоко жирністю від 1% до 6%. А величина цього показника впливає на калорійність (енергетичну цінність) продукту. Зокрема, якщо сто грамів молока жирністю 1,5% містять 44 ккал, 3,2% — 58 ккал, то 6% — вже 84 ккал. Більшість споживачів сходяться на думці, що чим більша калорійність молока, тим воно смачніше. До речі, жирність молока не впливає на вміст білка в ньому.

4. Що входить до складу молока?

Крім перерахованого вище, зверніть увагу на склад молока. У ньому мають бути білки, жири і вуглеводи, вітаміни А, D, В1, В2 і В12, а також мікроелементи (кальцій, магній, калій). На пакуванні має бути вказано вміст у 100 грамах молока вітамінів і мікроелементів (поживна харчова цінність), калорійність (енергетична цінність). Якщо на етикетці молока зазначені різні добавки, консерванти і барвники (позначаються літерою Е), пальмова олія, антибіотики чи інші не зрозумілі вам компоненти, то такий продукт купувати не рекомендуємо.

5. У чому полягає гарантія свіжості молока?

Читайте етикетку! Зверніть увагу на дату виготовлення, термін придатності та умови зберігання молока. Правильне та уважне читання такої інформації забезпечить вам можливість придбати свіжий, а не протермінований товар. Варто пам'ятати: короткий термін придатності продукту свідчить про меншу кількість консервантів і технологічних обробок продукту. Отже: менший термін придатності — більше натуральності!



Рис. 5. Якісні характеристики молочного пакування

6. Чому важлива цілісність пакування молока?

Якщо цілісність пакування порушено (або пакування викликає підозри), то купувати таке молоко категорично не рекомендуємо. Бажано, щоб тара була оснащена спеціальною кришечкою або стрічкою, яка гарантує, що пакування не буде розкрито до купівлі (рис. 5). До речі, воно не повинно розшаровуватися, деформуватися, пропускати повітря і сторонні запахи, бо молочні продукти можуть абсорбувати важкі метали і шкідливі органічні сполуки, тому для них необхідно використовувати тару, виготовлену з максимально нешкідливих матеріалів. Чим менше сонячних променів пропускає пакування, тим довшим є термін зберігання продукту.

7. Цікавтесь інформацією про виробника.

Якщо ви хочете купувати молоко гарантовано високої якості, то шукайте інформацію про виробника товару. Так як на ринку України представлено молочну продукцію багатьох виробників, тож при її виборі звертайте увагу на наступні моменти:

- на наявність сайту виробника (або групи компаній, в яку входить виробник);
- чи є сертифікація за міжнародними стандартами управління і контролю якості ISO 9000 і HACCP (якщо в компанії є сайт, ви легко зможете знайти там цю інформацію);
- чи експортує виробник продукцію в країни ЄС, де діє дуже суворая система контролю якості.

УВАГА! Якщо ви сумніваєтеся в якості купленого молока, проведіть експеримент: додайте краплю напою в склянку з водою. Крапля натурального молока гарантовано опуститься на дно і повільно розчиниться у воді.



БАНК ІДЕЙ

Чи знаєте ви, що не всі Е-добавки шкідливі? Загальна класифікація добавок за номерами така:

- від E100 до E199 включно — барвники;
- від E200 до E299 — консерванти;
- від E300 до E399 — антиоксиданти й антиокислювачі (регулятори кислотності, що уповільнюють процеси окислення);
- від E400 до E499 — стабілізатори, загусники, емульгатори;
- від E500 до E599 — розпушувачі;
- від E600 до E699 — підсилювачі смаку та аромату продукту;
- від E700 до E799 — антибіотики;
- від E800 до E899 — запасні індекси;

- від E900 до E999 — підсолоджувачі, піногасники, поліпшувачі тіста, синтетичні глазури, воски та ін.;
- від E1000 до E1100 — запасні індекси;
- від E1100 до E1599 — додаткові речовини (нові речовини, які не потрапляють у стандартну класифікацію).

Причому, більшість із добавок є безпечні для здоров'я людини. Наприклад, куркума (E100) допомагає фарбувати продукт. Нам усі E-добавки не запам'ятати. Для цього доцільно завантажити на мобільний телефон застосунок «E-код — харчові добавки» та перевіряти їх при потребі.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Пан Микола налив у бідон 4 літра молока 3%-ї жирності, а пані Марія — 6 літрів молока 6%-ї жирності. Скільки відсотків складає жирність молока в бідоні?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Коктейль «Прохолода»

Ще 300 років тому у Стародавньому Китаї вживали напої з натуральних ягідних соків, змішаних з льодом. Актуальності не втратили ці напої і сьогодні. Пропонуємо рецепт молочного коктейлю як чудову ідею для того, щоб освіжитися у спекотний день.

Інгредієнти:

- заморожене молоко — 300 мл;
- цукор — 5 ч. л.;
- банан — 1 шт.;
- морозиво — 3 ст. л.;
- заморожені ягоди — за смаком.

Спосіб приготування:

Молоко помістіть на кілька годин до морозильної камери. Заморожене молоко подрібніть і збийте у блендері. Додайте банан і цукор. Збийте в блендері протягом 1,5 хвилин. Розлийте у склянки. Додайте морозиво чи заморожені ягоди.



ВИБИРАЄТЕ ВИ ЧИ ВАС? РЕКЛАМА, МАНІПУЛЯЦІЇ



Реклама, як відомо, — двигун торгівлі, і змусити двигун працювати часом буває непросто. Історії багатьох рекламних стратегій доводять, що креативна ідея може створити всесвітньо відомий бренд, зробити знаною нікому не відому компанію та допомогти заробити багато грошей. Тож коротко розгляньмо рекламні стратегії, які змінили світ, та, водночас, задумаймося, чи завжди реклама корисна для споживача.

Історія витоків зовнішньої реклами пов'язана з виникненням писемності. Вважають, що перше рекламне звернення: «Я, Ріно з острова Крит, з волі Богів тлумачу сновидіння», — було створено на камені в стародавньому єгипетському місті Мемфіс.

Саме розвиток торгівлі в Античності зумовив розквіт реклами. Короткі повідомлення, де можна знайти «хліб» і «видовища», висікалися на стінах, створювались у формі графіті й у вигляді скульптур. Зокрема, у залитій лавою Помпеї, як відомо, збереглося понад півтора тисячі рекламних звернень на різних носіях: табличках, каменях, стінах тощо. Цікавим є те, що структура, оформлення, подача інформації античної реклами доводять, що римляни і греки, не знаючи наукової термінології, дуже добре розуміли, що таке цільова аудиторія, дизайн. Причому вже в античні часи громадськість піднімала питання, що зовнішня реклама часто змінює і навіть псує зовнішній вигляд вулиць. Відповідно, влада Риму стала створювати спеціальні місця під зовнішню рекламу — «альбумси». Це були вибілені, розграфлені в клітинку стіни, де розміщувалися оголошення, новини. Перше таке друковане рекламне оголошення датується 1477 роком.

Цікаво знати, що в кінці XV століття в Європі було вже більше 200 друкарень, тоді з'являються друковані оголошення і проспекти, афіші, каталоги, преїскуранти, «летючі листки» тощо.

Реклама — це спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою одержання прибутку.

«Батько реклами», «класик рекламної справи» — це лише кілька епітетів, якими не втомлюються нагороджувати геніального копірайтера і засновника рекламного агентства «Ogilvy & Mather» Девіда Огілві.

Його публікації «Теорія і практика продажу печей Aga», «Тасмниці рекламного двору», «Відвертість рекламного агента», «Теорія іміджу», «Про рекламу» сьогодні прийняли за керівництво до дії підприємці і рекламники. «Ви не можете змусити людей купувати ваш товар; ви можете лише зацікавити їх у купівлі цього товару», — пише Д. Огілві.

Завдяки рекламі ви зможете дізнатися про новинки споживчого ринку, отримати інформацію про акції на необхідні товари. У відеороликах може міститись інформація про правильну поведінку (режим дня, допомога батькам, особиста гігієна, турбота про близьких тощо).

Соціальна реклама передбачає звернення уваги громадськості до важливих проблем суспільства. Вона допомагає дізнатися про проблеми, які є в нашому житті, та спонукає докласти зусиль до їх вирішення, наприклад, реклама про шкідливість паління, переваги здорового способу життя та корисність їзди на велосипеді.

Але реклама може впливати неоднозначно на рішення людей. Зупинимося на цікавих маркетингових історіях свого часу.

У Великобританії в кінці XIX століття засновник бренду відомого напою Dewar's придумав незвичайний рекламний хід. Томас Дюара найняв кілька молодих людей, які, відвідавши заклади харчування Лондона, просили продати їм Dewar's. Напою в закладах не виявлялося, молодики, розчаровані, демонстративно, граючи роль, йшли із закладів. Через певний час сам Томас Дюара заходив до цих закладів і пропонував укласти контракт на поставку свого напою, який з радістю вже купували. Через кілька місяців напій Dewar's став популярним у Лондоні. Кілька років по тому товарообіг компанії виріс більш ніж у 10 разів, а засновник компанії особисто об'їздив 26 країн, пропонуючи налагодити поставки свого продукту.

Відома американська компанія розсилок «Джей Уолтер Томпсон» у 40-х роках XX століття збільшила свої продажі в кілька разів і відкрила світові маркетинголога Джеймса Янга. Тоді Джеймс був молодим співробітником у компанії, коли йому треба було вирішити проблему продажу партії покритих чорними плямами, побитих яблук. До Янга прийшла ідея, що потрібно видати недоліки товару за його переваги. Усім покупцям у коробках з яблуками прийшов лист такого змісту: «Зверніть увагу на ці плями. Вони вказують на те, що яблука вирощені в горах, при різких перепадах температур. Завдяки цьому яблука набувають характерної для них соковитості, цукристості й аромату. Якщо виявиться, що все сказане нами не відповідає дійсності, ви можете відіслати весь товар назад». Покупці легко

повірили в цю байку і надалі замовляли яблука з проханнями: «Надішліть з плямами, як у минулий раз». Так креативність Джеймса Янга і довірливість споживачів зіграли на руку компанії JWT.

Ще одна подібна історія. У 1950-х роках Sony анонсувала випуск портативного мінірадіоприймача. З нетерпінням чекали новинку покупці, прихильники відомої у світі компанії. Однак, коли такий радіоприймач вдалося зібрати, з'ясувалося, що розмір перевершував планований і він не поміщався у кишеню звичайної сорочки. Тобто ідея зазнала провалу. Але один із засновників компанії — Акіо Моріта — знайшов вихід із ситуації. Він запропонував продавати продукт за допомогою комівояжерів — людей, які ходять по домівках і пропонують купити товари. Тоді для 6 тисяч комівояжерів по всьому світу пошили спеціальні сорочки зі збільшеною кишенею. У перший день роботи команди, зі словами «його дуже зручно носити в кишені» працівники з посмішкою на обличчях продали 4 тисячі новинок. Відомо, що практично ніхто з покупців не помітив обману, і більшість з них бачили проблему лише в неправильному крої своїх сорочок.

Подумайте, чи достовірно подана інформація про товар, чи корисною є така реклама для споживачів...

У сучасних умовах розвитку суспільства основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають її споживачеві шкоди. Реклама не повинна підривати довіру людей та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції.

Цікаво знати, що часто реклама, в якій товар або послуга представлений як «унікальний», «кращий», «найкращий», «єдиний», «найякісніший», може бути визнана недобросовісною.

У недобросовісній рекламі використовують інформацію, яка містить неповні відомості про рекламований товар. Таким чином формується враження в людей про певні переваги, яких товар насправді не має.

Така недобросовісна реклама спонукає нас, споживачів, купувати некорисні товари (наприклад, солодоші, жуйки, чипси, сухарики, газовану воду та ін.) і витратити зайві кошти на товари, які завдають шкоди нашому здоров'ю. Різновидом недобросовісної реклами є також лотереї типу: «Назбирайте ...наклейок, кришечок, етикеток — отримаєте приз».

В Україні в 1996 році прийнято Закон «Про рекламу», згідно з яким недобросовісна реклама заборонена.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про рекламу», недобросовісною є реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати

шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог часу, місця і способу розповсюдження.



СТІКЕР СЛІВ

Недобросовісна реклама — реклама, що містить інформацію або певні твердження, які є неправдивими або можуть ввести в оману споживачів про вид, якість, ціну певного товару чи послуги.

Реклама — будь-яка форма комунікацій, призначена для просування товарів, послуг чи ідей.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. У групах на прикладі товару чи послуги виконайте практичну роботу «Оцінювання рекламного продукту», аналізуючи:

- а) рекламні ролики на телебаченні;
- б) рекламні щити;
- в) рекламу на транспорті;
- г) рекламу в популярних газетах і журналах;
- д) участь у благодійних акціях.

Пам'ятайте! Короткий і зрозумілий фактаж — основний секрет ефективності реклами!

Завдання 2. Виконайте практичну роботу «Розробка дизайну та змісту авторської реклами».

Для початку ознайомтеся з типовими складовими реклами:

- графічна частина;
- слоган (реklamний девіз, лозунг, зачин);
- інформаційний блок;
- діапазон запропонованих послуг;
- спонукання потенційного клієнта (спонсора, партнера) до дії;
- адреса і зв'язок, елементи фірмового стилю.

Використовуючи типові складові реклами, розробіть соціальну рекламу пропагування екологічного стилю споживання в одній із запропонованих форм: буклет, плакат, відеоролик.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ



Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Вибираємо якісне морозиво

Морозиво, як і всю іншу матеріальну товарну продукцію, виробляють за певними технологічними нормативами. Для цього в Україні застосовують ДСТУ (Державні стандарти України) і ТУ (технічні умови). ДСТУ — це документ, який затвердила держава, а ТУ — документ, який розробило підприємство, тому не виключена прихована, непомітна для нас небезпека. Наприклад, виробники можуть продовжити термін придатності морозива.

Коли на обгортці морозива розміщений знак сертифікації ДСТУ 4733:2007, то це означає, що морозиво містить тільки натуральні молочні жири. Залежно від вмісту жиру морозиво поділяють на: молочне (0,5–7,5% жиру), вершкове (8,0–11,5% жиру), пломбір (12–20% жиру).



Коли на етикетці є позначення ДСТУ 4734:2007, то це морозиво плодово-ягідне, ароматичне, шербет, лід, яке виготовляють на основі плодово-ягідної сировини або на основі цукрового сиропу.

Знак ДСТУ 4735:2007 означає, що продукт містить рослинні жири, які заборонені або жорстко обмежені в багатьох країнах. В Україні трансжири заборонено тільки в продуктах харчування для дітей до 3-х років.



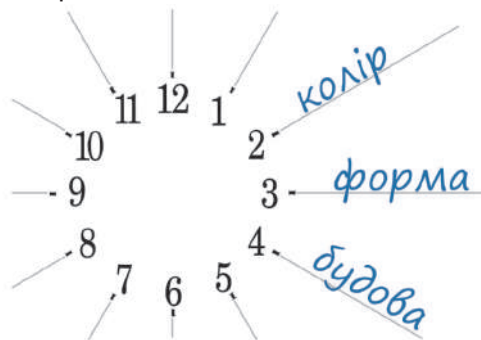
БАНК ІДЕЙ

«Коло сприятливих можливостей»

Щоб пограти в «Коло сприятливих можливостей», візьміть два гральні кубики.

1. Сформуйте завдання, яке вам потрібно розв'язати.
2. Намалюйте коло й розташуйте на ньому цифри, немовби на годиннику (від 1 до 12).

3. Виберіть дванадцять звичайних ознак або дванадцять ознак, пов'язаних з вашим завданням. Напишіть ознаки поряд із цифрами на вашому колі. Звичайні ознаки — це суть предмета, його структура, колір, форма, будова, звук, запах, розміри тощо.



4. Киньте кубики, щоб вибрати першу ознаку, на якій ви зосередите свою увагу.

5. Киньте кубики ще раз і виберіть другу.

6. Розгляньте ці ознаки окремо й у поєднанні одна з одною. Утворіть вільні асоціації з окремими ознаками і з їхнім поєднанням.

P. S. Рекламна агенція взялася за розгортання кампанії з популяризації авіалінії. Намалювала «Коло сприятливих можливостей». Директорка кинула кубики й отримала 4 (зелений) як першу ознаку і 9 (мобільний) як другу. Потім вона утворила вільні асоціації з цими ознаками, і в її уяві постало таке: зелені луки, зелені очі, зелені смарагди, подорожі, туристи, транзит, зелені острови під сонячним промінням та кілька інших.

Вона склала докупи «зелені очі», «подорожі» й «туристи», аж тут виникла ідея кампанії: «Люди із зеленими очима отримують п'ятдесятивідсоткову знижку, якщо купують квитки на Карибські острови. Авіалінія, сподіваючись, що людей із зеленими очима не так уже й багато, пропонує знижку протягом року».



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Відомо, що придбання товару споживачем здійснюють для задоволення певної потреби й отримання вигоди від його використання. Проаналізуйте, які потреби намагаються задовольнити виробники такої продукції (табл. 3).

Підприємства та їх продукція

№ з/п	Підприємства	Продукція
1	Компанія «Баєрн»	аспірин
2	Фірма «Чобіток»	взуття
3	«Сільський галичанин»	газета
4	Фірма «Гуруфлайм»	зволожувальний крем
5	Західноукраїнський національний університет	річне навчання за програмою «Магістр ділового адміністрування»
6	ВАТ «Шоколяда»	цукерки



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Домашнє морозиво «Пломбір»

Здавна відомо, що натуральне морозиво як молочний продукт містить понад 100 корисних речовин — білки, жири, вуглеводи, набір вітамінів (А, В1, В2, В12, С, Д, Е, Р). Кількість вітаміну С зростає при додаванні фруктового наповнювача. Тож приготуємо смаколик — домашнє морозиво «Пломбір».

Інгредієнти:

- молоко — 1 л;
- масло — 100 г;
- цукор — 2 скл.;
- крохмаль — 1 ч. л.;
- яєчні жовтки — 5 шт.

**Спосіб приготування:**

Масло покладіть у підігріте молоко і доведіть до кипіння.

В окремому посуді з'єднайте крохмаль, цукор і жовтки. Розмішайте і розітріть до однорідної маси. Додайте до неї трохи молока, щоб вийшла консистенція рідкої сметани.

У кипляче молоко поступово, тоненькою цівкою влийте отриману масу, постійно помішуючи. І знову все доведіть до кипіння.

Каструлю зніміть із вогню, помістіть у холодну воду і ретельно помішуйте до тих пір, поки маса не стане хоча б теплою.

Після цього залиште її до повного охолодження, а потім розлийте по формах і заморозьте. Смачного!

НА РІВНІ ОЧЕЙ: ЯК ЗМУШУЮТЬ НАС КУПУВАТИ НЕПОТРІБНЕ



Прийоми супермаркетів та продавців часто примушують нас купити непотрібне. Кожен сам за себе. Це не «закон джунглів», а закономірність комерції. Думаєте, у торговій точці завдання продати те, за чим ми прийшли?.. У неї завдання — продати те, що

нам потрібне, і більше; продати те, про що ми навіть не думали й, відповідно, не планували купляти. Звідси і починається маніпуляція нами, споживачами. Ознайомтеся з ними і, зайшовши в торгову точку, оцініть ситуацію критично, користуючись порадами грамотного споживача.

Підприємницька практика працівників супермаркету дуже часто ставить собі завдання — уповільнити рух покупця! І для цього користуються такими способами:

а) роблять широкий вхід і праворуч розміщують ходові й недорогі продукти, щоб покупець звернув увагу і поклав у кошик перші товари (оскільки більшість з нас правші, тому більшу увагу звертаємо на праву сторону);

б) широко вживані продукти (хліб, овочі, молоко, м'ясо тощо) розташовують у різних місцях супермаркету, оскільки, щоб купити потрібне, покупцю доводиться обходити всю територію, і спонукає до побічних покупок;

в) на полицях на рівні очей розміщують найбільш дорогі і вигідні товари, які беруть на 20–30% частіше. Пам'ятайте: щоб заощадити, дивитися треба на нижні або верхні полиці;

г) великі візки в супермаркетах заставляють покупців повільніше рухатися по території — і купляти додатково більше товарів.

Психологи зазначають, що цінник — це сила лівої половини. Наприклад, підвищення ціни з 5,10 до 5,80 грн на нашій купівельній спроможності суттєво не позначиться. А ось на зміни показника, що зліва від коми, покупці більш активно реагують. Знаючи таку психологічну особливість, що людина

бачить тільки ліву частину, продавці ставлять ціну з дев'ятками: 55,90 грн, тоді покупець оцінює це як 55 грн, а не 56.



Рис. 6. Акційний цінник

Акційні цінники часто червоного кольору, оскільки це колір збудження, бажання купити (рис. 6).

Тут продавець також розраховує на неуважність покупця, який, побачивши ціну, проігнорує, що цінник розміщений з 19 вересня, а акція триватиме лише 29 вересня.



Розглянемо «гачечки», як покупця затримують у магазині. Основні способи, як «розвести нас на гроші», видав директор із продажу одного великого торгового центру (більше інформації дізнайтеся за QR-кодом).

Спосіб 1 — змінюють розташування відділів.

Люди звикають до розташування відділів. Це невигідно, адже тоді вони рухаються по своєму маршруту і витрачають менше. Тому періодично у супермаркетах змінюють відділи, щоб ми пленталися між рядами в пошуках будь-якої дрібниці, набиваючи візок іншими товарами.

Спосіб 2 — світло.

Тьмяне освітлення уповільнює рух, і люди розглядають товари докладніше, але при яскравому освітленні вони купують активніше.

Яскраве світло привабливе для молоді, тому магазини змінюють освітлення: в першій половині дня яскраве, а ввечері, до приходу дорослого покоління — приглушене.

Спосіб 3 — маніпуляції з музикою.

Ми чуємо тільки оголошення по гучномовному зв'язку про акції. Але ритейлери роблять ставку не на них, а на музику, що діє на підсвідомість. За допомогою музичного ритму вони намагаються керувати настроєм і швидкістю покупців. Доведено, що при класичній музиці споживачі вибирають більш дорогі продукти. А при повільній — продаж виростає на 38% порівняно з відділом, у якому музики немає.

Спосіб 4 — маніпуляції із запахами.

Ви ж помічали, що від «Макдональдса» запах поширюється на десятки метрів? Так-так, щоб ви зголодніли.

Супермаркети роблять так само, адже голодна людина купує активніше. Є навіть термін «аромомаркетинг». Тому за останні роки великі мережі мають власні пекарні і викладають свіжоспечений хліб у відкритих пакуваннях. Запах поширюється, тягне відвідувача, виділяється шлунковий сік — і ми витрачаємо більше. Крім цього, запахи штучно поширюються через системи вентиляції. І продавці експериментують. Шоколад, фрукти, хліб — для різних відділів свій запах.

Експерименти довели, що після встановлення подібних систем продажі виростають на 7%. Уявляєте, яка це сума?

Спосіб 5 — маніпуляції з атмосферою.

Для цього важлива атмосфера — вона впливає на відчуття і комфорт. У торгових центрах штучно підтримують оптимальні параметри: вологість 45%, температуру 22°C. Атмосфера в магазині повинна бути нейтральною — такий собі оазис, з якого не хочеться йти.

Спосіб 6. У супермаркеті пов'язані продукти розташовують поруч:

- кондитерку і чай;
- молоко і печиво;
- рибу і приправу.

Вас нашттовхують на думку: «О, точно — приправу ж до риби потрібно», хоча до цього ваша мама шикарно готувала тільки з сіллю і перцем, а за приправу не думала, — і чек виріс.

Спосіб 7. Дрібні товари біля каси.

Ці дрібниці, які ми розглядаємо в черзі: жуйки, кіндерсюрпризи і батарейки, роблять солідну надбавку до доходів. Це називають «спонтанні покупки» — про які й не думали, але раптово купили, вважаючи, що хочете шоколадку, а вам просто показали її в потрібний час.

Одна з успішних українських бізнес-компаній на своїй інтернет-сторінці розкриває сутність маніпуляцій продажу у статті «21 маніпуляція продавця і способи їм протидіяти». Зупинимося на огляді окремих з них.

Стежте за собою — будьте обережними з акціями! **«Пропозиція з найбільшою знижкою»** Виглядає це так: серед стелажів розташовують соковито оформлену новинку (або кілька) із закресленим цінником і сумою знижки 50%. Суть такої маніпуляції — продати товар за ціною, яка влаштовує магазин. Зауважте, що цінник на товарі високий і після знижки. Тому продавець обов'язково порекомендує звернути увагу на такий товар, знизивши вашу чутливість до нижчих цін у магазині. Навіть не розмовляючи з вами — ефект вже досягнутий. Ви доведете самі собі, що зможете знайти гідну по ціні і крашу по якості альтернативу в цьому магазині.

Правильна поведінка — позбудьтеся звички захоплюватися великими знижками. Візьміть за правило звертати увагу на характеристики та експлуатаційні властивості товару, що можна продемонструвати і перевірити до покупки. Просіть продавця назвати і показати мінімум три товари в магазині, які мають абсолютно аналогічні параметри.

«Репутація бренду говорить сама за себе» Мовляв компанія «Супер-Пупер» вже 25 років на ринку, і тому вам пропонують звернути увагу на відомі бренди. Суть маніпуляції — зв'язати у вашій голові назву бренду і якість конкретного товару. 90% продукції, представленої в Україні, виготовляють у Китаї або на китайському обладнанні. Тому забудьте про авторський нагляд бренду над товарами, виготовленими для України. 7–10% браку закладається як норма виробництва. Такий товар не кращий, але і не гірший, ніж товари менш відомих або регіональних брендів. Така покупка — завжди частково лотерея.

Правильна поведінка — відповісти «Ні, репутація нічого мені не говорить». Попросити запропонувати вам виробників з найвищими термінами гарантії на свою продукцію, сервісним центром у місті і регіональним складом, на якому можна зробити швидко заміну товару за гарантією.

«Три на вибір» З цих 3 варіантів радимо звернути увагу на перший. Продавець відразу запропонує вам 3 моделі товару на вибір: один дешевий, другий досить дорогий, третій найвищий за ціною. Суть маніпуляції у стимулюванні покупки, спростивши вибір. Безпрограшний варіант для продавця — програшний для вас. Як тільки ви почнете обирати, будете себе переконувати самі, а продавець допоможе вам аргументами на користь вашого вибору. Зауважили, що ви вже його робите?

Правильна поведінка — розширюйте вибір з 3 до 9 моделей, а далі відкладайте, які вам не подобаються. Залишаться 3 вдалі моделі, або жодна вам не підійде.

«Бажана поведінка» Давайте приміряємо те, що вам сподобалося: це і ось це теж. Продавець відразу пропонує вам одягнути виріб, дістає його з полицки, ставить перед вами і пропонує його випробувати. Суть маніпуляції у стимулюванні «правильної поведінки». З більшою ймовірністю ви це купите, ніж відмовитеся після тестування. Активується ваше відчуття власності — «це моє».

Правильна поведінка — не соромитися пропонувати показати не 1–2 варіанти, а обрати з 6–10 варіантів і сказати: «Жаль, але того, що мені потрібно, у вас немає». До речі, тренуйтеся тримати на собі увагу без відчуття провини за приділений вам час.

«Ванна принцеси Діани» У ванні цього виробника купалася сама принцеса Діана. Маніпуляції через соціальне підтвердження. Хіба можуть помилятися ці... багаті люди, які купують нерухомість у нашій новобудові? Суть маніпуляції — змусити вас повірити у безпомилковість вибору людей, вищих від вас за статусом.

Правильна поведінка — уточніть, хто ці... багаті люди (можливо, ви їх знаєте). Якщо не знаєте особисто — ігноруйте цей аргумент. Попросіть аргументувати, чому це потрібно вам.

«Академічна мова» «Структура нашого унікального запобіжника використовує принцип фазотрона для запобігання росту напруги... Ви ж розумієте...» І при цьому ви киваєте головою. Часто застосовується при продажу складної техніки. Суть маніпуляції — створити уявлення про унікальні знання продавця, змусити вас віддати свої гроші цій хорошій, кваліфікованій людині.

Правильна поведінка — якщо «академічної мови» більше 80% і ви нічого не розумієте та відчуваєте розгубленість, скажіть фразу: «Я не бачу переваг для себе в цьому товарі», або ввічливіше: «Спробуйте пояснити це мені ще раз, так, щоб я вас зрозумів/зрозуміла».

«Бери і біжи» Пропозиція актуальна завтра до 12 години дня. Обмеження часу для прийняття рішення. Суть маніпуляції — вказати, що така пропозиція трапляється лише 1 раз на рік, тому втрачати її не можна. Ви повинні зараз прийняти рішення: позичити гроші в банку чи закласти квартиру й оплатити завдаток.

Правильна поведінка — пам'ятати, що можливості — як автобуси на зупинці — від'їхав цей, буде наступний. У вас відсутня об'єктивна причина обмежувати свій вибір. Вислухайте, запитайте, до кого з їхніх конкурентів не варто їхати. Запишіть адреси, заїдьте.

«Купи мене» Неймовірно позитивний настрій, постійна усмішка, ідеальний зовнішній вигляд. Справити приязне враження для того, щоб продати більше. Суть маніпуляції — замінити вибір за якісними характеристиками емоційним задоволенням від спілкування з приємною людиною.

Правильна поведінка — зробіть комплімент людині за її старання і скажіть, що вам у ній подобається (розрахуйтеся за емоційний борг), поговоріть на нейтральні теми і потім поверніть розмову на потрібну вам ділову тему. Якщо складно відволіктися від приязного обличчя — сядьте на незручний стілець.

«Лише уявіть» Лише уявіть себе в автомобілі такого класу. Звернення до емоцій та переживань покупця. Емоційна аргументація при покупці

статусних речей дійсно сильніша, ніж логічна. Суть маніпуляції — створити зв'язок між відчуттям задоволення і цим товаром, який вже майже ваш. Чим сильніша залежність, тим вища готовність її свідомо захищати, а, відповідно, шукати спосіб придбати товар.

Правильна поведінка — розслабтесь і отримуйте задоволення від процесу, а не товару, з ним пов'язаним.

«Чим вам допомогти?» «Можу вам щось підказати?» Кого з нас не «діставали» такими фразами? Суть маніпуляції — почати діалог і сфокусувати увагу покупця на вигідному продавцю рішенні.

Правильна поведінка — перепитати, яку саме допомогу вам пропонують. Дайте йому поносити ваш рюкзак. Попросіть розповісти, що і де розміщено, не зупиняючись на окремих товарах, і не відповідайте на уточнюючі питання. Потім відпустіть продавця і спробуйте обрати самі.

«Найновіші моделі» «Ми підібрали лише найновіші моделі». Суть маніпуляції — показати і продати найвигідніші магазину моделі з найвищою націнкою.

Правильна поведінка — уточнюйте про колекції, які розпродуються, де можна придбати минулорічні моделі, які товари вже не будуть завозитися від постачальника; просіть показати товари високої якості зі знижками.

«Отримайте безкоштовно» «При покупці 2 товарів 3-й безкоштовно (або в подарунок)». Ви розумієте, що ціна третього товару вкладена в націнку двох перших? Логічно? Суть маніпуляції — скористатися вашим бажанням отримати щось просто так. На халяву.

Правильна поведінка — пам'ятати, що торгівля і халява — речі діаметрально протилежні. Визначтесь із метою покупки. Ви очікуєте задоволення від процесу покупки чи просто придбати якісну річ? Якщо процес покупки важливіший — платіть за шоу та розвагу 2 товари і 3-й безкоштовний, якщо потрібна якісна річ — обирайте в магазині, а купуйте в інтернеті.

«Всі це беруть» Переконати прикладом. Наслідування — сильний інструмент переконання. Суть маніпуляції — продати модель товару, про яку нічого не знаєш, або яка досить очевидна у використанні. Наприклад, димер для LED стрічки.

Правильна поведінка — всі це беруть, ви не берете. Дізнайтеся до візиту в магазин точні властивості товару, приклад застосування і маркування.

Ось ми розглянули основні комунікативні маніпуляції та спосіб використати їх собі на користь.



СТІКЕР СЛІВ

Мерчандайзинг — мистецтво представити товар у торговому залі з метою підвищення попиту на продукцію.

Ритейлер — реалізатор.



МініПРАКТИКУМ

Цікаво знати, що у практиці мерчандайзингу використовують три рівні викладки товару — на рівні очей, на рівні рук та на рівні ніг. На рівні очей розміщують ті товари, які необхідно продати в першу чергу, на рівні витягнутої руки розташовують менш пріоритетні товари, а на рівні ніг — найдешевші товари.

Зокрема, переміщення товару з рівня ніг до рівня очей сприяє збільшенню його продажів на 70–80%, а перенесення товару з рівня очей на рівень витягнутої руки знизить його продажі на 20–30%.

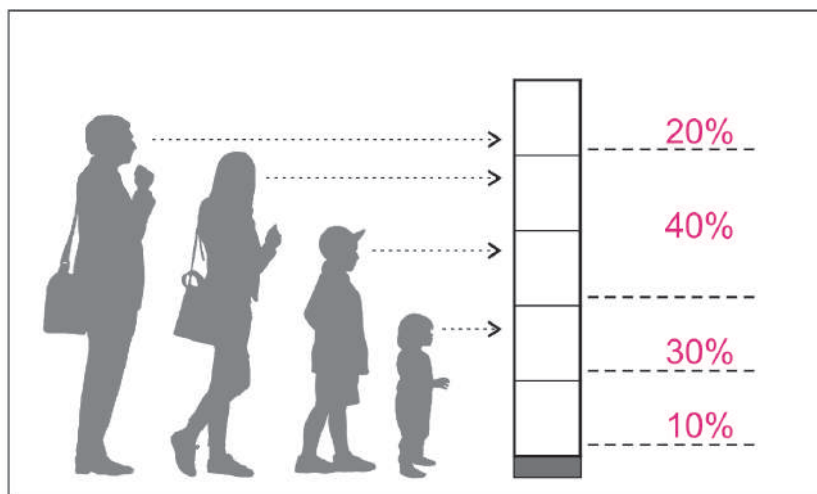


Рис. 7. «Золоті» полиці з урахуванням зросту покупця та розподіл обсягів продажу між полицями торговельного обладнання

Роздивившись рисунок 7, подумайте, на якій полиці з п'яти ви як продавець розмістили б каву, олію, цукерки і печиво. Відповідь обґрунтуйте.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Вибираємо якісний шампунь



Для підлітків важко підібрати шампунь. Складність полягає в тому, що через нестабільність гормонального фону змінюється жирність-сухість шкіри голови дитини. Жирні локони швидко стають неохайними, шкіра може почати свербіти, може з'явитися лупа. Тому основний догляд за волоссям у підлітковому віці полягає в регулярному очищенні. Якщо в догляд

за волоссям для дівчаток і хлопчиків включити шампунь для нормальної шкіри, то він не буде повноцінно справлятися з очищенням через підвищену роботу сальних залоз. Шампунь же для жирної шкіри голови буде сприяти її зневодненню, що може призвести до появи дерматиту. Тому альтернативою буде продукт для нормальної і жирної шкіри. До речі, в такому віці вже не підходять дитячі шампуні, оскільки вони не очищать повністю шкіру голови. Через це можуть забитися волосяні мішечки, що може призвести до випадіння волосся. Як же правильно зорієнтуватися підлітку-споживачу в потоці суперечливої інформації? На що потрібно звертати увагу при покупці? Спочатку переглянемо етикетку свого улюбленого шампуню. Яку інформацію ми отримаємо?

1. Зверніть увагу на термін придатності. Допускається 1–2 роки (якщо є переважно рослинні компоненти). Також ви маєте пам'ятати, що, купуючи косметичні засоби, обов'язково потрібно звертати увагу на країну виробника, позначки, що є на пакованні, умови зберігання, якість самого пакування.

2. Вибирайте продукцію з україномовними написами складників, бо їх невідомі назви можуть нести загрозу вашому здоров'ю. А саме:

а) до складу засобу можуть входити силікони. Вони накопичуються на шкірі, забивають пори, заважають циркуляції повітря і порушують кровообіг. А такі інгредієнти, як Methikone, Cyclomethikone, Dimethicone Cetyl, Behenoxy Dimethicone, Amodimethicone, Stearoxy Dimethicone, погіршують здоров'я волосяного фолікула;

б) зараз вже складно уявити собі шампунь без консервуючих речовин. Але деякі консерванти можуть бути небезпечні. Серед них: DMDM Hydantoin diazolidinyl urea, Imidazolidol urea, Sodium hydroxymethylglycinate, monosodium salt, N-(Гідрохиметил) glycine і quaternium-15. Все це — сполуки формальдегіду, який відноситься до класу високого рівня небезпеки хімічних речовин. У першу чергу він шкідливий для слизових оболонок і шкірних покривів, часто викликає алергічні реакції. У багатьох країнах Європи деякі з цих консервантів вже давно заборонили використовувати в косметичних засобах;

в) у всіх миючих засобах є поверхнево-активні речовини (ПАР), які створюють пінистий ефект і очищають від забруднень. Але серед них є такі, що володіють канцерогенними властивостями — провокують ріст злоякісних пухлин:

- лаурилсульфат амонію (ALS);
- лауретсульфат амонію (ALES);
- лаурилсульфат натрію (SLS);
- лауретсульфат натрію (SLES).

Вони поступово накопичуються, сприяють зниженню захисних сил організму, провокують захворювання. Додавання сульфатів у шампунь — це найпростіший спосіб домогтися густої піни, а також видалити шкірний жир з волосся і шкіри голови. Концентрація сульфатів у шампунях різна: в засобах для жирного волосся їх більше, для сухих і нормальних — дещо менше. SLS і SLES використовуються в більш дорогих шампунях, а ALS і ALES у більш дешевих.

Компоненти шампуню:

- вода;
- ПАР;
- піноутворювач;
- кондиціонер;
- регулятор рН;
- консервант;
- базові та ефірні олії;
- біодобавки;
- ароматизатор



Шкідливі добавки:

- агресивні ПАР;
- силікони;
- консерванти;
- парабени

Для миття волосся цей SLS-компонент всього лише змішують зі спеціальним пом'якшувачем, що знімає його агресивну дію. Але! Ми ж миемо голову регулярно! А регулярне використання SLS у шампунях не може не робити

згубної дії. Чи замислювалися ви, чому після використання того чи іншого засобу у вас з'являється свербіж шкіри, алергія, волосся стає тьмяним і ламким? І ось ми знову повертаємося до сульфатів і їх впливу на наше здоров'я. Так, для прикладу, лаурилсульфат натрію (Sodium Lauryl Sulfate або SLS) — це недорогий миючий засіб, який отримують з кокосової олії і нафти. Це найнебезпечніший інгредієнт у складі шампунів для волосся. Він дуже швидко видаляє жир з будь-якої основи, а також відмінно піниться. Саме тому його широко використовують в промисловості для позбавлення від жиру в гаражах і автосервісах, знежирення двигунів і в засобах для миття машин. Зверніть увагу, що деякі виробники маскують цей сульфат красивою назвою «компоненти, отримані з кокосових горіхів»;

г) до складу шампуню часто входять парабени (Parabens) — агресивні речовини, які чудово змивають бруд. Але, крім цього, вони розчиняють і видаляють ліпідні речовини з поверхні шкіри. Шкіра висушується, сильно дратується, швидше забруднюється, що змушує знову мити голову. Часто ці речовини провокують алергічні прояви.

У складі органічних шампунів можуть бути як натуральні, так і синтетичні компоненти. Виробники органічних шампунів стверджують, що їхні продукти не погіршують стан як природи, так і волосся, і шкіри голови. Вони містять практично повністю біорозкладні компоненти, які мають м'яку дію. Дорогі екстракти в їх складі можуть дійсно покращувати стан волосся і шкіри голови. Так, екстракт листя оливи полегшує розчісування і є природним кондиціонером. З іншими екстрактами можуть вноситися антиоксиданти, що поліпшують стан чутливої шкіри, або речовини, що підсилюють кровообіг і стимулюють ріст волосся. Консерванти в таких шампунях (наприклад, лимонна кислота) не мають агресивної дії. Аромату надають ефірні олії, які до того ж створюють настрій.

Правда, власники жирного волосся інколи вимушені милити голову більше двох разів, збільшуючи витрату недешевого органічного шампуню.

Як бачимо, підбір відповідного для вашого волосся шампуню — справа нешвидка. Вивчайте написи на пакуванні. Якщо ви перевірили етикетку свого шампуню і не знайшли нічого з перерахованих шкідливих речовин — вітаємо, ваш шампунь безпечний для волосся і шкіри голови! Шукайте шампунь, після якого ваше волосся сягатиме чистотою та красою, а шкіра не луштитиметься та не свербітиме. Адже при виборі найкращого шампуню все одно останнє слово залишиться за вашим волоссям.



БАНК ІДЕЙ

Будьте дослідником. У психології є закон «фігури та фону». Суть цього закону полягає в тому, що людина завжди виділяє з оточення один об'єкт, при цьому інші об'єкти, що знаходяться поряд, на певний час стають його фоном (рис. 8).

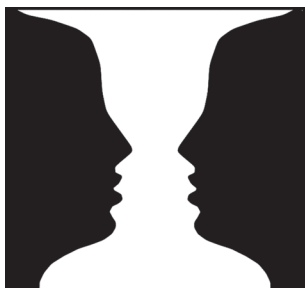


Рис. 8. Ви бачите вазу чи дві особи?

Приклад реалізації закону «фігури та фону»

Цей закон використовують у мерчандайзингу в тих випадках, коли необхідно акцентувати увагу покупця на конкретному товарі для активізації його продажу.

Виділення фігури на фоні досягається за рахунок:

- кількості або розміру (наприклад, кількість одного товару на полиці більша, ніж іншого, або один товар більший за розміром, ніж інший);
- яскравих кольорів (червоного, помаранчевого, жовтого та ін.); товари з яскравим пакуванням частіше стають фігурою, ніж фоном;
- нестандартної форми товару або пакування — покупець перш за все відзначає все нове та нестандартне за формою, кольором і пакуванням (спрацьовує ефект новизни);
- підсвічування товару, яке використовують у процесі торгівлі товарами, які покупцю необхідно добре оглянути (наприклад, годинники, ювелірні вироби, одяг та ін.);
- створення емоційного образу (поєднання мерчандайзингу та дизайну) — прикладом є принцип total look у представленні товару (наприклад, створення завершеного образу з елементів одягу та аксесуарів).

Проведіть мінідослідження закону «фігури та фону» на прикладі відвідування супермаркету і спостереження за покупками інших споживачів. Як це впливає на кількість покупок? Результати мінідослідження коротко занотуйте у свій зошит.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

У п'ятницю в супермаркеті відвідувачів було на 35% більше, ніж у четвер. Скільки відвідувачів було в торговельному закладі в четвер, якщо у п'ятницю відвідало 2352 людини?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Борщ: класичний рецепт

Як відомо, український борщ є невіддільною частиною нашої культури харчування. Існує більше тисячі рецептів цієї страви, що говорить про багату гастрономічну спадщину, яку потрібно вміти нам зберігати і пропагувати. Тож пропонуємо один із рецептів борщу.

Інгредієнти:

Для бульйону:

- вода — 1,5–2 л;
- свинина або яловичина — 400 г.

Для пасерування:

- буряк — 2 шт.; - морква — 1 шт.;
- цибуля — 3 шт.; - томатна паста — 2 ст. л.;
- соняшникова олія — 4–5 ст. л.; - лимонна кислота — дрібка.

Для борщу:

- капуста білокачанна свіжа — 300 г; - картопля — 4 шт.;
- сіль, лавровий лист, зелень — за смаком.

Для подачі:

- сметана — 1 ст. л. (у кожному тарілці); - зелень.

Спосіб приготування:

Крок 1. Варіть бульйон. У 3-літрову каструлю налейте 1,5–2 літра води. Закладіть м'ясо і ставте на середній вогонь. Перед закипанням зніміть піну, як тільки бульйон закипить, накрийте каструлю кришкою і варіть на повільному вогні годину-півтори.

Крок 2. Пасеруйте. Помийте і почистіть буряк, моркву і цибулю. Буряк натріть на крупній тертці, а моркву — на середній. Цибулю наріжте кубиками.

На середньому вогні в сковороді розігрійте олію, висипте туди цибулю і моркву, смажте 5 хвилин. Додайте буряк.

Смажте овочі ще 5 хвилин, додайте томатну пасту, перемішайте і смажте все ще 5–7 хвилин.

Крок 3. Варіть борщ. З бульйону вийміть м'ясо і, поки воно остигає, киньте в бульйон нашатковану капусту. Через 5–10 хвилин додайте нарізану соломкою картоплю. Відокремте м'ясо від кістки і наріжте його кубиками. Поверніть м'ясо в борщ, посоліть його і додайте засмажку. Перемішайте борщ, додайте лавровий лист і дрібно посічену зелень, накрийте кришкою і варіть все ще 5–7 хвилин.

Борщ готовий! Подавайте борщ зі сметаною і зеленню. Смачного!



СМАЧНО? КОРИСНО? ЧИ ЯК? ХАРЧОВІ ДОБАВКИ, КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ



Чи вся корисна їжа смачна? І чи все смачне корисне?

Риторичні запитання, над якими не всі задумуються. Одна частина суспільства ні в чому не обмежує своїх гастрономічних бажань і вживає сухарики, чипси, солодкі газовані напої, консервовані продукти, солодкі батончики, жирні м'ясні вироби, вуличну їжу, кетчуп, майонез і т. д. І все без обмежень. Саме через такі смаки з'являються в людей різного віку ожиріння, серцево-судинні захворювання, хвороби шлунково-кишкового тракту, цукровий діабет тощо. Друга частина людей також впадає в крайнощі. Вони надають перевагу ексклюзивним продуктам: спіруліні, чаю матча, ягодам годжі, горіхам кеш'ю, манго, авокадо, не вживають лактозу, глютен у їжу. Таке харчування дорого коштує і неповноцінне.

Гамбургер, картопля фрі, хот-дог, сендвіч, шаурма, піца. Цей перелік фаст-фудів завоював популярність серед різних вікових груп у різних країнах світу, став улюбленими ласощами як дорослих, так і дітей. На жаль, усі розуміють, що фаст-фуд шкідливий для здоров'я, проте далеко не всі знають, яку саме небезпеку він несе в собі. Якщо проаналізувати наслідки постійного вживання цієї їжі, то результат виявиться невтішним. Дослідження американських учених показали, що діти, які споживали фаст-фуд, гірше справлялися з тестами з математики, читання. У дітей з таким раціоном спостерігається низький рівень заліза в крові, який і призводить до уповільнення в розвитку певних процесів у головному мозку, оскільки цей мікроелемент міститься практично у всіх клітинах організму, проте найвища концентрація даної речовини спостерігається в червоних кров'яних тільцях

(еритроцитах). Ці клітини забезпечують транспортування кисню до тканин по всьому організму. Щодо іншого твердження, то шкідливий вплив на процеси навчання надає раціон харчування цими «ласощами», бо вони мають підвищений вміст жирів і цукру. Люди, які вживають фаст-фуд, схильні до розвитку депресії набагато більше, ніж ті, хто дотримується здорового харчування. Фаст-фуд викликає залежність, яка прирівнюється до залежності від наркотиків. Продукти з високим вмістом жиру і цукру провокують зміни в мозку, подібні з тими, які відбуваються при наркотичній залежності. Приємний присмак створює смакову ілюзію, відчуття, ніби страву тільки що зняли з вогню, але це лише смакова добавка, ароматизатори. Тому подібний продукт навряд чи можна назвати корисним! А яке ваше ставлення до швидкої їжі? Якщо порівняти середню вартість їжі у найбільшій у світі мережі закладів швидкого харчування і вартість простих і корисних продуктів, то кілограм пшона чи гречки, фаршу індички і пакет заморожених овочів обійдеться споживачеві в таку ж суму, як обід фаст-фудом.

За даними наукових досліджень, саме неправильне харчування є причиною найбільшого відсотка смертей у світі. Кожна п'ята смерть у світі трапляється через те, що люди не їдять здорову їжу.

Що ж їсти? Як і в усьому, потрібно дотримуватися золоті серединки. Оригінальне завжди просте.

Міркуюмо креативно: закарбуйте — запам'ятайте — практично.

Дотримуйтесь визнаних норм здорового харчування.

1. Їжа має бути місцевою, локальною.
2. Їжа має бути сезонною. Кавун принесе організмові більше користі у кінці літа та восени, ніж у червні чи січні. Система травлення організму адаптована краще до того, що «виросло поруч». Наші місцеві овочі і фрукти засвоюються краще, ніж екзотичні. Наприклад, груша корисніша, ніж манго. До того ж екзотичні фрукти транспортують здалека і хімічно обробляють, з метою їх тривалого зберігання.
3. Харчування має бути різноманітним. Наприклад, із моркви, яблук, капусти можна приготувати багато корисних страв.
4. Усе, що можна їсти в сирому вигляді, треба їсти сирим. Тим, хто не може вживати сирі овочі, доцільно їх запекти, відварити. У раціоні має бути менше смаженої їжі, а більше пареної або тушкованої.
5. Страви мають бути легкі у приготуванні.
6. Більше пити води. Загалом, організм людини складається на 86–50% із води (86% — у новонароджених і 50% — у літніх людей). До речі, склянка теплої води вранці натще — корисна звичка.

Тому сьогодні набуває популярності нутриціологія — наука про їжу та харчування, про харчові продукти, харчові речовини та інші компоненти, що містяться в цих продуктах, про їхню дію і взаємодію, про їхнє споживання, засвоєння, витрачання та виведення з організму, про роль у підтримці здоров'я або виникненні захворювань.

Яка різниця між більш відомою дієтологією і нутриціологією?

Дієтологія — наука про фізіологічні, біохімічні основи харчування та дієтичне харчування при різних хворобах.

Нутриціологія вивчає вплив харчових речовин на фізіологічні та біохімічні процеси в організмі. Завданням спеціаліста-нутриціолога є забезпечення правильного харчування і здорового життя людини.



СТІКЕР СЛІВ

Дієтологія — наука про фізіологічні, біохімічні основи харчування та дієтичне харчування при різних хворобах.

Нутриціологія — наука про їжу та харчування, про харчові продукти, харчові речовини та інші компоненти, що містяться в цих продуктах, про їхню дію і взаємодію, про їхнє споживання, засвоєння, витрачання та виведення з організму, про роль у підтримці здоров'я або виникненні захворювань.

Стартап — нещодавно створена компанія, що будує свій бізнес на основі інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами.



МініПРАКТИКУМ

На початку 90-х років минулого століття Гарвардською школою нутриціології була розроблена піраміда здорового харчування, із часом вона змінювалась, але її принципами користуються і тепер. Найбільш вдалою та сучасною визнано піраміду, розроблену Гарвардською школою громадського здоров'я під керівництвом американського дієтолога Уолтера Вілета (рис. 9).

В основі піраміди лежить фізична активність та достатнє споживання рідини, переважно у вигляді мінеральної води.



Рис. 9. Піраміда здорового харчування

Друга сходинка складається з трьох груп продуктів: овочі та фрукти, цільнозернові — джерела повільних вуглеводів (необроблений рис, хліб грубого помелу, макаронні вироби з цільнозернового борошна, каші) та рослинні жири, що містять поліненасичені жирні кислоти (оливкова, соняшникова, рапсова та інші олії). Продукти з цих груп слід по можливості вживати з кожним прийомом їжі. При цьому частка овочів та фруктів розподіляється так: 2 порції фруктів (близько 300 г на день) та 3 порції овочів (400–450 г).

На третій сходинці піраміди знаходяться продукти, що містять білок рослинного (горіхи, бобові, насіння (насіння соняшнику, гарбуза, льону та ін.)) та тваринного походження (риба і морепродукти, м'ясо птиці (курятина, індичатина), яйця). Такі продукти можна вживати від 0 до 2 разів на день.

Вище розташовані молоко та молочні продукти (йогурти, сир тощо), їх споживання слід обмежити 1–2 порціями на день.

На верхівці піраміди — продукти, вживання яких необхідно скоротити. До них відносяться тваринні жири, що є в червоному м'ясі (свинина, яловичина) та вершковому маслі, а також продукти з великою кількістю так званих швидких вуглеводів: з білого борошна (хліб, хлібобулочні та макаронні вироби), очищений рис, газовані напої та інші солодоці. Віднедавна в останню групу включили й картоплю через підвищений вміст у ній крохмалю.

Як уже було зазначено, в основі піраміди лежить щоденне виконання фізичних вправ, а також контроль за вагою. Фізичні вправи і контроль ваги пов'язані простим **правилом балансу енергії**:

зміна ваги = калоріям, які поступають в організм – калорії, які витрачаються

Якщо ви спалюєте стільки ж калорій, скільки ви споживаєте з їжею, то нічого не залишається на відкладання у жирових клітинах і вага не змінюється.

«Правило Гарвардської тарілки» — збалансоване харчування, що базується на трьох основних моментах: адекватна калорійність, достатнє вживання здорових продуктів та насолода від їжі. Оцінити адекватність калорійності харчування кожній людині неважко. Треба обчислити індекс маси тіла (як це робити, див. нижче в рубриці «Батл розумників»). Якщо індекс становить 18,5–25,0, то людина вживає потрібну кількість калорій. Показники вище або нижче норми свідчать про надлишкове або недостатнє харчування. Розглянемо склад Гарвардської тарілки (рис. 10):

- овочі та фрукти — основні продукти харчування, мають «займати» 1/2 тарілки;

- цільнозернові продукти — 1/4 тарілки. Йдеться про цільні й неочищені зернові: ячмінь, зерна пшениці, вівсянку, гречку, неочищений рис і продукти, виготовлені з них;

- білкові продукти — 1/4 тарілки. Риба, курка, квасоля, горіхи, сир тофу — здорові і різноманітні джерела білка. Їх можна додати в салат, вони добре поєднуються з овочами. Однак споживання червоного м'яса та м'ясопродуктів (сосиски, ковбаса, шинка і т. ін.) краще уникати.

Скориставшись отриманою інформацією, пропишіть своє меню на Гарвардській тарілці.

Для початку постарайтеся подумки розділити тарілку навпіл. Одну половину розділіть ще раз навпіл — ви створили три зони, які й будете наповнювати їжею. Саме так і повинні виглядати сніданок, обід і вечеря.

Намагайтеся споживати корисні продукти з усіх груп щодня:

овочі та бобові, фрукти та ягоди, цільні злаки, рибу, м'ясо, яйця, корисні жири, молочні та кисломолочні продукти



Рис. 10. Гарвардська тарілка здорового харчування

Аркуш паперу із зображенням тарілки найкраще почепити на холодильник, щоб пам'ятати про це правило під час приготування страв.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.





ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Спосіб приготування талої води

Звичайна вода — чи то водопровідна, чи з колодязя, чи з джерела — складається з трьох складових частин. Давайте розглянемо фізичні та хімічні властивості цих складових більш детально.

- Дейтерієва вода, ще її називають важкою або «мертвою», в ній атоми водню витіснені атомами дейтерію. Хімічна формула — D_2O , замерзає при температурі $+3,8^{\circ}C$.

- Протієва вода (прісна, «жива») необхідна для нормальної діяльності всіх живих організмів. Формула всім знайома — H_2O , температура замерзання теж відома всім — $0^{\circ}C$.

- Домішки — всілякі розчинні у воді солі, отрутохімікати та органічні сполуки. Замерзають при температурі $-7^{\circ}C$.

Приготуйте самостійно талу воду (рис. 11) і переконайтеся в її позитивному впливі на організм.

1. У скляний або фарфоровий посуд (найпростіший і найдоступніший варіант — скляна банка) налийте воду, але не до країв, залишаючи місце для зростаючого в об'ємі льоду. Помістіть ємність у морозильну камеру, не забувши під неї підкласти для теплоізоляції квадрат картону. В обов'язковому порядку накрийте ємність зверху кришкою або таким же шматком картону і починайте спостереження.



Рис. 11. Приготування талої води

2. Через кілька годин, залежно від об'єму води і потужності морозильної камери, на поверхні води утворюється шар льоду. Коли його об'єм досягне 15–20% від об'єму посуду з водою, крижану кірку (замерзлу дейтерієву воду) видаліть і помістіть ємність знову в морозильну камеру.

3. Ще через кілька годин, коли незамерзлої води в посудині залишиться приблизно третина від всього об'єму, ємність з морозильної камери витягніть. Незамерзлу воду (солі і хімікати) злийте геть, а лід, що залишився, який і складається з протієвої води, розморозьте при кімнатній температурі і вживайте для пиття.

Пам'ятайте, що через добу тала вода втрачає свої цілющі властивості, тому багато хто розміщує лід на нижній полиці холодильника і, по мірі його розмерзання, п'є свіжу талу воду.



БАНК ІДЕЙ

За останні роки у світі значно розвинулась індустрія штучного м'яса з рослинних компонентів. Така продукція вже появилась в меню мереж ресторанів швидкого харчування. Найбільші виробники рекордно збільшили продажі, а в їх тіні розвивалися молоді стартапи з незвичайними бізнес-рішеннями. Ці компанії продовжують шукати власні способи перетворити рослинні компоненти в продукт, що не відрізняється від справжнього м'яса.

Наприклад, швейцарська Planted розробила штучну курятину і вже почала продавати її в ресторани. А малайський стартап Phuture Foods має намір нагодувати всю Азію «свининою» з грибів, бобів і пшениці. В Японії стартап з виробництва культивованого м'яса IntegriCulture буде вирощувати фуа-гра зі штучного м'яса. А от компанія Nestle почала виробляти тунець на основі горохового протеїну та пшеничного білка.



За QR-кодом ознайомтеся з новітніми стартапами, які працюють у сфері виробництва штучної тваринницької продукції. А зараз наведемо приклади окремих з них.

Zhenmeat — перший та провідний китайський стартап з виробництва м'яса на рослинній основі, що створює стійкі заміники білка, адаптовані до потреб Китаю. Його продукція включає свинину на рослинній основі, сосиски та фрикадельки, приготовлені з горохового протеїну, грибів, целюлози, кокосової олії, різних натуральних ароматизаторів і спецій. Zhenmeat також працює над веганськими раками та свинячою вирізкою.

Асортимент продукції філіппінської компанії WTH Foods (Worth The Health) включає тушковану свинину з джекфрута (індійського хлібного дерева), нагетси з джекфрута і фарш на основі машу (бобів).

Перший продукт індійського стартапу EVO Foods — рідке яйце, на 100% рослинне, приготоване з білка, отриманого з сочевиці, яке не містить холестерину та антибіотиків; а каліфорнійського Orbillion Bio — в'ялене м'ясо бізона з низьким вмістом жиру та холестерину й високим вмістом білка, розроблене на основі клітин.

У США компанія MeliBio використовує мікробіологію для вирощування екологічно чистого меду, який має той же смак і поживні властивості, що й звичайний мед. А каліфорнійський стартап Yocomut на основі кокоса створює смачні, корисні йогурти без додавання цукру, які не викликають алергії й містять живі культури.

Проаналізуйте і запишіть у зошиті плюси і мінуси таких інновацій.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Індекс маси тіла — ІМТ (англ. body mass index (BMI)) — величина, що показує рівень відповідності маси людини та її зросту.

Обчисліть індекс маси свого тіла. ІМТ розраховують шляхом ділення маси тіла (у кілограмах) на квадрат росту (у метрах квадратних). Пам'ятайте: якщо індекс становить 18,5–25,0, то ви вживаєте потрібну кількість калорій. Показники вище або нижче норми свідчать про надлишкове або недостатнє харчування. Врахуйте це в щоденному виборі їжі.

Можна використати онлайн калькулятор для визначення ІМТ.



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Бананово-шоколадне смузі

Смузі — це густий напій, пюреподібний, приготовлений із фруктів, овочів, ягід, молока, йогурту, кефіру, морозива, вершків тощо. Також у смузі можуть додаватися горіхи, мюслі, сир, сироп. Приготуємо і ми корисний і смачний напій.

Інгредієнти:

- банан — 2 шт.;
- молоко — 700 мл;
- молочний шоколад — 100 г;
- мелена кориця — дрібка.



Спосіб приготування:

Поріжте крупно банани. Поламайте плитку шоколаду. У каструлю помістіть банани, шоколад, молоко, доведіть до кипіння і варіть, помішуючи, на повільному вогні до повного розчинення шоколаду. Потім охолодіть суміш, додайте корицю і збийте блендером до однорідної консистенції. Розлийте по келихах.

Смачного!

ШКІДЛИВА ЧИСТОТА. АЛЬТЕРНАТИВА ВИБОРУ



Чистота — запорука здоров'я. Кожен з нас хоче, щоб його домівка була чистою і при цьому догляд за нею не вимагав багато часу. І тут у нагоді стають розрекламовані засоби побутової хімії — миючі, очисні, полірувальні, дезінфікувальні... Так, наприклад, сучасні синтетичні миючі засоби (СМЗ) задовольняють потреби навіть найвимогливішої господині:

- 1) мають широкий спектр дії;
- 2) не залежать від твердості води;
- 3) мийна дія порівняно з милом — у два-чотири рази вища;
- 4) використовуються за порівняно низьких температур води;
- 5) собівартість порівняно з милом у 2,5 рази нижча.

Але всі вони мають один недолік — не руйнуються в процесі використання та забруднюють навколишнє середовище. Виявилось, що СМЗ не розкладаються мікроорганізмами водою. Вони виносяться зі стічними водами в річки, вкривають воду піною, у результаті чого гине риба та мікроорганізми. На більшість нижчих організмів (планктон, водорості) СМЗ виявляють токсичну та дезінфікуючу дію.

Отже, ці «помічники» відмінно справляються з усіма покладеними на них завданнями, але приховують значну небезпеку. Більшість виробників побутової хімії зовсім не гарантують абсолютної безпеки для користувачів. Ми щодня миємо посуд, перемо одяг, чистимо поверхні, поліруємо меблі і підлогу, освіжаємо повітря тощо. І щоразу, виконуючи ту чи іншу роботу, ми стикаємося з побутовими алергенами, які можуть викликати ряд захворювань — від дерматичних реакцій, респіраторних захворювань до більш серйозних порушень здоров'я і навіть можуть призвести до смерті. Вся ця небезпека прихована в засобах побутової хімії. Щоб зберегти своє здоров'я та здоров'я своїх близьких, споживачу необхідно знати, чи становить той чи інший засіб небезпеку, в якій кількості і що входить до його складу.

Особлива небезпека речовин міститься в засобах для миття посуду. Шкідливість полягає в тому, що вони залишаються на його поверхні, в порах, навіть при найретельнішому вимиванні. Таким чином, разом із їжею ми вживаємо й небезпечну «хімію». До складу цих засобів зазвичай входять аніонні поверхнево-активні речовини (а-ПАР), пропіленгліколь, поліфосфати,

синтетичні барвники, ароматизатори та інші хімічні сполуки. Накопичуючись в організмі, вони викликають алергію, порушення імунітету, хвороби нирок, печінки, легенів і навіть захворювання мозку. Фосфати викликають отруєння та провокують розвиток пухлин шлунково-кишкового тракту.



До списку одних із найсильніших побутових алергенів, що містяться у дезінфікувальних засобах, відносяться компоненти: фенольні та крезольні сполуки, які застосовуються для прибирання туалету, ванної кімнати, чищення скла і дзеркал. До їх складу входять: нашатирний спирт, який викликає головний біль, подразнює слизову очей і дихальних шляхів; ізопропанол — дуже токсичний для шкіри та печінки, викликає хвороби нирок, шлунково-кишкового тракту і нервової системи. У відбілювачах часто використовують гідрохлорид і гіпохлорит натрію. Ці речовини викликають шкірні подразнення та алергію. Аерозолі містять бензоат і нітрит натрію, які можуть спровокувати цироз печінки, анемію і хворобу Паркінсона. Шкідливі речовини містяться і в засобах для полірування підлоги та меблів, зокрема нітробензол, що здатний викликати блювоту, задишку, знебарвлення шкіри, ракові захворювання і навіть призводити до смерті. Також нітробензол викликає вроджені дефекти у дітей.

То що ж таке «шкідлива чистота»? Цікаве питання для людини, яка живе в епоху масового «схиблення на чистоті». Антибактеріальне мило та антисептик для рук знищують 99,9% бактерій. Але надмірна чистота сприяє поширенню алергій та захворювань органів дихання.

Бактерії є скрізь. В одній крапці, поставленій олівцем, вміщується 250 тисяч бактерій! Якби не було бактерій, не існувало б життя на Землі. В організмі дорослої людини 70–80% — корисні бактерії, решта — умовно-небезпечні.

Корисні бактерії допомагають перетравлювати їжу, нормалізують обмінні процеси, захищають шкіру від небезпечних мікроорганізмів, зміцнюють імунітет, утворюють вітаміни К і В, лікують запальні процеси, попереджають та лікують алергію. Без корисних бактерій неможливо виготовити кисломолочні продукти, заквасити овочі. Є ще ґрунтові бактерії, які підвищують родючість ґрунту, беруть участь в утворенні корисних копалин: кам'яного вугілля, торфу, нафти; підтримують рівень вуглекислого газу і кисню в атмосфері.

Але є шкідливі бактерії, які викликають у людини такі захворювання, як ангіна, дифтерія, туберкульоз, дизентерія, скарлатина, правець та багато інших.

Як же шкідливі бактерії потрапляють до людини?

Через брудні руки; під час кашлю, чхання хворих людей; від укусу комарів, кліщів; під час купання в забруднених водоймах чи пиття забрудненої сирової води.

Щоб запобігти цим небезпекам, у помешканнях починається тотальна дезінфекція та дотримання надмірної чистоти.

Як же знайти ту грань, де споживач буде жити в чистоті та порядку, не знищуючи корисних бактерій та не зашкодивши своєму здоров'ю?

Отже, перш ніж купувати засоби побутової хімії:

1) ознайомтеся з ціною продукції (занадто низька ціна бути не повинна, так як це може свідчити про низьку якість продукту або про порушення його складу, фальсифікації);

2) вивчіть склад (у ньому не повинно бути фосфатів, ПАРів, хлору і сполук натрію);

3) запах не повинен бути занадто різким, сильний аромат свідчить про наявність синтетичних добавок;

4) вивчіть пакування (воно повинно бути зручне для використання, а в прозорому пакуванні можна навіть розглянути густоту або наявність осаду);

5) вивчіть маркування (при виборі миючих засобів краще орієнтуватися на знаки відповідності екологічним чи органічним стандартам, що пройшли екологічну або органічну сертифікацію, маркуються знаками, що належать певній сертифікаційній системі);

6) перевірте термін придатності (чим свіжіший засіб, тим він безпечніший);

7) вибирайте відомих виробників (як правило, їх продукція пройшла перевірку часом, має позитивні відгуки, у таких компаній продаж побутової хімії налагоджений, а технології перевірені уповноваженими органами).

Якщо ви вже придбали засоби побутової хімії і маєте бажання розпочати прибирання, тоді слід дотримуватися основних правил:

- перед застосуванням засобу уважно вивчіть етикетку виробу — виробник завжди вказує необхідні температурні режими, дози використання, оптимальний спосіб чищення та іншу важливу інформацію;

- обов'язково ретельно споліскуйте або змивайте засоби побутової хімії, щоб не контактувати із залишками активних речовин на предметах;

- категорично забороняється при чищенні змішувати два види засобів для чищення. Це загрожує виділенням шкідливих газів і може призвести до отруєння! Наприклад, не можна чистити туалет одночасно універсальним

відбілювачем і спеціальним засобом — спочатку змийте один із засобів і тільки потім користуйтеся іншим;

- обмежте себе і своїх домочадців у використанні побутової хімії та косметичних засобів в аерозольних балончиках під тиском;

- чистити грилі і духовки можна тільки після відключення від мережі. Чистку починайте з дальньої (задньої) стінки, щоб не забруднити руки;

- зберігайте засоби побутової хімії в добре закритих ємностях і в приміщенні, де мешканці будинку бувають найрідше;

- надягайте гумові рукавички, халати, а після закінчення роботи добре вимийте теплою водою з милом і рукавички, і руки.

Цей перелік правил ви повинні обговорити зі своїми батьками, вчителем та іншими дорослими та доповнити його.

Знаючи всі можливі ризики щодо вашого здоров'я та ймовірність наслідків використання засобів побутової хімії, у вас має бути альтернатива вибору щодо прибирання — наприклад, використовуйте квіти, які є природним очищувачем повітря: спатіфілум, хлорофітум, плющ, алое (столітник), герберу, нефролепіс, філодендрон, фікус, аглаонему китайську, бамбукову пальму (хамедорею), антуріум, сциндапус, азалія, сансевієрія, драцена, герань.

Нешкідлива альтернатива існує. Пливу можна чистити білою глиною, посуд вимити мильним розчином з харчовою содою, замість хімічного кондиціонера для білизни можна використовувати натуральні аромаолії, а випрати речі мильними горіхами, почистити килим кукурудзяним крохмалем, вимити скло соком лимона і спиртом, сяючий блиск меблів забезпечать серветки з йонами срібла, добре відбілює кальцинована сода, сік лимона, перекис водню, очищують сантехніку органічні кислоти (лимонна, оцтова) і порошок гірчиці.



СТІКЕР СЛІВ

Гермофобія — нав'язливе і неконтрольоване побоювання мікробів і бактерій. Гермофоби — люди, які патологічно бояться забруднень у всіх його проявах.

Мізофобія — нав'язливий страх забруднення або інфекції, бажання уникати контакту з навколишніми предметами. Людину, яка відчуває такий страх, називають мізофобом.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. Увімкніть РОЗУМНИКА!

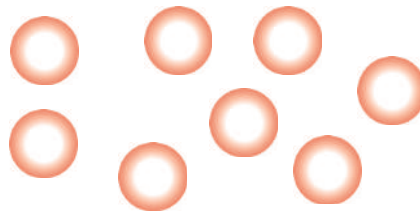
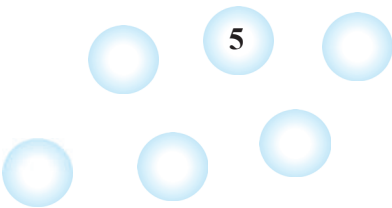
Ви можете погодитися чи заперечити запропоновані правила, доповнити своїми твердженнями.

1. Обов'язково мити руки під проточною водою після вбиральні, прогулянок, перед вживанням їжі.
2. Регулярно здійснювати вологе прибирання і провітрювання у приміщенні.
3. Відмовитися від тривалого щоденного душу.
4. Раз на тиждень міняти постільну білизну та піжаму.
5. Щоденно гуляти на свіжому повітрі не менше 90 хвилин.
6. Підтримувати чистоту на кухні, у ванній кімнаті та в туалеті.
7. Щоденно мити руки антибактеріальним милом.
8. Здійснювати прибирання із хлорвмісними препаратами.
9. Прибирати у ванній кімнаті, використовуючи хімічні препарати без рукавичок та захисної маски.

Завдання 2.

Впишіть у бульбашках мислення номери тих правил, з якими ви погоджуєтеся.

Впишіть у бульбашках мислення номери тих правил, які ви заперечуєте.



Вибираючи засоби для догляду за квартирою, необхідно перевіряти перелік складників. І якщо серед них є перелічені, слід задуматися, чи доцільно здійснювати таку купівлю.

Фосфати — додають у пральні порошки, засоби для миття посуду. Якщо фосфати потрапляють у водойми, то можуть викликати цвітіння синьо-зелених водоростей у ставках, озерах і річках. Ці водорості різко зменшують рівень кисню у воді, накопичують отруйні речовини, в результаті чого гинуть всі живі організми у водоймах.

Амоній — є в засобах для миття дзеркал, вікон, керамічної плитки. При взаємодії з хлором виділяє токсичний хлорний газ.

Хлор — сильнодіюча речовина, яку використовують для чищення ванних кімнат та туалетів. Може викликати алергічні реакції, розлади серцево-судинної системи.

Є ще феноли, формальдегіди, крезоли, які викликають подразнення очей, шкіри, дихальних шляхів. Особливо небезпечні речовини, що містяться у спреях. Вони легко вдихаються і провокують захворювання.

Отже, синтетичні засоби швидко чистять і швидко шкодять нашому здоров'ю. Занадто ретельне прибирання може знищити багато мікроорганізмів, взаємодія з якими зміцнює імунітет дитини.

То чи треба прибирати? Так, треба! Чи варто створювати стерильний бокс? Ні, не треба.

Завдання 3. Об'єднайтесь у групи і на аркуші паперу зобразіть схематично карти прибирання з використанням синтетичних миючих засобів:

- 1 група — у дитячій кімнаті;
- 2 група — у ванній кімнаті;
- 3 група — у вбиральні;
- 4 група — на кухні.

Подумайте разом: яка ж є альтернатива «хімії»?

Оцет — продезінфікує підлогу (3–4 столові ложки на пів відра води), допоможе почистити вікна без розводів (2 ч. л. оцту на 1 л води). Кахель та унітаз теж можна почистити з допомогою оцту.

Сода — допоможе відчистити плями на килимі, меблях.

Ароматичні лампи та «чарівний» пакетик саше виділяють натуральні аромати лаванди, лимона, апельсина та інших рослин.

Екстракт *мильних горіхів* (плодів мильного дерева сапіндуса) використовують для миття дому та для особистої гігієни. Вони є стовідсотковою натуральною альтернативою побутової хімії, гіпоалергенними та не викликають дерматиту, повністю розкладаються в навколишньому середовищі.

Пароочисники з набором різних насадок почистять важкодоступні місця за допомогою гарячої пари під невисоким тиском.

Підлогу можна помити тільки водою без додавання чого-небудь.

А ще є ековари, велика кількість яких — це концентрати, в яких немає баластних речовин. Доза їх використання дуже маленька. При цьому зменшується навантаження на природу, економиться вода, немає алергічних реакцій.

На всіх ековарах є екологічні сертифікати (див. додаток Г). Зелений журавлик — це знак української екологічної сертифікації.

Завдання 4. Які товари із зображенням зеленого журавлика ви знаєте? Для чого їх використовують? Які життєві ситуації змусять людину використовувати екопродукцію? (Наприклад, свідомий вибір... У зошитах продовжте ланцюжки міркувань).



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Готуємо миючі засоби в домашніх умовах

Натуральний миючий засіб — порятунок для алергіків і тих, у кого є маленькі діти (вони найбільш чутливі до хімії). Засіб абсолютно нешкідливий, до того ж дешевий та ефективний. Основа продукту — гірчичний порошок. Гірчиця чудово дезінфікує і розчиняє жир з усіх поверхонь. Щоб засіб пінився, мав абразивні властивості, приємний запах і довше зберігався, додайте господарське мило, соду й ефірну олію цитрусових. Шкіру рук від пересихання захистить гліцерин.

Скористайтеся цими рецептами їх приготування.

Миючий засіб із сухої гірчиці

Інгредієнти:

- гірчичний порошок — 200 г;
- ефірна олія лимона або апельсина — 10 крапель;
- лимонний сік — 4 ст. л.;
- господарське мило (найпростіше, коричневе) — 200–250 г;
- сода — 500 г;
- гліцерин — 25 г;
- вода — 2 л.

Спосіб приготування:

1. Господарське мило натріть на тертці, стружку пересипте в каструлю, туди ж влийте воду і поставте місткість на вогонь. При постійному помішуванні підігрівайте, добийтеся повного розчинення мила. Доводити до кипіння масу не потрібно.

2. Зніміть каструлю з вогню, додайте інші інгредієнти, окрім ефірної олії. Коли засіб злегка охолоне, додайте ефірну олію або будь-який інший ароматизатор, перемішайте.

3. Розлийте масу у контейнери. Засіб після охолодження загусає. Розведіть масу водою 1:1, щоб перелити в пляшку і користуватися нею як гелем для миття посуду.

Приготованого за цим рецептом миючого засобу вистачить на весь рік!

Про користь і безпеку домашніх засобів для прибирання знає багато хто, але рідко хто вирішує відмовитися від покупних і повністю перейти на натуральні. Спробуйте випробувати їх на практиці — будете приємно здивовані.

Спробуйте в домашніх умовах зробити дезінфікуючий спрей для ванної кімнати та туалету.

Інгредієнти:

- вода — 1 скл.;
- лавандова олія — 1 ч. л.;
- спирт — 1 ст. л.

Спосіб приготування:

Налийте в пульверизатор і збовтайте. Термін придатності спрею необмежений.



БАНК ІДЕЙ

Сторінками історії

Цікаво, а як наші прабабусі прали без порошку і пральної машинки?

Це був довгий процес не на один день. Користувалися пральною дошкою і праником — спеціальним дерев'яним валком з ручкою для вибивання білизни та одягу. Прали біля води — на березі моря, річки, ставка.



Костянтин Трутовський «Білять полотна»

Дуже брудну білизну кип'ятили, щоб видалити масні плями і бруд, який в'ївся. Доки білизна була теплою, її вибивали. Якщо плями залишалися, використовували луг, соду, галун, оцет, а потім полоскали. Плями обробляли вдома, перш ніж нести одяг до водойми. Найважливішими компонентами доброго лугу були попел і сеча. Цей розчин видаляв масні плями і відбілював одяг. Сушили на сонці на мотузках або на спеціальних газонах. Сонячне проміння і кисень, який виділяє трава, слугували природним відбілювачем. Влітку білизну залишали на траві до чотирьох тижнів, і вона ставала білосніжною.

Наприкінці XVI і протягом XVII століть людство навчилося варити мило з тваринного жиру — гліцерину та жирних кислот.

Довго, але без хімії. Ось такими екоспоживачами були наші предки.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Дніпровські хіміки встановили, що за рік користування різними засобами для миття посуду людина споживає близько 250 мл шкідливих для здоров'я речовин. Скільки шкідливих речовин споживе людина за 4 роки?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Напій какао

Шведський дослідник Карл Лінней какао назвав «їжею богів». У ньому містяться корисні мікроелементи, такі як калій, магній, кальцій, фосфор, натрій, мідь, залізо, а також вітаміни груп А, Е, В і РР, тому напій какао є корисним для роботи мозку. Отже, пропонуємо корисний для здоров'я рецепт какао з молоком.

Інгредієнти:

- какао-порошок — 2 ст. л.;
- молоко — 250 мл;
- вода — 50 мл;
- цукор — 2 ч. л. (можна не додавати).

Спосіб приготування:

Насипте какао-порошок і цукор у рондель, перемішайте. Додайте трохи води, розітріть суміш до шоколадної маси й поставте на середній вогонь.



Влийте тонкою цівкою заздалегідь підігріте молоко, постійно перемішуючи, не доводіть до кипіння. Зніміть з вогню, збийте віничком і вилийте готовий напій у чашку.

Щоб у напої не було грудочок, добре розмішайте в ронделі какао-порошок, цукор і кип'ячену воду.

Щоб какао мало повітряну пінку і було без молочної плівки, відразу після вимикання динамічно збийте напій віничком. Це дозволить какао краще насичуватися киснем, що заважатиме виникненню молочної плівки. Пийте на здоров'я, смачного!

ЯК ВИБРАТИ КАКАО?

На полицях магазинів у наш час знаходиться величезна кількість різноманітних видів і сортів какао:

- какао-порошок, який перед вживанням потрібно варити;
- какао-порошок, для вживання якого просто потрібно розвести його молоком або водою.

Але як можна вибрати дійсно хорошу і смачну сировину?

Какао-порошок виготовляють із плодів дерева какао, які висушують і перемелюють. У такому порошок збережено багато важливих елементів, завдяки яким какао вважається не тільки смачним, але і корисним продуктом: гальмує процеси старіння організму, насичує вітамінами.

Щоб оцінити якість товару, обов'язково перевіряйте:

- пакування;
- зовнішній вигляд;
- аромат;
- ступінь подрібнення;
- смак.



Не допускаються:

- відсутність смаку або сторонні смакові відчуття (гіркота, наприклад);
- специфічні запахи;
- наявність грудочок.

Не забувайте правильно зберігати продукт — обов'язково в посуді, що закривається герметично. Можна додати туди ванільну паличку для більш оригінального солодкого аромату.

ВСЬОГО ВДОСТАЛЬ? СТИЛЬ ЖИТТЯ, ДОСТУПНІ РЕСУРСИ



Щоби стати актуальним, ринковий товар у наш час повинен бути агресивно красивим, гламурним. У створенні його вартості відбувається зрушення від брендів до трендів. Індустрія розкоші, гостинності, моди, краси не має національних обмежень чи відмінностей, формує універсальність поведінки споживача в глобальному масштабі.

Що таке тренд? Тренд — це загальна тенденція, яка виявляється серед різнопланових показників стилю життя. На практиці взаємовідносин ціни і кількості придбаного товару часто формується нерациональний попит, який відображають найбільш типові моделі поведінки споживачів:

- ефект сусіда (приєднання до більшості), спонукає споживача купувати те, що й усі. Він є проявом бажання бути на «хвилі життя», не відставати від інших дотримуватися загального стилю;

- ефект «сноба» (від'єднання від більшості), демонструє прагнення споживача виділитися з «натовпу», не купуючи необхідний товар, коли він доступний іншим, тобто якщо інші споживачі збільшують закупівлі, то «сноб», навпаки, скорочує їх;

- ефект Веблена (демонстративного споживання), властивий показовому демонстративному споживанню (важлива думка інших людей). Цей ефект проявляється у збільшенні попиту на дорогі товари з метою продемонструвати свою спроможність і успішність. Як приклад, остання нова модель айфона. Тут найперше реалізується потреба в повазі.

А чи задумуємося ми над тим, чи раціональна моя покупка для мене й оточення, чи потрібен мені саме цей товар, як обраний мною товар після використання впливатиме на навколишнє середовище? Саме такі запитання заставляють нас більш усвідомлено робити вибір покупок.

Науковці, передусім футурологи, вважають, що в наступні десятиріччя світ розвиватиметься за такими переліченими трендами:

1. Прагнення до максимального комфорту.

2. Здоровий спосіб життя.

3. Економія природних ресурсів.

4. Віртуалізація особистого й суспільного життя.

5. Розвиток високих технологій, який включає мінімізацію — нанотехнології — і здешевлення, доступність цих технологій широким верствам населення.

Але відкритим залишаються питання розвитку генної інженерії. І у випадку з атомною енергетикою хоч і спостерігається тренд до її поширення, але одна техногенна катастрофа може змінити тренд на протилежний...

Задумаймося, які у нас потреби... Дихати, їсти, пити, мати простір, спілкуватися з іншими. Людство, живучи і розвиваючись, використовує для цього ресурси, які за своєю природою, як відомо, обмежені.

Тому зробимо перші кроки до раціональності. Подивіться на свій стиль життя і трошечки його проаналізуйте... Що ви робите весь день? Які у вас стосунки з покупками, рослинами, з водою, з електроенергією, у яких випадках ви вимикаєте світло? Скільки приладів є у вас, які використовують електроенергію в оселі? Чи дійсно вони всі потрібні, чи вимкнуті вони з розетки, тому що коли вони в режимі stand by, то все одно тягнуть енергію, ми за це теж сплачуємо, до речі.

Задумаймося, чи дійсно мені потрібно, щоб вода текла в каналізацію, коли я намилюю руки чи чищу зуби, — спеціально доставлена очищена вода, яка пройшла купу агрегатів, використала електроенергію. Чи я купив/купила пакування для того, щоб прийти додому і викинути його у сміття, — навіщо я це роблю? От таке дослідження власного стилю життя дуже сильно мотивує на те, щоб припинити це робити.

Є поради, які потребують лише трохи вашої уваги і часу. Наприклад, поставте в себе три ємності для сміття (як показує досвід, вони займають небагато місця): для пластику, скла, паперу. Може бути ще четвертий — для того, що не переробляється, — харчових відходів та ін. Коли ви почнете сортувати домашні відходи, то побачите, що викидаєте і скільки. Можливо, ви не будете це купувати і приносити додому, щоб воно перетворювалося на сміття, яке треба кудись викинути.

Можна спробувати зменшити об'єм сміття. Якщо ви купуєте пластикові пляшки, не викидайте їх цілими — просто зіжмакайте їх. А то в нас величезні сміттевози возять повітря, бо серед відходів переважають об'ємні пакети від соку чи пластикові пляшки.

Стосовно електроенергії — відразу подивіться, де у вас горить червона лампочка на приладах — вимкніть їх. Хочете менше платити за воду — поставте аератор. Він буде змішувати воду з повітрям, натиск води буде сильним, а насправді з крана її буде витікати в два рази менше.

Доцільно використовувати сонячну батарею як зарядку для мобільного телефону і всіх мобільних пристроїв. Отже, не витрачайте зайвого, платіть менше. Це одна зі складових сталого ведення домогосподарства та екостилю — зеленого способу життя. Тож раціонально використовуйте ресурси.

Як свідчить статистика, згадані вище прості рецепти економії в побуті приводять до зменшення споживання електроенергії на 15%, води — на 18%, до зменшення кількості сміття на 28%, і при цьому економиться до 15% сімейного бюджету.

Отже, зелений спосіб життя — це не примус, а переосмислення способу життя у світі творчості, радості, усвідомленості. З турботою про екологію можна економити і залишатися здоровими. Допоможуть вам у цьому наступні поради.

1. Пам'ятайте, що не всі продукти, які вирощують на фермах, можуть називатися органічними. Назву «organic» отримують тільки ті овочі, фрукти та м'ясо, які росли в екологічно чистій зоні без використання хімічних добрив та різноманітних добавок.

2. Пластикові коробки та пакети йдуть у минуле. Тренд на екологічне пакування у вигляді торбинок з тканини та крафт-паперу, який охопив світ у 2019 році, не зупиниться й надалі. За покупками все частіше модно ходити не з пакетами, а з торбинками або «авоськами». В наші дні одноразовий посуд намагаються випускати з екологічних матеріалів, наприклад бамбуку, а деякі країни на законодавчому рівні вже відмовилися від пластикового виробництва.

3. У період швидкісної передачі інформації люди все частіше переглядають своє ставлення до гаджетів. «Цифровий детокс» — це час, коли тимчасово відмовляються від гаджетів та згадують, що таке реальне життя. До речі, існує навіть програма «Екранний час» у версії iOS, щоб відстежити, скільки часу ви проводите за екраном.

4. Zerowaste lifestyle — безвідходне життя стає все більш популярним. Як виготовляти чисту косметику та екологічні миючі засоби для дому, як зробити навколишнє середовище більш екологічним та залишати менше сміття після своєї життєдіяльності? Такі майстер-класи викликають все більший інтерес серед молоді.

5. Екотуризм. Сьогодні мандрувати можна по-різному. Когось більше приваблюють великі та гучні міста, хтось відпочиває тільки на березі моря. Але екофрендлі люди віддають перевагу туризму, який мінімально шкодить навколишньому середовищу. В Україні вже також з'являються перші готелі, які зробили переробку відходів особливістю свого закладу.

6. Якщо купівля чергової, не завжди потрібної речі викликає у вас залежність, то цей тренд точно для вас. У світі з'являються бренди, які додають додаткову знижку на свої товари, якщо ви принесете старий одяг на утилізацію. Велику популярність отримує створення свідомого гардеробу. Тому частіше відкриваються гаражні розпродажі, не знижується запит на магазини секонд-хендів та з'являється мода з клаптиків — пошив нового одягу зі старих речей, особливо джинсових.

Отже, будьте мудрими споживачами, дотримуйтеся цих нескладних порад. Як висновок, не купуйте сміття: віддавайте перевагу товарам без зайвого пакування. Відмовтеся від одноразових пластикових пакетів. Сортуйте сміття. Використовуйте економрежим. Посадіть дерево. Полюбіть природу і будьте винахідливі. Будьте сучасними в тренді!



СТІКЕР СЛІВ

Сталий розвиток — розвиток, який дозволяє задовольнити потреби сьогоденного покоління, але не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь.

Тренд — це загальна тенденція, яка виявляється серед різнопланових показників.

Футуролог — науковець, спеціаліст, що передбачає та формує зміни і тенденції в майбутньому.



МініПРАКТИКУМ

Відомо, що сприйнятливість певного населення до деяких хвороб може вплинути, наприклад, на ринок фармацевтичних виробів, але ця тенденція не буде впливати ні на ринок автомобілів, ні на багато інших товарів чи послуг. Такі фізичні дані, як середній зріст населення, впливають на розміри виробленого одягу, взуття, меблів тощо.

Проведіть аналіз існуючого ринку споживчих товарів та послуг свого населеного пункту та визначте 2–3 показники, які можуть впливати на

споживчі характеристики одного товару і не будуть, водночас, впливати на споживчі характеристики іншого товару чи послуги.

Чи впливає на схильність до певних захворювань наш стиль життя? Наведіть приклади, як впливає на наш стан здоров'я спосіб харчування.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ



Перейдіть за QR-кодом і виконайте вправи для очей.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Перевіряємо якість домашнього сиру

Багато виробників додають до виробництва домашнього сиру соду або крейду. Частіше ці речовини додають у молоко, але виявити їх все-таки можна. Як визначити наявність цих компонентів?

Візьміть 1 ч. л. продукту, розчиніть у третині склянки води, капніть 5–6 крапель оцту або лимонного соку. Якщо з'явиться шипіння, почнуть утворюватися бульбашки, то сода або крейда, присутні в масі, почали реагувати на кислоту. Кислота виявляє присутність соди та крейди. Тепер ви самі вирішуйте, надалі купляти чи ні даний сир.



БАНК ІДЕЙ

У 1992 році побачила світ автобіографія Сема Волтона — засновника мережі магазинів Wal-Mart. Всі доходи від продажу бестселера «Сем Волтон: Зроблено в Америці» спрямовуються на благодійність. Останніми словами у книзі є: «Успіх цього крамаря стосується повністю вас: клієнт».

Питання для роздумів: Сем Волтон, американський бізнесмен, стверджував: «Єдиний, хто може звільнити нас усіх, — це споживач».

Чи ви згодні з цією думкою? Який зв'язок з поведінкою споживача мають продавці товарів та послуг? Відповідь обґрунтуйте аргументами.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Коли я йду в супермаркет, скільки я беру пакетів одноразових безкоштовних? Десь 7. Я ходжу в супермаркет тричі на тиждень — це 20 пакетів. На місяць — множимо на 4 — 80 пакетів, на рік — множимо на 12. І це тільки завдяки мені викидає моя сім'я. Я ж їх викидаю — все одно вони безкоштовні в магазині. В моєму будинку 400 квартир. А тепер уявіть, що пакет не перегниває. Він просто десь лежить. То чи хочу я, щоб мої внуки ходили по пакетах замість землі? От таке дослідження власного стилю життя дуже сильно мотивує на те, щоб припинити це робити. Я вже не беру пакетів. Мені їх не треба, це ж сміття.

Порахуйте, скільки одноразових пакетів завдяки мені використовувала моя сім'я на рік. А будинок на 400 квартир, у яких у середньому живе 2 дорослі людини?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Євген Клопотенко — український кулінарний експерт, шеф-кухар, бізнесмен, телеведучий, засновник соціального проєкту «Нове шкільне харчування» — пропонує змінити культуру харчування у школах, створює цікаві та смачні кулінарні рецепти для учнів.

Що радить приготувати Євген Клопотенко з хурми?



Хурму можна їсти просто так, використовувати в солодких і солоних основних стравах, випічці та смузі.

Можна додати свіжу хурму у вівсянку або йогурт для натуральної солодкості, запекти хурму із сиром брі або з м'ясом і медом.

ВІРТУАЛЬНО ЧИ РЕАЛЬНО: У ПОШУКАХ ІСТИНИ ГРОШЕЙ



Вам уже, мабуть, відомо, що майже всі блага — товари та послуги — рухаються від виробників до споживачів за допомогою грошового обігу — так званого грошового потоку. Водночас гроші — необхідний ресурс для отримання бажаних для нас благ. Але цей ресурс, як і решта, є обмеженим.

Кожен із нас користується грошима. То що ж таке гроші?

Гроші — це специфічний товар, який є носієм купівельної спроможності та приймається в якості оплати, служить для вираження вартості товарів при здійсненні обміну.

Основні їх функції такі:

- міра вартості, що виражається в цінах товарів та послуг. Тобто матеріальну цінність товару чи послуги ми можемо оцінити через ціну продукту. Так ми як споживачі можемо порівняти кілька товарів, зробити оптимально раціональний вибір товару;
- засіб обміну між виробниками і споживачами, підприємствами між собою та усіма учасниками обміну і державою. Ця функція грошей проявляється в процесі купівлі-продажу товарів та послуг;
- засіб платежу (наприклад, зарплата працівнику, сплата податків та ін.);
- засіб накопичення, коли гроші приносять додатковий дохід (наприклад, заощадження в банку).

Майже всі незалежні держави мають власні грошові одиниці, які називають національною валютою. Так, в Україні з 2 вересня 1996 року основною грошовою одиницею є гривня (скорочено — грн), розмінною — копійка (скорочено — коп.) (1 грн = 100 коп.).

Окрім грошові одиниці (долар США, євро, єна, юань та ін.) виконують функцію світових грошей. Ринковий курс національної валюти однієї країни до іноземних валют на день проведення операцій називають котируванням (див. табл. 4).

Котирування (курс) провідних світових валют (у дол. США) на 6.10.2020 р.

Код валюти		Найменування валюти	Курс (\$)	+/- до попереднього дня	
036	AUD	1 австралійський долар	0,7161	-0,0020	-0,279%
124	CAD	1 канадський долар	0,7536	+0,0002	+0,027%
756	CHF	1 швейцарський франк	1,0940	+0,0016	+0,146%
156	CNY	10 китайських юанів женьміньбі	1,4726	0,0000	0,000%
978	EUR	1 євро	1,1792	-0,0001	-0,008%
826	GBP	1 фунт стерлінгів Великобританії	1,2974	-0,0004	-0,031%
356	INR	100 індійських рупій	1,3618	-0,0046	-0,337%
392	JPY	100 японських єн	0,9469	+0,0005	+0,053%

Гроші пройшли довгий шлях еволюції. Нам вже відомо з різних джерел, що на ранніх етапах розвитку суспільства відбувався обмін товару на товар. Спочатку це був випадковий обмін, а далі з'явилися надлишки продуктів, якими можна було обмінятися. Для здійснення обміну та оцінки вартості товарів виникли гроші. Тобто з'явилася необхідність у єдиному еквіваленті для обміну між покупцями і продавцями, працівниками і роботодавцями.

Спочатку гроші були повноцінними — товарними. Ними слугували хутро, сіль, мед, зерно. Потім почали використовувати цінні метали — золото і срібло. Спочатку з них виготовляли злитки, пізніше карбували монети. З часом для монет почали використовувати мідь. З уроків історії вам уже відомо, що перші гроші на наших землях почали карбувати за князів Володимира Великого та Ярослава Мудрого (рис. 12).



златник



срібник



гривня

Рис. 12. Монети Русі-України

Цінні метали найкраще відповідають вимогам еквівалента вартості, оскільки мають велику ціну, малу одиницю ваги, об'єму, стійкі до пошкодження, однорідні, легко діляться без втрати цінності.

Але поява паперових грошей зумовлена дорожнечою металевого обігу і відставанням видобутку коштовних металів від зростаючих потреб у засобах обігу, а також складнощами, пов'язаними з їх транспортуванням і зберіганням.

Тому поступово такі гроші замінили «неповноцінними» — паперовими банкнотами, які спочатку були забезпечені вартістю золота. Пізніше від золотого забезпечення відмовились і почали використовувати так звані фіатні гроші, якими користуються до сьогодні.

Фіатні гроші — це гроші, які не забезпечені золотом чи іншими товарами, але їх вартість встановлює і гарантує держава. Тобто їх платіжність визначають державні закони та економічні можливості країни.

Якщо люди довіряють владі держави, то вони готові приймати паперові гроші в обмін за товари і послуги. Недовіра громадян країни до уряду підштовхує інфляцію (знецінює національну грошову одиницю), спричиняє «втечу від грошей», коли населення намагається позбавитися від грошей, витрачаючи їх на товари, які мають реальну цінність.

У всіх країнах світу сьогодні в обігу тільки «неповноцінні» фіатні гроші. І обмінний курс грошової одиниці однієї країни відносно до валюти іншої країни залежить насамперед від економічної стабільності в країні та від кількості товарів, які можна за них придбати.

Сучасні гроші за сутністю є кредитними. Адже, використовуючи їх, можна платити за товари навіть до їх фактичного виробництва, або виплачувати вартість частинами вже після їх реалізації.

Гроші в наш час використовують у таких формах:

- готівковій;
- безготівковій;
- електронній;
- віртуальній.

Готівкові гроші в Україні — паперові гривні та металічні копійки певного номіналу, випущені Національним банком України (далі НБУ).



Логотип НБУ

Через швидку зношувальність та дорожнечу друку паперові купюри номіналом 1, 2 і 5 грн в останні роки поступово почали замінювати на металеві. Подібно через високу вартість карбування і низьку купівельну спроможність вилучають з обігу монети номіналом 1, 2, 5 і 25 коп.

Користуючись готівковими грошима, візьміть до уваги такі рекомендації НБУ:

- при розрахунку великими купюрами не нехуйте знаннями про елементи захисту купюр;
- уважно розгляньте купюру, дослідіть її на дотик;
- не міняйте купюри великого номіналу на дрібні незнайомим людям;
- уникайте місць стихійної торгівлі, базарів, лотків або будьте гранично уважні, здійснюючи покупки в таких місцях;
- по можливості розплачуйтеся банківськими картками;
- не намагайтеся «зіпхнути» фальшивку, бо проблеми можуть виявитися серйознішими від фінансових втрат;
- дійте в законодавчому полі.

Наступною формою грошей є безготівкова.

Безготівковими грошима є записи на банківських рахунках, які можуть бути використані для розрахунків без переведення в готівку.

Цікаво, що безготівкові перекази придумали лицарі ордену Тамплієрів. Для того, щоб захистити товарні гроші від грабіжників, вони почали використовувати паперові чеки із підписом та відбитками пальців. Чек давав право отримати готівку в будь-якому відділенні ордену, які знаходилися в різних регіонах.

Безготівкові гроші можна використовувати для грошових переказів, взаєморозрахунків, платежів, або перевести в готівку, знявши з рахунку через касу банку або банкомат. В Україні на сьогодні в такій формі здійснюють більше 50% розрахунків.

Електронні гроші — це вид фіатних грошей, які випускають і зберігають на цифрових носіях, а не на банківських рахунках.

Приймати електронні гроші для оплати за товари чи послуги можуть як сам емітент (це той, хто здійснює випуск таких грошей в обіг), так і продавці, які згодні їх приймати. Є зобов'язанням емітента забезпечити їх обмін на готівкові або безготівкові кошти. Електронні гроші є безособові, тут ідентифікується номер гаманця, а не конкретна особа. Для прикладу — гроші на електронних гаманцях, або у віртуальних іграх. Водночас, електронні гроші не збільшують загальну грошову масу, але прискорюють її обіг. В Україні випускати електронні гроші можуть тільки банки.

Наступною формою є віртуальні гроші — цифрові гроші, які не забезпечені гарантіями держави та випускаються і приймаються для оплати чи обміну лише за згодою спільноти користувачів.

Приклад сучасних віртуальних грошей — криптовалюти, які випускають за допомогою криптографії (шифрування за певним алгоритмом). Сьогодні їх налічується понад 2300, і найбільш поширеною з-поміж них у світі є біткоїн (Bitcoin).

Деякі країни вже намагаються впорядкувати ринок криптовалют. Зокрема, Банківська криптовалюта Центрального банку Китаю майже готова до запуску. У Новій Зеландії влада дозволила виплату заробітної плати у криптовалютах.

Відмінність віртуальних грошей від електронних полягає в тому, що емітенти електронних грошей завжди обмінюють їх на державні гроші. Емітенти криптовалют не несуть ніяких зобов'язань щодо її обміну на державну валюту. Тобто криптовалюта не гарантується і не забезпечується Національним банком України, а її обмін на фіатні гроші здійснюють на криптовалютних біржах, в обмінниках, у криптоматах тощо.

Як показує історія еволюції грошей, якщо сьогодні до віртуальних грошей у більшості людей є незрозуміння і недовіра, то завтра все може змінитися, адже навколишній світ, в якому ми живемо, також змінюється. Тим більше, що, за даними громадської організації Bitcoin Foundation Ukraine, Україна входить до топ-країн за кількістю користувачів криптовалют.

Мабуть, у вас виникало запитання: а де живуть гроші? А живуть вони в наших гаманцях, різних домашніх сховках, у банку та ін.

Так, банк — це їх тимчасова домівка, яка не дає можливості застоюватися грошам. Це місце, в яке вони потрапляють у формі різних платежів та заощаджень, рухаються далі, інвестуючи діяльність різних підприємств, проєкти держави у формі позики (кредитів) для підприємців, споживачів і навіть держави.

Головним банком будь-якої країни є центральний банк. В Україні він має назву Національний. Отже, Національний банк України — це центральний орган державного управління, завдання і функції якого визначаються Конституцією України, Законом України «Про Національний банк України» та іншими законами України. Він є емісійним центром, що проводить єдину державну політику в галузі грошового обігу, кредиту, зміцнення грошової одиниці України — гривні. Також НБУ координує і контролює діяльність усіх комерційних банків та небанківських фінансових установ.



Тобто, ми як споживачі можемо раціонально заощаджувати гроші, поклавши їх на рахунок на певний термін у комерційний банк, і отримувати дохід у формі відсотка. Водночас можемо брати позику у формі кредиту й отримувати та користуватися благами вже сьогодні, сплачуючи за них у майбутньому.

Спеціалісти у сфері фінансів поділяють всі кредити на корисні і некорисні. До корисних кредитів відносять, наприклад, кредит на житло чи отримання якісної освіти. Але, напевно, не дуже вдалою буде ідея за рахунок кредитних коштів їхати відпочивати за кордон чи купляти найновішу модель айфона. Адже, взявши під кредит кошти, ми частинами сплачуємо вартість отриманого блага плюс відсотки банку за користування кредитними коштами. Тому для таких потреб краще зібрати гроші через заощадження, поклавши гроші на рахунок на певний термін нами грамотно обраного банку. Таким чином ми не тільки заощаджуємо кошти, але й додатково отримуємо дохід у формі відсотка. При цьому спеціалісти в даній галузі знань радять заощаджувати не менше 10% від отриманого доходу. І навіть ви, якщо заощаджуватимете від своїх невеликих надходжень кишенькових грошей та інших надходжень 10%, то за рік назбирате кругленьку суму. Тут слушними будуть поради, як обрати банк для особистого обслуговування. Потрібно також знати, хто захищає права споживачів фінансових послуг.

Донедавна жоден державний орган України не опікувався правами споживачів фінансових послуг. Поліція у випадках складних фінансових злочинів зазвичай не надавала кваліфікованої допомоги. Із шахраями на фінансовому ринку боролися лише його учасники: банки та платіжні системи. Тепер з метою захисту від шахрайства платіжні системи тестують технології штучного інтелекту, що дозволяє в режимі реального часу серед мільярдів виявляти підозрілі операції. Крім цього, НБУ створив орган — Управління захисту прав споживачів фінансових послуг.

Є в нашій державі і Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, який виконує однойменні функції, повертаючи кошти з рахунків неплатоспроможних і визнаних НБУ такими, що збанкрутували, комерційних банків. Він є економічно самостійною установою, яка не має на меті отримання прибутку. Тож нам як споживачам, перш ніж обрати банк для обслуговування, варто скористатися порадами, які розміщені на сайті Фонду гарантування вкладів.

1. **Вивчіть репутацію.** Прочитайте відгуки про банк на банківських форумах, оцініть їх на підставі інформації з офіційних і відкритих джерел.

Отже, банк повинен бути з високим рейтингом та прозорою структурою власності.

2. **Поцікавтеся надійністю банку.** Перевірте на веб-сайті НБУ, коли банку видали ліцензію та на які види послуг.

3. **Перевірте, чи банк є учасником Фонду гарантування** вкладів фізичних осіб, завітавши на офіційну сторінку Фонду <http://www.fg.gov.ua>, або скориставшись інтернет-сервісом, де зібрані всі депозитні пропозиції банків.

4. **Для розміщення депозиту** оберіть банк, який активно працює з вкладками фізичних осіб.

5. **Проявіть розсудливість.** Якщо маловідомий банк пропонує надвисокі відсотки за вкладками, то він здійснює ризикову діяльність. Проаналізуйте, чи є в банку програми кредитування (бо проблемні банки такі програми згортають).

6. **На веб-сайті НБУ** або у фінансовій звітності банку перевірте, чи він є прибутковим або ж збитковим упродовж кількох останніх кварталів.

7. **Зверніть увагу на рівень сервісу та якість обслуговування, зручне розташування.** Безперерйна робота банківських систем, кваліфікований та уважний персонал, розширена мережа банкоматів додають плюсів при виборі банку.

Отже, рішення споживача у сфері грошей і фінансових послуг має бути виваженим, а обраний банк — надійним. Уважно аналізуйте та свідомо робіть свій вибір.

Пам'ятайте, що гроші — це засіб, і ним потрібно вчитися управляти, як часом. Але це ніяк не мірило того, хороша чи погана ви людина. Водночас гроші — це ресурс, і розуміння сутності і функцій грошей допомагає нам правильно використовувати їх та рухатися до цілей і мрій по життю.



СТІКЕР СЛІВ

Гроші — специфічний товар, що виконує роль еквівалента для інших товарів та послуг.

Емісія грошей — випуск нових грошових знаків в обіг.

Емітент — той, хто здійснює випуск грошей і цінних паперів.

Кібербезпека платежів — процес застосування заходів безпеки з метою забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності даних у певній сфері діяльності.

Котирування — ринковий курс національної валюти однієї країни до іноземних валют на день проведення операцій.

Криптовалюта — вид цифрової валюти, яку випускають за допомогою криптографії (шифрування за певним алгоритмом).

Фіатні гроші — гроші, які не забезпечені золотом чи іншими товарами, але їх номінальну вартість встановлює і гарантує держава.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. Використовуючи діаграму Венна, порівняйте категорії: «фіатні гроші» і «віртуальні гроші».

Для довідки: У діаграмі Венна для ілюстрування подібностей, відмінностей і зв'язків між поняттями, ідеями, категоріями та групами використовують круги, які перекриваються. Перекриті частини кругів представляють подібності між групами, а частини, що не перекриваються, — відмінності.



Завдання 2. Вийміть із гаманця і покладіть на парту будь-яку купюру української національної валюти. Користуючись інформацією з рис. 13, доведіть, що вона справжня, а не фальшива.

Завдання 3. Скориставшись QR-кодом, складіть poradnik з кібербезпеки платежів.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте зарядку для очей.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Необхідна інформація про елементи захисту української гривні

Грошові купюри виготовляють зі спеціального паперу, вони мають систему захисту від підробок. Щоб не стати жертвою шахраїв, знаючи елементи захисту купюр, потрібно вміти відрізнити справжню купюру від фальшивої.

Зазвичай підроблені банкноти гривні мають низьку якість, оскільки виготовляють їх з використанням копіювальної техніки або принтерів. Необхідно лише уважно роздивитися банкноту і знати елементи захисту банкнот гривні, які призначені для візуального контролю. До елементів захисту банкнот належать: водяні знаки, захисні стрічки, рельєфне зображення (відчувається на дотик), приховані зображення та ін. Розглянемо їх на прикладі 1000-гривневої купюри (рис. 13, табл. 5).

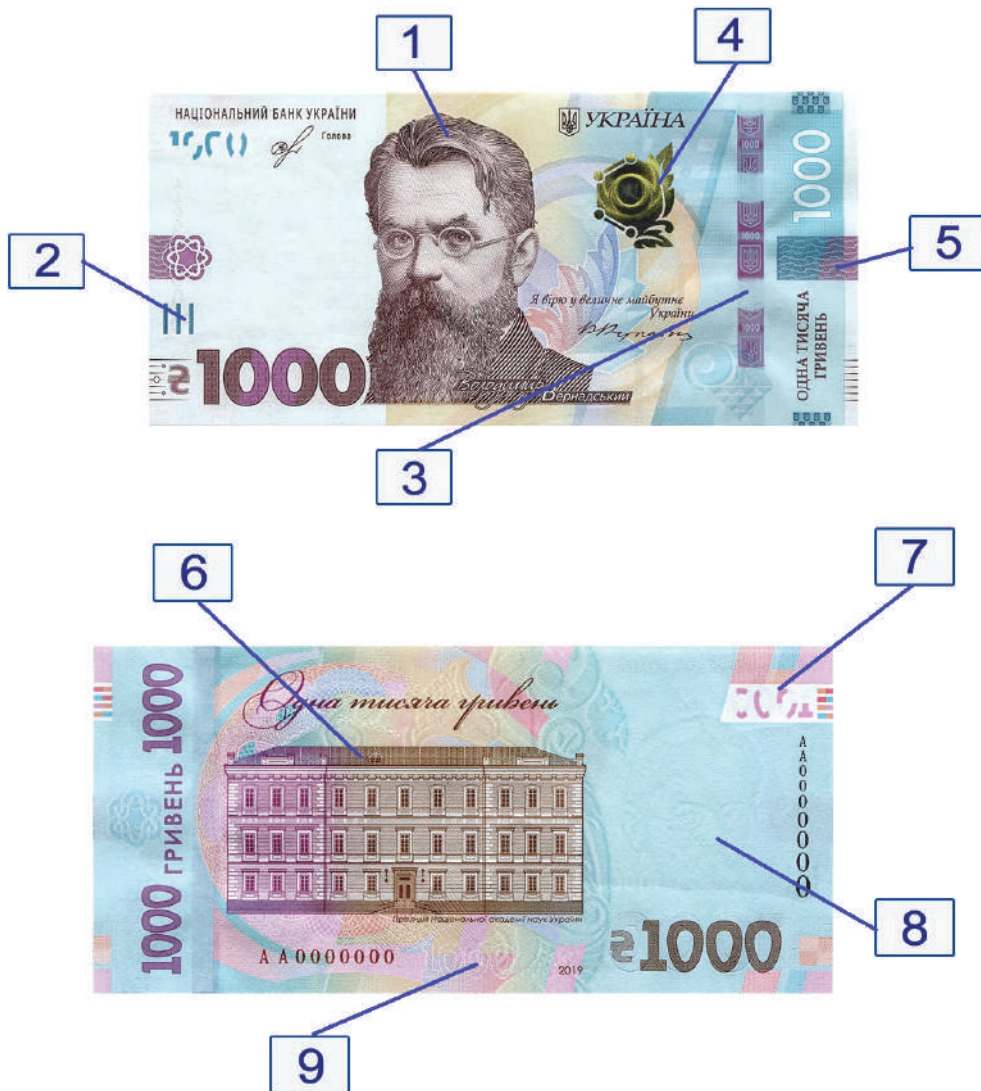


Рис. 13. Елементи захисту купюри 1000 гривень

Захисні елементи банкноти 1000 гривень

Назва спеціального засобу захисту грошового знака	Ілюстрація спеціального засобу захисту грошового знака
<p>Зображення Володимира Вернадського</p> <p>Основне зображення лицьового боку — портрет Володимира Вернадського (відмітка 1).</p>	
<p>Рельєфний елемент</p> <p>Елемент для людей з послабленим зором, шорсткість якого відчувається на дотик (відмітка 2).</p>	
<p>«Віконна» захисна стрічка</p> <p>Стрічка має зображення номіналу «1000» та Малого Державного Герба України. При зміні кута нахилу банкноти спостерігається кінетичний ефект (відмітка 3).</p>	
<p>SPARK-елемент</p> <p>При зміні кута нахилу банкноти спостерігається кінетичний ефект — поступові переходи кольору від золотистого до нефритового (відмітка 4).</p>	

Назва спеціального засобу захисту грошового знака	Ілюстрація спеціального засобу захисту грошового знака
<p align="center">Мікротексти</p> <p>Написи, що повторюються і які можна прочитати за допомогою збільшувального скла (відмітка 5).</p>	
<p align="center">Зображення Президії Національної академії наук України</p> <p>Елемент дизайну зворотного боку банкноти (відмітка 6).</p>	
<p align="center">Наскрізний елемент</p> <p>Цілісне зображення цифрового позначення номіналу, видиме при розгляданні банкноти проти світла (відмітка 7).</p>	
<p align="center">Багатотоновий водяний знак</p> <p>Портретне зображення В. Вернадського та світлий елемент водяного знака — зображення цифрового позначення номіналу (відмітка 8).</p>	
<p align="center">Зображення цифрового позначення номіналу</p> <p>«1000», усі елементи якого збігаються та доповнюють один одного під час розглядання банкноти проти світла (відмітка 9).</p>	

Отже, запам'ятайте, як відрізнити справжню купюру від фальшивої.



БАНК ІДЕЙ

Популярна реалізація проєктів за допомогою спільнокошту або краудфандингу.

Краудфандинг — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. За допомогою краудфандингу можна фінансувати різноманітні соціальні, культурні, творчі проєкти, бізнес, винаходи тощо. Все, що потрібно, — це відзняти цікаве відео, яке приверне увагу до вашої ідеї і надихне людину допомогти вам у її реалізації. На онлайн платформах доступні десятки та сотні проєктів для підтримки. Ви обираєте цікавий проєкт та підтримуєш його на будь-яку бажану або запропоновану суму. Найчастіше, якщо проєкт залучить 100% або більшість необхідних коштів, команда отримує ці кошти для його втілення. Якщо ж проєкт не набрав достатньо підтримки, всі кошти повертаються на картки доброчинців. Ми живемо в час можливостей, які невпинно збільшуються довкола нас. Годі й було уявити, що сотні людей з різних міст та навіть країн будуть підтримувати бізнес чи ідею абсолютно незнайомої людини чи команди. Однак, саме так сталося.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Ваші батьки поклали в банк на депозит на рік 12000 гривень під нарахування відсотків 12% річних. Яку суму грошей вони отримають після закінчення строку дії цієї угоди?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Омлет з овочами

Слово «омлет» має французьке походження. Хоча греки, німці та італійці також вважають себе першовідкривачами цієї простої в приготуванні страви. Яйця, молоко чи вода і сковорода — це практично все, що необхідно для приготування. Тож пропонуємо швидкий рецепт популярної страви.

Інгредієнти:

- яйця — 4 шт.;
- помідори — 2 шт.;
- перець — 2 шт.;
- рукола;
- олія;
- вода — 1 ст. л.;
- сіль, перець — щіпка.

Спосіб приготування:

Заздалегідь поріжте помідори й перець. Збийте яйця, посоліть, поперчіть, додайте столову ложку води. Вилийте в сковорідку на розігріту олію. Готуйте, помішуючи лопаткою. Як тільки омлет почне густіти, викладіть овочі та закрийте кришкою на 1–2 хвилини. Гарячу страву подайте з руколою. Смачного!



ВАЖЛИВА ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ ЧИ ФЕНОМЕН ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ



Як вже відзначалося, вивчення поведінки споживачів передбачає аналіз впливу на неї факторів зовнішнього середовища. Поведінка споживача формується під впливом його ціннісних орієнтацій, культурних факторів, соціального становища. Значний вплив на формування поведінки споживачів чинять родинні стосунки, а також фактори, властиві конкретній ситуації.

Найбільший вплив на судження і поведінку споживачів має культура. Вона відображає рівень розвитку суспільства, що охоплює знання, віросповідання, мистецтво, мораль, звичаї і будь-які інші навички та звички, набуті членами суспільства. Маркетологи, які працюють на міжнародних ринках, орієнтуються на особливості національної культури різних країн, виявляють культурні зрушення, щоб дізнатися, які нові товари споживачі хотіли б придбати. Наприклад, український національний костюм — це невичерпне джерело натхнення, гордості та практичного втілення в сучасній творчості дизайнерів. Українські вишиванки стали актуальним трендом вже кілька років поспіль. Їх носять дорослі і діти, чоловіки і жінки, українці та іноземці. Якщо раніше подібний одяг одягали лише на тематичні заходи або на «Парад вишиванок», то сьогодні вишиті сорочки та елементи національного костюма стали невід’ємною частиною повсякденного і ділового гардеробу. Навіть всесвітньо відомі дизайнери, такі як Валентіно, Дольче Габбана, Ніна Річчі, Елі Сааб та ін., використовують українські орнаменти і візерунки у своїх нових розробках. Вишивка на одязі виглядає дуже ніжно і романтично.

Кожна культура складається з дрібніших елементів — субкультур. Чи треба бізнесу знати і враховувати філософію нових течій? Так, тому що одні з них стимулюють покупку речей, інші виступають проти суспільства споживання; одні стимулюють продажі, а інші — перешкоджають їм. Кожен обирає свій стиль життя. Давайте познайомимося з представниками найвідоміших субкультур — фріганями, гіками, культури DIY, лайфлогерами, дауншифтерами.

Хто такі фрігани? Відкидаючи принципи споживацтва, фрігани майже не купують їжу і речі, а добувають їх зі звалищ і смітників. Також вони виступають проти економіки, заснованої на вигоді.

Суть не у відсутності грошей: ця субкультура намагається менше залежати від споживання. Погляди її прихильників ґрунтуються на тому, щоб використовувати вже наявне замість виробництва нового. Фрігани закликають до розумного використання ресурсів: «Купуй тільки найнеобхідніше, поділися надлишками» — основне гасло фріганізму. Його послідовники виступають проти діяльності компаній, чії продукти або послуги не є життєво важливими або корисними.

Що ми знаємо про гіків? Гік — це людина, захоплена сучасними технологіями, або якимось об'єктом, або темою і знає про неї все. Гіками теж часто називають відчайдушних фанатів фільмів, коміксів тощо.

Чому ж бізнес повинен брати їх до уваги? По-перше, деякі гіки скуповують все, що пов'язано з об'єктом їх обожнювання (цю потребу активно використовують бренди). Гік готовий переплатити, зробити нерациональну купівлю або пробачити поганий сервіс, якщо в обмін йому запропонують об'єкт його пристрасті.

У технологічній сфері саме гіки готові витратити гроші на перші партії товарів-новинок: наприклад, окуляри віртуальної реальності, розумні годинники і першу переносну електроніку тестують саме вони.

Культура DIY — «Зроби сам» — надихає робити щось своїми руками, замість того, щоб купувати або звертатися до фахівців.

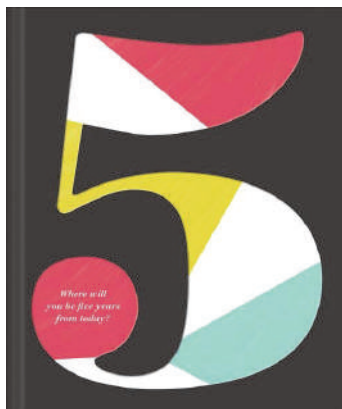
«Зроби сам» також стало трендом проти культури споживання, чимось ця субкультура схожа з фріганами — використовуйте те, що вже є, і не залежте від суспільства. Але якщо стиль життя фріганів викликає суміш здивування з огидою, то у DIY немає категоричних або шокуючих принципів. Головне їхнє питання: навіщо купувати, якщо, наприклад, можна зшити сумку зі старих джинсів або зібрати стильну люстру з пластикових скляночок? DIY-культура надихає самостійно полагодити шафу і навіть зробити ремонт у помешканні. Ця культура в Україні сформувалася переважно серед людей середнього і старшого віку. У наш час на хвилі популяризації саморобок виріс інтерес до картин за номерами, наборів для роботи з глиною, набори для самостійних виробів перейшли з розряду дитячих у розряд дорослих. На цій культурі заробляють блогери і бізнес, які продають такі набори для творчості, а також організатори різних творчих курсів та майстер-класів. «Не купуйте вази і картини — створюйте самі і

насолоджуйтеся процесом», — кажуть нам бізнесмени, які приєдналися до DIY-культури.

Що ж нам відомо про лайфлогерів? Лайфлогер — людина, яка документує своє повсякденне життя через цифрові пристрої.

Тепер все наше життя фіксується — в історіях браузера, інстаграм, у чек-інах популярних місць і, наприклад, у малюнку на пінці кави. Завдяки пристроям і додаткам можна дізнатися, скільки кроків і калорій ви сьогодні витратили, збирати інформацію про щоденні витрати і доходи, зберігати свій

розклад і місця, які ви відвідували. Комусь це потрібно лише для контролю активності, а лайфлогери звели цю культуру до максимуму — вони фіксують не тільки те, що їли, але й нові покупки, маршрути, пісні, аудіозаписи розмов. Вираз «лови момент» для лайфлогерів має буквальный характер. Деякі з них навіть використовують нагрудну камеру для фіксації кожного дня. Але можна записувати і по-старому — блокноти на щодень завжди залишаться актуальними. Бізнес підхопив це, і тепер книжкові магазини продають «п'ятибуки» — блокноти, розраховані на 5-річні щоденні записи (рис. 14). На кожній сторінці написані питання, відповіді на які потрібно дати сьогодні і ще 4 роки поспіль рівно в той же день.



*Рис. 14. П'ятибук
«5: Де ви будете
сьогодні через п'ять
років?»*

Дауншифтинг — соціальна поведінка людей, що живуть простим життям, філософія яких полягає в тому, щоб «жити заради себе, відмовившись від чужих цілей».

Насправді мета дауншифтерів — жити в своє задоволення і працювати рівно стільки, щоб вистачало на найнеобхідніше. Дауншифтери вважають, що суспільство нав'язує людині довічне замкнуте коло, що складається з кар'єри і великого заробітку. Деякі асоціюють дауншифтерів з неробами, але ця думка помилкова. Багато з них працюють віддалено — головне, щоб під рукою був хороший інтернет. Але вони роблять це тільки для можливості жити тим життям, яке вибирають самі, а не тому, що нав'язано громадською думкою.

Які ж характерні риси споживання визначають поступ (рух) сучасного суспільства? Насамперед це індивідуальний, цілеспрямований, раціональний

(враховує співвідношення ціни та якості) вибір найбільш бажаних товарів. Сучасний споживач готовий до придбання нових товарів, до заміни старих речей на більш досконалі; а існування моди, що змінюється кілька разів протягом життя одного покоління, та її дотримання додають йому нових відчуттів сучасності.

Ми часто чуємо інформацію про створення груп за інтересами (програмування, робототехніка, хіп-хоп та ін.), або є безпосередніми їх учасниками. Як бачимо, групи визначають стандарти поведінки і навіть стиль життя людини, її погляди на себе та на інших, підштовхують до підпорядкування якимось правилам, що впливають на поліпшення позицій учасників, досягнення певних цілей тощо. А у споживанні — ще і на вибір товарів і торгових марок. Отже, залежно від впливу таких зовнішніх факторів на поведінку розрізняють такі типи споживачів, як: гедоніст, кар'єрист, міщанин, інтелігент, комп'ютерник.

Споживача, який витрачає майже все, що заробляє, купуючи дорогий одяг та взуття і відвідуючи дорогі розважальні заклади, але на великі покупки грошей не вистачає, відносять до типу **гедоніст**. Він добре розбирається в розкручених брэндах, це компетентний споживач.

Щодо **кар'єриста**, то такий споживач намагається витратити гроші раціонально, орієнтується в брэндах та відкладає частину доходу.

Міщанин старається економити та накопичує гроші на дорогі покупки, житло і «чорний день», у торгових марках не дуже компетентний.

Не схильний до демонстративної поведінки **інтелігент**. Він не завжди приділяє належну увагу одягу, не відвідує розважальних закладів, але схильний відпочивати активно. Інтелігент багато коштів витрачає на книги, театри, не економить на продуктах харчування, але погано розбирається в торгових марках.

Комп'ютерник часто зовнішньо не справляє враження забезпеченої людини, хоча заробітна плата вища його рівня споживання. Він не купує дорогих речей, вільний час проводить з друзями або за комп'ютером. Основні сфери його споживання: комп'ютерна техніка, електроніка, різноманітні гаджети тощо.

Розглянемо також, який вплив на купівельну поведінку людини здійснюють члени родини, оскільки родина — основний споживчий осередок суспільства. Маркетологи, досліджуючи її, намагаються зрозуміти розподіл ролей у родині і вплив думки різних її членів — чоловіка, дружини і дітей — на вибір товарів та послуг.

Члени родини часто виконують різні купівельні ролі, а саме: ініціатора, впливової особи; того, хто приймає рішення, покупця, користувача.

Отже, **ініціатор** — особа, від якої виходить ідея покупки. А у вашій сім'ї хто найчастіше є ініціатором покупок?

Впливова особа — людина, яка свідомо чи несвідомо впливає на купівлю, пропонуючи купити конкретну марку чи здійснити це в певний час.

І це ще не все, бо є та особа, яка приймає рішення щодо спрямування грошей родини на певні цілі і, як правило, має фінансову владу в родині. А як на ваші сімейні покупки впливає роль особи, яка приймає рішення?

Ви вже уявили себе в ролі покупця? Якщо так, то ви — особа, яка фактично здійснює купівлю.

Найбільше виграє користувач — той, хто використовує продукт. А може у вас є інше твердження? Напевно, не всі покупки для вас є важливими. Щось підійшло для мами чи тата?

Насправді, залежно від категорії товару і стадії процесу купівлі, вплив чоловіка і дружини виявляється по-різному. Розподіл таких ролей змінюється разом зі зміною стилю життя, ресурсів, якими кожний з них володіє, та етапу прийняття рішення про купівлю. Так, до недавнього часу в більшості українських сімей дружина купувала для родини продукти харчування, предмети домашнього вжитку та одяг.



Сьогодні ситуація змінилася: чоловіки все частіше беруть на себе придбання товарів для дому. Наприклад, нині 45% покупців автомобілів — жінки, а 40% покупців продуктів харчування — чоловіки. Такі зміни змушують компанії, які колись продавали свої товари тільки жінкам або тільки чоловікам, переорієнтуватися на споживчу поведінку протилежної статі.

І ще важлива інформація: на прийняття рішення про купівлю в родині все більший вплив мають також і діти.

Отже, рішення про вибір продукту і його купівлю прийнято. Виберіть для себе ту модель поведінки покупця, за якою можна характеризувати вашу покупку.

МОДЕЛЬ 1: Дізнатися — Відчути — Купити.

Споживач спочатку збирає фактичну інформацію про товар, виробника, бренд, потім у процес обробки інформації включаються почуття й емоції

(товар подобається чи не подобається), і тільки після цього робиться висновок про купівлю.

МОДЕЛЬ 2: Відчуття — Дізнатися — Купити.

Відповідно до даної моделі, на перше місце стають почуття й емоції, а потім споживача цікавлять властивості товару. Купівля відбудеться, якщо товар дуже сподобався споживачеві, навіть якщо його характеристики не зовсім відповідають очікуваням.

МОДЕЛЬ 3: Купити — Дізнатися — Відчуття.

Це модель імпульсивної купівлі (коли існує якась (найчастіше неявна) потреба і покупець отримує сильний зовнішній стимул, а також при цьому не існує жодних перешкод для здійснення купівлі (є товар, гроші та час)), після якої споживача починає цікавити, а які властивості має куплений ним товар.

МОДЕЛЬ 4: Купити — Відчуття — Дізнатися.

Це також імпульсивна купівля, але спонукальним мотивом є почуття й емоції, викликані в момент придбання.

Отже, відомості про типи особистості допомагають підприємцям аналізувати поведінку покупця при виборі товарів та послуг і торгових марок та зорієнтовувати своє виробництво на конкретного споживача та культуру споживання загалом.



СТІКЕР СЛІВ

Субкультура — група людей, яка дотримується певної системи цінностей, заснованої на їх загальному життєвому досвіді та становищі в суспільстві.

Мікроерін — це молоді паростки овочевих рослин і трав.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. Розпитайте свого друга/подругу протилежної статі про улюблені їх покупки. Складіть список їх улюблених речей. Проаналізуйте, як відрізняються покупки хлопчиків і дівчаток.

Завдання 2. Опишіть сучасну молоду людину — українця-споживача. Які продукти, ви вважаєте, він схильний купувати і які чинники впливатимуть на його вибір товарів і послуг?

Завдання 3. Інструкція аудиту покупок. Перегляньте покупки, придбані представниками родини за тиждень. Зверніть увагу на купівельні

ролі членів родини, проаналізуйте додаткову інформацію про товари та виділіть зайву чи надлишкову продукцію. (Скоріш за все, ви виявите, що частина куплених товарів є зайвою). Обговоріть результати дослідження щодо покупок у родинному колі.

Завдання 4. Проаналізуйте, як ви купляете, розпоряджаєтеся купленими товарами та їх позбавляєтеся. За поданим зразком у своєму зошиті накресліть табличку і заповніть її.

Товар	Як обираємо покупку	Як користуємося	Як позбавляємося товару (пакування)
Мило			
Сік			
Серветки			
Одяг			
Шкільні зошити			



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Вибираємо шкільний рюкзак

Підліткам доводиться носити в школу книги, зошити, канцелярське приладдя. Якщо додати до цього коробочку з обідом, змінний одяг для спортивних занять, то виходить вага, достойна легкої атлетики. Згідно з нормативами, максимальна вага дитячого рюкзака не повинна перевищувати 10-ї частини від ваги дитини.

Основний критерій при виборі рюкзака — це вага. Максимальна вага порожнього рюкзака для старшокласника — один кілограм. Вибирайте вироби легкі, але міцні, щоби забезпечити комфорт, скоротити рівень незручності при відвідуванні школи.

Слід звернути увагу на приблизні параметри такого рюкзака:

- висота 30–36 сантиметрів;
- довжина бокової стінки 6–10 сантиметрів;

- лямки повинні бути широкими, приблизно 4 сантиметри, м'якими, аби не впивалися в плечі, з обов'язковим регулюванням їх довжини;

- ширина рюкзака не повинна бути більшою від ширини плечей підлітка.

Основні вимоги до якості:

Обов'язково враховуйте критерій безпеки, згідно якого, рюкзак повинен мати:

- інформацію про країну-виробника;

- маркування про приблизний вік дитини;

- жорсткий каркас спинки для рівномірного розподілу ваги;

- світловідбивальні елементи, щоб дитину було помітно здалеку в темний час;

- м'які лямки S-подібної форми, з регулюванням по довжині.

Матеріал виготовлення. Основні вимоги до тканини: міцність, невелика вага, водонепроникність, стійкість до механічних пошкоджень.

Обов'язково перевірте наявність ортопедичної спинки, що повторює природний вигин хребта. Завдяки такій деталі знижується навантаження на хребет, поліпшується формування правильної постави.



Звертайте увагу на оформлення спинки — вона повинна бути з підкладкою з м'якої тканини, щоб олівці, гострі кути книг не впивалися в спину. Поєднання жорсткого каркаса і м'якої підкладки спинки гарантує максимальний комфорт. Жорстка основа покращує розподіл навантаження, а м'яка підкладка дозволяє носити рюкзак з комфортом.

Додатково підвищує рівень комфорту сітчаста вентиляційна тканина на лямках і спинці — за рахунок цього елемента спина і плечі менше пітніють.

Щоби бути точно впевненими в тому, що ви знаєте, який краще вибрати шкільний рюкзак, орієнтуйтеся на такі показники якості:

- легка, міцна, водовідштовхувальна тканина. Таким вимогам відповідають нейлон або поліестер, їхню поверхню можна легко помити, без обов'язкового прання;

- всі шви міцні, ретельно оброблені, щоби виключити ризик можливого травмування. Вся пластикова фурнітура гладка, без задирок;
- блискавки широкі, надійні і зручні, аби ви могли легко, швидко відкрити і закрити їх;
- укріплені кути корпусу для підвищення міцності виробу;
- наявні клапани на зовнішніх кишенях, блискавках і внутрішньому відділенні для захисту від дощу і снігу;
- водонепроникне дно з пластику або тканини зі спеціальним покриттям, або ж дно з пластиковими ніжками, що дозволяють ставити рюкзак на вологу землю, сніг.

Для зручності розподілу всіх речей, у рюкзаку повинні бути зовнішні кишені, кілька внутрішніх відділень. Якщо ви користуєтеся ноутбуком, то купуйте моделі з відсіком для цього гаджета.



БАНК ІДЕЙ

Як організувати бізнес «на підвіконнику»?

Сьогодні є популярним новий тренд світової кулінарії та здорового харчування — мікрозелень або мікрогрін. Спочатку паростками тільки прикрашали готові страви. Але проведені дослідження довели виняткову цінність такої їжі для людського організму.

Мікрогрін — це молоді паростки овочевих рослин і трав. Мініатюрну зелень вирощують у спеціально створених для цього умовах. Паростки містять підвищену кількість поживних речовин, вітамінів, мінералів, амінокислот та ін. Пояснюється це тим, що вони знаходяться тільки на старті свого розвитку і по максимуму використовують запас поживних речовин насіння. Вживання мікрозелені в їжу насичує нас вітамінами, дає запас енергії, сприяє очищенню організму.

Часто поняття мікрогрін ототожнюють з проростками, які також користуються популярністю. Але насправді це технічно різні фази розвитку рослин. Проростки — це тільки пророслі насінини. А мікрозелень — це стадія розвитку рослини, коли з'являються перші два листочки. Стебло і листя можна їсти, а насіння і коріння залишаються в субстраті. У проростках, вирощених у воді, з'їдають усе.

Мікрозелень здатна активно рости без використання будь-яких добрив і стимуляторів. Запасу поживних речовин і життєвої сили в насінні вистачає для активного зростання. Таким чином, одержувана мікрозелень — екологічно чистий і органічний продукт.

Є багато різновидів мікрозелені (рис. 15). Можна вирощувати практично будь-які овочі, трави, злакові та бобові культури. Зупинимося на огляді найбільш популярних із них.



Рис. 15. Зразки мікрозелені

1. Кінза (коріандр). У її складі багато вітамінів, мікроелементи Р, К та ін. Кінза корисна для серцево-судинної системи.

2. Рукола. Вона відрізняється великим вмістом аскорбінової кислоти, зміцнює імунітет, має гіркуватий смак, поєднується із м'ясними і рибними стравами.

3. Буряк. Містить багато вітамінів, мікроелементів, має стимулюючу дію, позитивно впливає на травлення, зміцнює імунітет, поєднується із салатами й другими стравами.

4. Редис. Мікрозелень редису містить багато мінералів, мікроелементів, вітамінів, має протинабрякову дію, покращує травлення, поєднується із м'ясними стравами і салатами.

5. Шніт-цибуля. Вона має здатність знищувати бактерії, очищати кишківник та є ідеальною для закусок.

6. Соняшник. Мікрозелень соняшнику містить білки, жири, вітамін А. Стабілізує кислотно-лужний баланс, зміцнює нервову систему, уповільнює процеси старіння, поєднується із салатами, м'ясними стравами і супами.

7. Горох. Багатий протеїном, вітамінами А, В, С, Е, фосфором, клітковиною. Поєднується із салатами і бутербродами.

8. Червоноголова капуста. Має високий вміст каротину, аскорбінової кислоти, що тонізує і зміцнює імунітет, нормалізує травлення та поєднується із салатами.



Виростити мікрогрін не дуже складно і в умовах квартири. Для цього потрібно придбати рекомендований набір інвентарю для вирощування: контейнер з кришкою, лляний килимок, екологічно чисте насіння та ін.

Бажаєте дізнатися більше — перейдіть за QR-кодом.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Фірма «Електронік-Вест» із нагоди відкриття нового магазину електроніки провела святкову акцію з розпродажу комп'ютерів. Продавець здивований реакцією споживачів на покупку товарів. Адже вдалося реалізувати лише один ноутбук вартістю 10000 грн (нова ціна — 8750 грн), тоді як ноутбуки вартістю 6000 грн (ціна на розпродажі — 5820 грн) були розпродані повністю.

Як ви можете пояснити таку поведінку споживачів? Чи була раціональною поведінка споживачів з економічної точки зору? Відповідь обґрунтуйте розрахунками.



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Сирна паста з мікрозеленню

Сирна паста — це практичне рішення для бутербродів, які можна зробити вдома, чи, упакувавши її в контейнер, зробити бутерброди вже на природі. Сирну пасту також можна використовувати в якості начинки для млинців.

Інгредієнти:

- сир знежирений — 100 г;
- сметана — 1 ст. л.;
- мікрозелень подрібнена — 0,5 скл.;
- сіль — за смаком.



Спосіб приготування:

Всі інгредієнти ретельно змішайте вручну або з використанням блендера. Смачного!

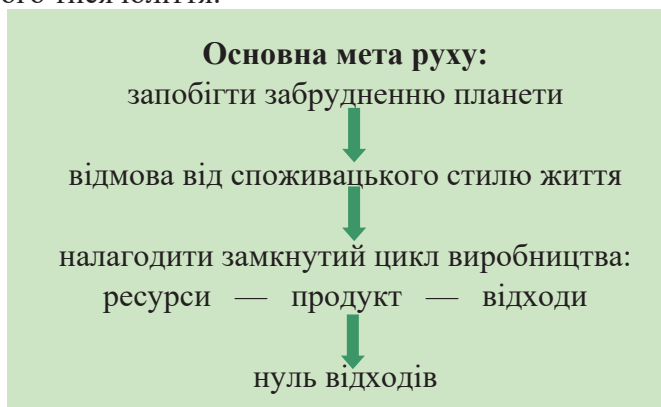
ПРИЄДНУЙТЕСЯ ДО КУЛЬТУРИ ZERO WASTE



50 років тому пересічні українці ще не знали, що таке пластик, і нечасто користувалися поліетиленовими пакетами. І не було сміттєзвалищ цього непотребу. Люди жили в стилі еко, самі того не усвідомлюючи: продукти носили в сітках-авоськах, соки і води розливали у скляну багаторазову

склотару, товари завертали у папір.

Що ж сталося з нашою свідомістю? Невже наша лінь і байдужість переможуть здоровий глузд? Вголос над цими питаннями розмірковує Беа Джонсон у книзі «Дім — нуль відходів». Авторка цього бестселера (екоактивістка і блогерка) заснувала рух «zero waste» або «нуль відходів» ще на початку цього тисячоліття.



Для безсмітєвого життя необхідно користуватися принципом «5R» (в українському варіанті — «5С»):

refuse — скажіть «Ні» непотребу;

reduce — скоротіть потрібне;

reuse — скористайтеся і повторно використовуйте, що купуєте;

recycle — сортуйте й утилізуйте;

rot — сумлінно компостуйте.

А скільки «С» у вашому житті?

Хто і що вам допоможе, щоб стало «5С»?

Цікаво знати, що з 1 січня 2018 року вступив у дію Закон України «Про відходи», в якому йдеться про сортування сміття за видами матеріалів.

При будь-якій господарській діяльності утворюються відходи — промислові та побутові, які можуть бути потенційною сировиною. Відходи — це об'єкти, які вже були у вжитку і втратили свої споживчі якості. Виходячи з можливості подальшого їх використання, розрізняють відходи, які утилізуються, й не утилізуються. Для перших може існувати технологія переробки з наступним включенням у виробництво або подальшим застосуванням у господарському обігу, для інших це неможливо.

Повторне використання або повернення в обіг відходів виробництва чи сміття називають рециклінгом.

Рециклінг передбачає:

1. Повторне корисне використання.
2. Виготовлення з вторинної сировини нових матеріалів і товарів.
3. Виділення з відходів корисних фракцій та утилізацію того, що визнано безповоротними відходами.
4. Отримання енергії від спалювання або піролізу промислового і побутового сміття.

Можливі два варіанти рециклінгу (рециклізації) відходів: повторне використання відходів за тим же призначенням, наприклад скляних пляшок після їх відповідної безпечної обробки та маркування (етикетування); повернення відходів після відповідної обробки у виробничий цикл, наприклад бляшаних банок — у виробництво сталі, макулатури — у виробництво паперу чи картону.

Міжнародний символ вторинної переробки — зелена стрічка Мебіуса (рис. 17).

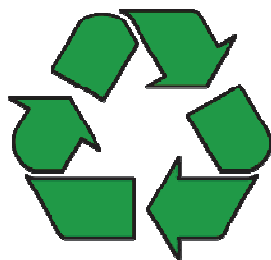


Рис. 17. Міжнародний символ вторинної переробки

Цікаві факти про сміття та вторинну переробку

Сміття завжди відгравало значну роль у людській культурі. Цікаво, що воно залишило свій слід і в релігії. Наприклад, ділянка землі під Єрусалимом, куди скидали і періодично спалювали відходи, в Біблії названа Вогненною. Для християн Геєна Вогненна стала одним з позначень Пекла.

Не менш відомий один з 12-ти подвигів, які вчинив герой давньогрецьких міфів Геракл, — він вирішив проблему відходів, накопичених у стайнях царя Авгія.

Вперше проблемою переробки сміття зайнялися в Англії понад 200 років тому. В кінці XIX століття там з'явився перший завод зі спалювання сміття. Сьогодні найкраще зі своїм сміттям справляється Швеція, переробляючи 52% від загальної кількості відходів. За нею — Австрія (49,7%) і Німеччина (48%).

Відомо, що у всьому світі щорічно більше 100 тисяч ссавців, птахів і риб гинуть через викинуті поліетиленові пакети. Тварини з'їдають їх або задихаються.

Кожну секунду в світі з'являється 3,8 кг «екологічно нешкідливого сміття»: недоїдки, яєчна шкаралупа, шкірка від картоплі та інше. Вони становлять 29% від середньостатистичного сміттевого кошика сучасної людини. Що ж стосується інших складових, то 25% — це картон і папір, 13% — скло, 11% — пластик, 4% — метал і 18% — інші матеріали. У Нью-Джерсі (США) відкрито музей сміття. Там зберігаються зразки нестандартного, цікавого і небезпечного сміття.

Величезна проблема — утилізація старих комп'ютерів. У них містяться небезпечні для навколишнього середовища сполуки, тому в Європі для комп'ютерної техніки існують спеціальні, закриті звалища. Вони завжди знаходяться під наглядом, щоб запобігти крадіжкам цінних, але шкідливих деталей.

Вивченням способів утилізації сміття займається наука гарбологія. Гарбологія (від англ. garbage — «сміття») або сміттєзнавство, або сміттєлогія — окремий напрямок екології, що займається вивченням сміттєвих відходів та методів їх утилізації.

Отримання енергії за рахунок спалювання сміття в півмільйонному місті щорічно економить 100 тисяч тонн вугілля.

За один рік переробка вторинних металів у світі дозволяє зберегти ресурси, достатні для того, щоб обігріти та освітити близько 150 млн приватних будинків. Енергії, збереженої при переробці однієї скляної пляшки, досить, щоб лампочка в 100 Вт горіла протягом 4 годин.

Найбільший сміттєвий полігон у світі розташований у місцевості Fresh Kills (США). Він займає площу в 1200 га, що дорівнює 1700 футбольним полям. Кожен день на нього звозять 13 тис. тонн відходів.

Щорічно у світі на смітник викидають понад 7 млн тонн одягу, з яких тільки 12% переробляють і повторно використовують.

Скидання відходів у море в контейнерах не гарантує, що вода не буде забруднена, так як матеріал контейнерів схильний до корозії. Металеві контейнери руйнуються в морському середовищі за десять років, а бетоновані — протягом тридцяти років. Найпоширеніше сміття на планеті — сигаретні недопалки. Щороку їх викидають понад 4,5 трильйонів штук.

Після завершення будівництва Зимового палацу в м. Санкт-Петербург (Росія) вся площа була завалена будівельним сміттям. Імператор Петро III вирішив позбутися від нього оригінальним способом — наказав оголосити народу, що кожен бажаючий може взяти з площі все, що завгодно, і безкоштовно. Через кілька годин все сміття було розчищено.

Із середини 1990-х років у Європі та Північній Америці зародився рух фріганів (детальніше про цю субкультуру див. у попередній темі). Ці люди їжу знаходять на смітниках і в сміттєвих контейнерах, а на звалищах — одяг і домашнє начиння, яке в разі непотрібності обмінюють на інші речі без участі грошей.

15 листопада відзначають Всесвітній день рециклінгу, або Всесвітній день вторинної переробки. Головна мета свята — привернути увагу влади, громадськості та промислових структур до цієї теми.



СТІКЕР СЛІВ

Апсайклінг — друге життя мотлоху, оригінальне використання у виробництві старих речей.

Відходи — це об'єкти, які вже були у вжитку і втратили свої споживчі якості.

Гарбологія, або *сміттєзнавство*, або *сміттєлогія* — окремий напрямок екології, що займається вивченням сміттєвих відходів та методів їх утилізації.

Культура «zero waste» — культура усвідомленого споживання, яке направлене на зниження створюваного сміття.

Рециклінг — повторне використання або повернення в обіг відходів виробництва чи сміття. Для сукупності відходів та зливів операцію рециклінгу називають рекуперацією, для зливів, порошко- та пастоподібних відходів — регенерацією, для зливів та викидів — рециркуляцією.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. Якщо ви знайдете відповідь на це запитання, то зможете досягти дивовижного результату — лише літрову банку сміття на рік. Заповніть решітку ідей (табл. 6).

Таблиця 6

Решітка ідей

	Скажи «Ні»	Скорочуй	Скористайся повторно	Сортуй і утилізуй	Сумлінно компостуй
Удома				побутове сміття	органічні відходи
У кафе	одноразові склянки				
У школі					
У супер-маркеті					

Є порожні клітинки? Є над чим працювати!

Папа Франциск в енцикліці «Ladato si» пише: «Інтегральна екологія складається з простих щоденних жестів, які руйнують логіку насильства, експлуатацій, егоїзму. І навпаки, світ, що доходить до крайнощів споживання, — це світ жорстокого ставлення до життя в усіх його формах».

Беа Джонсон пише: «Ми голосуємо гаманцем і саме так можемо впливати на виробника — розірвавши замкнене коло попиту і пропозицій».

Завдання 2. Розгляньте лайфхаки розумного споживача (табл. 7) і в зошиті продовжте цей перелік.

Таблиця 7

Лайфхаки розумного споживача

Предмет	Альтернативний варіант
губки з поролону для миття посуду	рослина люфа
пластикова зубна щітка	бамбукова зубна щітка
пластикова пляшка	скляна пляшка
поліетиленові пакети	авоська (бавовняна сумка), бавовняні мішечки
пластикові трубочки	солом'яні трубочки
харчова плівка	воскові серветки
пластикові склянки	бамбукові склянки

Завдання 3. Об'єднайтеся в три групи, обговоріть актуальні теми і схематично, використовуючи метод скрайбінг, покажіть своє бачення даних питань.

1 група: Що можна здати на переробку, а від чого варто відмовитися?

2 група: Як жити, щоб не захарашувати квартиру?

3 група: Чи варто розповсюджувати екостиль життя, якщо немає однодумців? Де вони?

Завдання 4. «Прагнеш жити в кращому світі? Змінюйся!» — ця концепція близька до філософії української компанії «DeLaMark», яка працює під гаслом «Здолаймо відходи» і має екологічний сертифікат, який визнано в 60 країнах світу. Її продукція:

- для екоприбирання;
- екокосметика для волосся та тіла;
- дитяча екосерія;
- для екомиття посуду.

У товарах всі агресивні компоненти (хлор, фосфати тощо) замінені безпечними аналогами, у складі відсутні компоненти тваринного походження і продукти не тестуються на тваринах.

Можливо, ви знаєте інші українські екокомпанії та їх продукцію? Розкажіть про них.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ



Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Вибираємо якісну подушку

Подушка має ідеально вас влаштувати. Якщо ви прокидаєтеся посеред ночі із затерпанням у спині або шиї, то така подушка не для вас. Якщо рука інстинктивно тягнеться під голову, то подушка занадто низька. Якісна подушка не вбирає сторонні запахи, добре зберігає тепло і пропускає повітря.

У якісній подушці не повинні заводитися цвіль або паразити-мікроорганізми. Вона також не повинна викликати кашлю й алергії, і прати її можна як у машинці, так і руками. Від прання вона не повинна втрачати свою форму, до речі, хороша подушка не втрачає взагалі форму протягом 3-х років.



Дійсно, якісна подушка комфортна і завдяки спеціальним наповнювачам не підтримує горіння.

За якими показниками доцільно вибрати якісну подушку для себе?

1. Жорсткість і міцність подушки. Це залежить від тієї пози, в якій ви зазвичай спите. Якщо ви звикли спати на боці, то вам потрібна більш жорстка подушка, а от подушка середньої жорсткості буде для вас, якщо ви любите спати на спині. М'яку подушку варто вибирати, якщо ви спите, як правило, на животі.
2. Пошиття. При виборі подушки багато людей звертають увагу на наповнювач і матеріал, з якого пошита подушка. Але цього мало, адже ви повинні ще подивитися на якість і міцність швів. Там не повинно бути дрібних дірочок, з яких наповнювач може вилізти. Дуже важливі деталі пошиття, тому що якщо шов зроблений неміцно, то, зрозуміло, що така подушка довго вам не прослужить. Потягніть шви для перевірки їх міцності.
3. Наповнювач. Подушка повинна забезпечувати нормальне положення хребта, кровообіг не повинен бути утруднений, а м'язи спини і шиї повинні бути в розслабленому стані. Подушка повинна бути в міру пружною і м'якою. Краще купувати ортопедичні подушки, що володіють особливою формою. Наповнювач відіграє важливу роль і буває різним. Поцікавтеся в експертів і підберіть той наповнювач, який підійде саме вам.
4. Розміри. Довжина подушки не повинна бути більшою від ширини матраца, а висота повинна бути рівною ширині вашого плеча. Сьогодні, як правило, подушки мають стандартні розміри: ширина 30–50 см, довжина — 40–80 см.
5. Форма. Подушки бувають найрізноманітнішої форми. Голову найбільш краще підтримують довгасті і квадратні подушки.



БАНК ІДЕЙ

Апсайклінг — найпопулярніше слово 2019 року. Це друге життя мотлоху, оригінальне використання у виробництві старих речей і головне — нова річ має перевершити якість старої.

А тепер увімкніть фантазію і видайте результат, у зошиті заповнивши таблицю 8.

Друге життя мотлоху

Що?	Як?	Результат
пробиті шини	пофарбувати	маленька клумба
старі платівки		
зношений одяг		
старі скейтборди		
непотрібні DVD-, CD-диски		

Твоя екологічна свідомість зберігає життя на Землі!

Інтелект-гра «Так... Ні»

1. Закон України «Про відходи» впроваджено з 1 січня 2018 року.
2. Тільки каліфорнійський черв'як здатен переробити побутові відходи в органічні добрива.
3. Ртутновмісні лампи, акумулятори, батарейки — одні з найнебезпечніших відходів.
4. Відома екоблогерка Беа Джонсон — засновниця екоруху «zero waste».
5. Всі вироби з пластику* розкладаються від 100 до 500 років.
6. Сортуючи сміття, людина стає більш практичною.

* Є пластик, який піддається переробці: екопакети, прозорі PET-пляшки з-під води, контейнери з-під йогурту чи сметани тощо.

**БАТЛ РОЗУМНИКІВ**

Сучасний світ захлинається від пластику. 33 країни світу вже відмовилися від виробництва поліетиленових пакетів. Одна людина виробляє до 1,5 кг відходів на день. А на планеті 7,8 млрд осіб. Порахуйте, скільки відходів утворює людство за 1 день.

**КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР**

Гастрономічний туризм — це подорож країнами та континентами для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і щоб покуштувати унікальні для приїжджого людини цікаві страви або продукти.

Рушаючи на відпочинок, слід врахувати особливості місцевої кулінарії, щоб повернутися додому без зайвих кілограмів і проблем зі здоров'ям. Роками харчуючись у наших національних традиціях, ми звикли до певної кількості спецій, прянощів, жирів, солі, до певного балансу рідкої і твердої їжі, до наших напоїв і так далі. Сьогодні туризм гастрономічний добре організований у Чехії, Угорщині, Шотландії, Франції, Італії, Іспанії, де існує розвинена мережа турів національних ресторацій.

А тепер поговоримо про піцу. Цікаво, що італійська піца довгий час визнавалася їжею бідняків. Так, після появи помідорів, які вважалися спочатку отруйними, бідняки в Неаполі вирішили використовувати їх як начинку. Оливковою олією змащували тонкий коржик, наповнювали начинкою, зверху укладали помідори і все запікали на дровах. Згодом страва стала популярною серед інших верств населення. Пропонуємо цікавий і швидкий у приготуванні рецепт піци.

Вівсяна піца

Інгредієнти:

Для основи:

- вівсяні пластівці — 80 г;
- яйце — 1 шт.;
- кефір — 130–150 мл;
- сіль, перець — за смаком;
- олія — для смаження (можна без олії, якщо у вас антипригарна сковорода).

Для начинки:

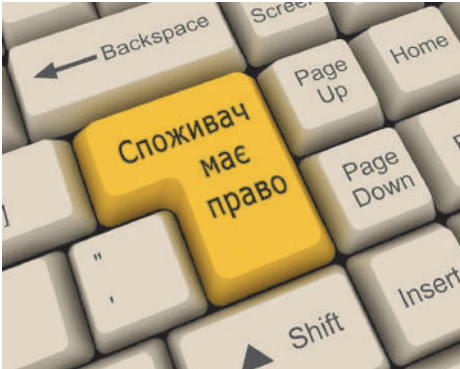
- томатний соус — 50 г;
- твердий сир — 70 г;
- зелень — за смаком;
- помідор — 1 шт.

Спосіб приготування:

З'єднайте всі інгредієнти для основи, добре перемішайте. Вилийте тісто на гарячу та попередньо змащену невеликою кількістю олії сковороду і смажте млинець близько 5 хв під кришкою, поки тісто «не схопиться». Змастіть тісто томатним соусом. Накладіть на нього тонко порізані скибочки помідора, потім посипте порізаною зеленню і тертим сиром. Накрийте піцу кришкою і смажте близько 5 хв, поки не розплавиться сир. Залиште страву на 5 хв, щоб сир застиг і «схопився», потім перекладіть готову піцу на тарілку, розріжте на шматочки та подавайте до столу. Смачного!



ПРАВОВИЙ ПОРТФЕЛЬ. А ЩО ТАМ?



«Клієнт завжди правий», — ці слова відомого швейцарського бізнесмена Цезаря Рітцу набули популярності ще в кінці XIX – на початку XX століття. Сьогодні ми все частіше замінюємо термін «клієнт» на «споживач», який має свої права й обов'язки.

Актуальним сьогодні стає самозахист споживача — спосіб здійснення захисту прав споживачів, відповідні дії споживача, що вживаються для забезпечення своїх прав.

Юридичне означення самозахисту міститься у статті 19 Цивільного кодексу, а також у статтях 8 і 9 Закону України «Про захист прав споживачів». Самозахист здійснюють шляхом звернення споживача до продавця або виробника, коли таке звернення стосується безпеки чи якості продукції, або ж повноти чи об'єктивності інформації. Така форма захисту законодавчо передбачена для заміни товарів неналежної якості; йдеться про повернення сплачених коштів за такі товари у випадку, коли заміна товару неможлива, або гарантійний ремонт товарів протягом визначеного терміну.

Сучасного українського споживача захищає Закон «Про захист прав споживачів», ухвалений Верховною Радою УРСР у 1991 році.

У п. 22 ч. 1 ст. 1 цього Закону зазначено, що споживачами є фізичні особи, які придбавають, замовляють, використовують або мають намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.

У Законі визначені основні права споживача на:

- захист своїх прав державою;
- належну якість продукції та обслуговування;
- безпеку продукції;
- доступну, достовірну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- відшкодування шкоди (майнової, моральної), завданої внаслідок недоліків продукції;
- звернення до суду та інших уповноважених державних органів за захистом порушених прав;
- об'єднання споживачів у громадські організації;

– обслуговування державною мовою.

Важливими є обов'язки продавця, зокрема:

– продавець (виконавець) зобов'язаний всіляко сприяти споживачеві у вільному виборі продукції та форм її оплати;

– забороняється примушувати споживача придбавати продукцію неналежної якості або не потрібного йому асортименту, у будь-який спосіб обмежувати використання ним електронних платіжних засобів, якщо, відповідно до законодавства, продавець (виконавець) зобов'язаний приймати їх до сплати;

– продавець (виконавець) зобов'язаний надати споживачеві достовірну і доступну інформацію про найменування, належність та режим роботи свого підприємства тощо.

Розглянемо більш детально права споживача при придбанні товару належної якості.

Споживач має право повернути, обміняти непродуктовий товар належної якості на аналогічний у продавця, в якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив його за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

Споживач має право на обмін, повернення товару належної якості протягом чотирнадцяти днів, не рахуючи дня купівлі, якщо триваліший строк не оголошений продавцем.

Обмін товару належної якості провадиться, якщо він не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром.

Проте, згідно додатка до постанови Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 р. № 172, є ПЕРЕЛІК товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню):

– Продовольчі товари, лікарські препарати та засоби, предмети гігієни.

– Непродовольчі товари:

- ◆ фотоплівки, фотопластинки, фотографічний папір, корсетні товари;
- ◆ парфумерно-косметичні вироби;
- ◆ пір'яно-пухові вироби;
- ◆ дитячі іграшки м'які;
- ◆ дитячі іграшки гумові надувні;



- ◆ зубні щітки;
- ◆ апарати для гоління;
- ◆ помазки для гоління;
- ◆ розчіски, гребінці та щітки масажні;
- ◆ сурдини (для духових музичних інструментів);
- ◆ скрипкові підборіддя;



- ◆ рукавички;
- ◆ тканини;
- ◆ тюлегардинні і мереживні полотна;
- ◆ килимові вироби метражні;
- ◆ білизна натільна;
- ◆ білизна постільна;
- ◆ панчішно-шкарпеткові вироби;
- ◆ товари в аерозольному пакуванні;
- ◆ друковані видання;



- ◆ лінійний та листковий металопрокат, трубна продукція;
- ◆ пиломатеріали, погонажні (плінтус, наличник), плитні матеріали (деревноволокнисті та деревностружкові плити, фанера) і скло, нарізані або розкроєні під розмір, визначений покупцем (замовником);

- ◆ аудіо-, відеокасети, диски для лазерних систем зчитування із записом;
- ◆ вироби з натурального та штучного волосся (перуки);
- ◆ товари для немовлят (пелюшки, соски, пляшечки для годування тощо);
- ◆ інструменти для манікюру, педикюру (ножиці, пилочки тощо);
- ◆ ювелірні вироби з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення та напівдорогоцінного каміння.

Майте на увазі, що якщо сталося випадково пошкодження товару в торговому залі, покупець не зобов'язаний відшкодовувати збитки! Все, що розбито, розсипано, пошкоджено в супермаркеті чи магазині до оформлення договору купівлі-продажу, тобто до видачі чека, підлягає списанню, а покупець не зобов'язаний компенсувати ці витрати.

Статтею 323 Цивільного кодексу України визначено, що «ризик випадкового знищення та випадкового пошкодження (псування) майна несе його власник, якщо інше не встановлено договором або законом».

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи,

споживач, у порядку та у строки, що встановлені законодавством і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- заміни товару на такий же товар або аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Крім того, ви як споживач за захистом порушених прав маєте право звернутися до суду та інших уповноважених державних органів.

До інших уповноважених державних органів в Україні сьогодні належать: Державна інспекція з питань захисту прав споживачів, а також структура Держпродспоживслужба, яка має свої філії в обласних і районних центрах, які допоможуть розібратись у всьому й, за необхідності, ініціювати судову справу.

Ви також повинні знати, що споживачі заради захисту власних прав можуть створити чи вступити в будь-яку з наявних нині неурядових організацій: Союз споживачів України, Українську асоціацію споживачів, Федерацію споживачів «Пульс» та ін. Незважаючи на їхню різноманітність, вони керуються однією метою: захистом прав споживачів.

І також пам'ятаймо, що з метою запобігання негативним для споживача наслідкам під час використання товару ви зобов'язані застосовувати передбачені виробником у товарі засоби безпеки з дотриманням передбачених експлуатаційною документацією спеціальних правил, а в разі відсутності таких правил у документації — дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки, встановлених для товарів такого роду.



СТІКЕР СЛІВ

Правовий портфель — так часто називають систематизовану правову інформацію в певній галузі, зі зручними інструментами для пошуку даної інформації.

Самозахист споживача — спосіб здійснення захисту прав споживачів, відповідні дії споживача, що вживаються для забезпечення своїх прав.

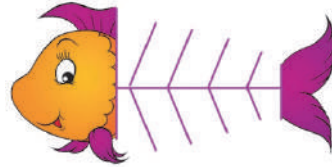
Фальсифікація товару — дії, спрямовані на обман споживача шляхом підробки об'єкта купівлі-продажу, тобто товару, з корисливою метою (за рахунок погіршення споживчих властивостей).



МініПРАКТИКУМ

В основі Фішбоуна — схематична діаграма у формі рибного скелета. У світі дана діаграма широко відома під іменем Ішікави (Ісікави). До речі, Каору Ішікава — професор Токійського університету, найбільший фахівець у галузі управління якістю.

Завдання 1. За допомогою техніки Фішбоун запишіть у зошиті на верхній частині риби права споживача, в яких переважає моральна складова, а на нижній — матеріальна.



Фішбоун _____

Завдання 2. Поряд із правами, в ч. 3 ст. 4 Закону України «Про захист прав споживачів» визначено ряд обов'язків споживачів:

1) перед початком експлуатації товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, викладеними в наданій виробником документації на товар;

2) у разі потреби роз'яснення умов та правил використання товару (до початку використання) звернутися за роз'ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої особи, що виконує його функції;

3) користуватися товаром згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), встановлених виробником;

4) з метою запобігання негативних для споживача наслідків використання товару — застосовувати передбачені виробником засоби безпеки, а в разі відсутності таких правил — дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки.

Подумайте і скажіть, як пов'язані між собою 1 обов'язок споживача із 2, а 4 обов'язок — із 3. Намалюйте в зошиті порожні бульбашки мислення і впишіть у них необхідні обов'язки.

Завдання 3. На основі поданого зразка і на прикладі обраного вами товару складіть скаргу споживача на недоброякісний товар (див. с. 122).



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і перегляньте відео для зняття напруги з очей.



**Зразок заяви-претензії
при виявленні недоліку в товарі**

Директору (магазину, фірми)
або приватному підприємцю

П.І.П. (підприємця)
назва магазину _____
адреса магазину _____
від _____

П.І.П. (споживача)
що мешкає за адресою: _____

тел. _____

З А Я В А

Я, _____ П.І.П. споживача _____, «__» _____ 20__ року придбав(ла) у Вашому магазині «товар» _____, який коштував _____ грн, що підтверджує копія чека (гарантійного талона).

У період гарантійного строку (копія гарантійного талона додається) мною були виявлені **недоліки, а саме:** _____

На підставі **п. 1, 3, 9 ст. 8** Закону України «Про захист прав споживачів» та договору купівлі-продажу я вимагатиму від Вас **безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк.**

У разі відмови з Вашого боку у позитивному вирішенні мого питання стосовно товару я буду вимушений(на) звернутися до _____ та/або в порядку ст. 22 Закону України «Про захист прав споживачів» до суду.

Письмову відповідь у термін, передбачений ст. 20 Закону України «Про звернення громадян», прошу надати мені на адресу: _____.

Додатки:

1. Копія касового чека.
2. Копія гарантійного талона.

«__» _____ 20__

_____/ /
підпис



ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Правильно вибираємо шкільний зошит

Ми часто захоплюємося барвистими обкладинками зошитів та білосніжними глянцевиими аркушами.

Цікаві фото чи малюнки, яскраві кольори, чіткі лінії часто приваблюють нас як споживача і манять купити такий зошит.



Але потрібно знати, що такі зошити можуть не тільки знизити нашу успішність у школі, але й погано вплинути на наше здоров'я. Адже кольорові картинки часто відволікають нас від навчальної діяльності, а сліпуча білизна аркушів погано впливає на наш зір. Як же вибрати якісний зошит? На що потрібно звернути увагу?

1. *Якість паперу.* Аркуш зошита повинен бути трохи тоншим за аркуш паперу, який використовують для копіювальної техніки, але непрозорим, трохи шорстким на дотик.

2. *Колір паперу.* Білосніжні аркуші дають додаткове навантаження на очі, що не кращим чином позначається на нашому зорі. Тому обирайте зошити, аркуші в яких є кольору топленого молока.

3. *Лінії.* Обов'язково звертайте увагу на лінії, які мають бути синього, сірого або фіолетового кольору. Лінійки і клітинки повинні бути добре пропечатані, а лінії на розворотах — збігатися.

4. *Обкладинка.* Дуже яскраві обкладинки із зображенням улюблених героїв і персонажів часто відволікають нашу увагу. Крім того, такі обкладинки складно підписувати, адже на глянцевому папері пише не кожна ручка.

5. *Корисні шпаргалки.* Обирайте зошити, на зворотному боці яких розміщена корисна інформація. Наприклад: таблиця множення, метрична система або основні правила граматики тощо.

Ось основні поради для вибору шкільного зошита.

А для особистого емоційного задоволення, роботи вдома чи чернетки обирайте зошит на свій смак.



БАНК ІДЕЙ

Завдання 1. Підготуйте проект на допомогу конс'юмерам «Система захисту прав споживачів: реалії і перспективи».

Завдання 2. Об'єднайтесь у групи і розіграйте ситуації із закликком «Захисти себе сам».

1 група: Стихійна торгівля. Ризик для здоров'я. Незахищені права.

- 2 група: Відмова продавця видати копію сертифіката* якості товару.
3 група: Підприємець не видає чек** на придбаний товар, мотивуючи спрощеною системою оподаткування.
4 група: На товарі відсутнє маркування державною мовою.
5 група: У магазині пропонують купити непродовольчий товар без пакування.

* Якщо виникає сумнів щодо походження товару, Закон «Про захист прав споживачів» надає право споживачеві вимагати у продавця видати копію сертифіката якості (якщо товар підлягає обов'язковій сертифікації).

** Чек видають у день придбання товару. У чеку вказані найменування товару, ціна, дата продажу, реквізити продавця. Якщо на товар встановлений гарантійний термін, вимагайте гарантійний талон. Для послуг виписують квитанцію із зазначеним виконавцем робіт, терміном початку та закінчення робіт, ціною та гарантійним терміном послуги.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Продавщиця відрізала 5 стрічок для ляльки Мар'янки, причому кожна нова стрічка була на 3 см довша, ніж попередня. Яка довжина була в першій стрічці, якщо довжина останньої стрічки — 15 см?



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

М'ятний лимонад

Класичний лимонад, напій з води, лимонного соку та цукру, виник у Франції. З часом італійці урізноманітнили його, додаючи трави, фрукти, корені, прянощі. Корисно і смачно. Приготуємо лимонад із м'ятою в домашніх умовах.

Інгредієнти:

- м'ята (пучок) — 1 шт.; - лимон — 1 шт.;
- лайм — 1 шт.; - цукор — 4 ст. л.; - вода — 3 скл.

Спосіб приготування:

Обдайте окропом лимон і лайм. М'яту помийте під холодною проточною водою. Розріжте лимон і лайм на 4 частини і вичавте сік в ємність. Додайте порізану чи розім'яту в ступці м'яту.

Залийте цю суміш 100 мл гарячої води (90°C) і розмішуйте дерев'яною ложкою до розчинення цукру. Потім долийте решту води, але вже остиглу воду, накрийте чистою серветкою і дайте 30 хвилин постояти в теплі, потім приберіть у холодильник. Насолоджуйтесь! Приємних вражень від напою.



ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ: ВЧІТЬСЯ ЖИТИ, ОБИРАЮЧИ КУЛЬТУРУ ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ



Зміни мислення — і ти зміниш своє життя.

Брайан Трейсі

Перший шкільний страйк заради клімату відбувся під будівлею парламенту Швеції у серпні 2018 року. Його організувала школярка Грета Тумберг. Її вимога полягала в тому, щоб шведський уряд зменшив викиди вуглецю відповідно до Паризької угоди, оскільки сильна спека та лісові пожежі знищували екосистеми в країні. Сидячи під Риксдагом (парламентом) з плакатом «Шкільний страйк заради клімату», Грета надихнула школярів усього світу взяти участь в екологічних протестах. Так зародився учнівський рух «Fridays for Future».

Всупереч невиліковній формі аутизму, Тумберг вважає, що її діагноз лише допомагає їй у недитячій боротьбі за привернення уваги світових лідерів до проблем зміни клімату на планеті. Грета промовляла з провідних політичних трибун світу. Активістка зустрічалася з Папою Римським та главами найбільших країн.

За свою екоактивістську позицію Грета Тумберг стала номінанткою на Нобелівську премію миру, «людиною року», отримала премію «за гуманність» як винагороду за боротьбу зі зміною клімату та екологічною кризою.

Щодня кожен з нас робить багато необдуманих дій, які мають негативний вплив на довкілля. Рідко хто замислюється над всіма шкідливими процесами, які виникають у результаті людської діяльності. Але, формуючи в собі різноманітні екозвички та особисту екоментальність, поступово ми зможемо зменшити шкідливий вплив на природу.

Особливість ментальності українського народу полягає в ощадливому ставленні до природи. Багато десятиліть ми орієнтувалися на культуру глобалізованого світу. Але настав період навернення до своїх традицій, переосмислення звичаїв у відношенні до природи та до Землі. У цьому смисл сучасної етики споживання. Сьогодні для створення екоментального середовища потрібне лише бажання. Щодня ми можемо носити із собою посуд багаторазового використання: полотняні торбинки, пляшки, лотки, в'язані торби. Зменшити витрати електроенергії вдома, в школі та за її межами.

Багато людей для подолання відстані можуть використовувати велосипеди, електромобілі, які економлять ресурси та не завдають шкоди довкіллю.

Згідно статистики, кожна людина протягом року викидає близько трьох метрів кубічних побутового сміття.

А тепер підрахуємо. На січень 2020 року чисельність людства склала близько 7,8 млрд осіб. Тобто річний «смітцевий запас» людства тоді складе: $3 \text{ м}^3 \times 7,8 \text{ млрд осіб} = 23,4 \text{ млрд м}^3$. Для зручності перетворимо цей об'єм у кубічні кілометри. Оскільки $1 \text{ км}^3 = 1 \text{ млрд м}^3$, то $23,4 \text{ млрд м}^3 = 23,4 \text{ км}^3$.

А тепер спробуємо уявити цю кількість сміття у вигляді величезного стовпа... Для спрощення розрахунків візьмемо за його основу квадрат зі стороною 1 км. У такому випадку висота стовпа сягне 23,4 км! Тобто його вершина перебуватиме в нижніх шарах стратосфери (рис. 18)! Цей стовп буде вищий, ніж Джомолунгма (8,848 км) у 2,6 раза!

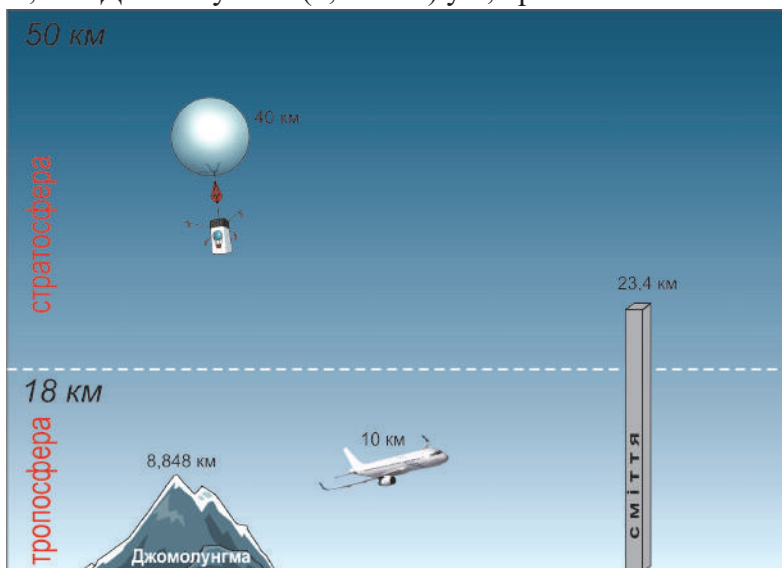


Рис. 18. Порівняльна висота річного «смітцевого запасу» людства

І це тільки побутове сміття за 1 рік! Важко уявити, яким цей стовп був би із врахуванням промислових відходів та ще за кілька років, адже полігони сміття експлуатуються десятиріччями!..

Відходи — це не тільки сміття, а й ресурс. Сортуючи та переробляючи сміття, можна заробити чималі кошти. Сьогодні з'являється багато екоактивістів, які шукають односторонців і завдяки яким скресає негативний вплив людини на природу. Не секрет, що багато продукції перетворюється у відходи, зокрема третину харчів люди просто викидають. Але їх же ж можна хоча б компостувати...

Щоб зменшити кількість відходів, не треба купувати забагато продовольчих товарів, адже їх надлишок псується. Для цього напередодні походу в магазин варто скласти список харчів на тиждень. Не слід запасатися продовольством на тривалий час. Ви маєте переконатися, що ваша сім'я з'їсть всі куплені продукти. А ще радимо купувати товари, що мають екологічне пакування.

Продукти та надлишки страв доцільно правильно зберігати, що додасть більше шансів зменшити відходи у вашому смітнику. Для економії та мінімізації сміття можна оволодіти навиками безвідходного приготування страв. Якщо в магазинах є продукти, термін придатності яких збігає, їх варто віддавати нужденним.

Причиною змін нашого світу на краще можемо стати ми ж самі, наше мислення та наші дії. «Якщо бажаєш, щоб світ змінився, — сам стань цією зміною», — один із життєвих принципів Махатми Ганді — індійського ідеолога, основоположника філософії ненасилля. Можливо, цей принцип, маємо надію, допоможе вам у стосунках з навколишнім середовищем...

Кожному з нас слід популяризувати ідею про те, що природа — наш надійний союзник.

Популяризуйте ідеї про те, що природа може стати надійним союзником успішної підприємливої екоментальної людини! Навчіться раціонально та безпечно використовувати її ресурси, що є найкращим внеском у справу збереження довкілля, для формування нового стилю життя сучасного споживача.



СТІКЕР СЛІВ

Ментальність — спосіб мислення, загальна духовна налаштованість людини, установка особистості чи групи людей до навколишнього світу.



МініПРАКТИКУМ

Завдання 1. «Що потрібно для забезпечення добробуту родині?»

1. Складіть список речей, які ваша родина потребує й купуватиме цього тижня (серед них мають бути: 1–2 товари тривалого користування, 20 товарів щоденного споживання і 5 видів послуг).
2. Розподіліть товари щоденного вжитку за важливістю.
3. Визначте 5 товарів і послуг, від яких ваша родина може відмовитися, якщо їй не вистачить грошей.
4. Охарактеризуйте раціональність власного вибору.

Завдання 2. Створіть груповий проєкт «Щоб гроші не текли рікою».

Він дасть можливість розкрити особливості використання води людиною. Проведіть невелике дослідження «Скільки разів на день чистимо зуби». Запропонуйте одному з друзів підійти до рукомийника та продемонструвати, як він це робить. Товаришу потрібно детально описати процес чищення зубів. Обговоріть, чи існує економний спосіб чищення зубів. Наприклад, включати воду лише для промивання зубної щітки та ополіскування рота й виключати під час самого чищення. На перший погляд, це не приводить до значного заощадження води. Проте, якщо кожен з нас буде ощадливо ставитися до води, відповідно змінивши усталені звички, то ефект може бути вражаючим. Аби переконати скептиків, запропонуйте друзям розв'язати свою сімейну економічну задачу: уявіть, що кожен член вашої родини чистить зуби, залишаючи воду відкритою весь час. Після вашої розповіді про те, як можна гуртом економити воду, родина, швидше за все, погодиться переглянути свої звички та включатиме воду лише для ополіскування щітки та рота.



ФІЗКУЛЬТСПОЖИТИВ

Перейдіть за QR-кодом і виконайте руханку.





ЕКСПРЕС-ЛАБОРАТОРІЯ

Вибираємо натуральний сік



Сьогодні у продажу є досить широкий асортимент напоїв, виготовлених на основі фруктів або овочів.

Сік — це на 100% натуральний продукт, отриманий з фруктів чи овочів шляхом прямого пресування або відновлений із концентрату, без додавання будь-яких

консервантів, барвників та штучних ароматизаторів.

Якщо ж на пакованні ви бачите слово «нектар» — це означає, що цей сік розведений питною водою або цукровим сиропом. Вміст плодової частини у нектарах складає лише від 25% для гранатового нектару до 50% для яблучного.

Морс — це напій, який містить не менше 18% плодової частини. У фруктовому коктейлі ця частка не менше 15%, у соковому напої — не менше 10%. Крім цукру та лимонної кислоти, в напоях допускається присутність барвників, штучних ароматизаторів, замінників цукру, стабілізаторів консистенції та інших харчових добавок.

Соковмісний напій має містити хоча б 1% соку. Це настільки мало, що є більше рекламним трюком для приваблювання покупців.

Утім, навіть якщо ви купили натуральний сік, це не означає, що він на 100% корисний. Так, натуральні соки, які продаються в магазинах, частіше є відновленими з концентратів (це зазвичай вказується на пакованні).

Концентрати вигадали, щоб створювати певний запас на випадок неврожайних сезонів. Їх отримують шляхом випаровування води з фруктів та овочів до утворення густого пюре. У такому вигляді сировину легше зберігати і перевозити. В Україні відновлюють здебільшого соки, виготовлені з екзотичних фруктів, що на території нашої країни не ростуть. Та слід пам'ятати, що концентрат може зберігатися впродовж тривалого часу, тому від дати його виготовлення до дати розливу відновленого соку може пройти кілька років.

Також фахівці радять звертати увагу на смак та аромат напою. Сильно виражений аромат має лише свіжовичавлений сік. Тому, якщо «подих забиває» від придбаного в магазині напою, швидше за все, він містить ароматизатори. У соки можна додавати цукор, але це має відобразитися на пакованні.

Що ж до яскравого забарвлення, то довго зберігати його здатен лише апельсиновий сік. А от, наприклад, натуральний гранатовий сік швидко окислюється та тьмяніє. Тому нерідко товарного вигляду йому надають за допомогою барвників.

При виготовленні соку з двох та більше видів фруктів чи овочів на пакованні зазначають їхні назви, розташовані в порядку зменшення масових часток у продукті. Виробники можуть змішувати якісні натуральні соки із соками, виготовленими з дешевої сировини, адже в міксах важко визначити співвідношення використаних соків, тому виявити їхню фальсифікацію практично неможливо.

Та найчастіше натуральні соки підробляють, розводячи їх водою. Як свідчить практика, навіть професійні дегустатори не в змозі розпізнати такі підробки. Зокрема, додавання до соку 10% води на смак практично не розпізнається. В третини дегустаторів виникають сумніви щодо якості продукту при додаванні 20% води. І лише коли сік розведений на третину, спеціалісти відчують, що він «водянистий».

Купуючи сік, зважайте і на пакування товару. Якщо воно паперове і вицвіло, але дата відповідає терміну придатності, то це свідчить про порушення умов зберігання. Тобто сік, напевно, зіпсований. Скляна тара вважається екологічно чистою та краще захищає сік від потрапляння кисню і вологи.

Окрім складу продукту, терміну та умов зберігання, на пакованні повинна бути інформація про виробника або імпортера (назва, адреса, контактний телефон), щоб покупець міг звернутися, у разі потреби, зі скаргою на якість продукції.



БАНК ІДЕЙ

Порада 1. Запам'ятайте, які відходи не можна викидати на смітник!

- Поліетиленові пакети. Вони становлять неабияку загрозу для всього живого на землі та у воді та вважаються вторинною сировиною. Однак, через низьку рентабельність переробки поліетилену низької щільності, з якого зазвичай виготовляють таку продукцію, більшість муніципальних програм не береться за утилізацію таких відходів.



- Батарейки. Вони містять важкі метали, кислоти, луги, які, потрапляючи у воду або ґрунт, завдають непоправної шкоди навколишньому середовищу. Так, одна пальчикова батарейка забруднює 400 л води, якої вистачить одній людині на 9 місяців, та 20 м² ґрунту, на якому, приміром, у лісі може рости 2 дерева, жити два кроти, один їжак і кілька тисяч дощових

черв'яків. При цьому свинець, кадмій та ртуть, які містяться в батарейках, викликають важкі захворювання мозку, нервові розлади, провокують рак, погіршують зір, слух, викликають порушення опорно-рухової системи та захворювання дихальних шляхів.

- Люмінесцентні лампи. Зважаючи на вміст у них ртуті, вони належать до надзвичайно небезпечних відходів. Один грам цієї речовини здатний забруднити понад 3,3 тис. м³ повітря. При цьому в кожній лампі міститься приблизно 4 мл ртуті. Потрапляючи в організм людини, ця речовина сильно вражає нервову систему, нирки, печінку.

- Відпрацьовані ртутні лампи можна здати за певну плату окремим підприємствам. А більшість світлодіодних лампочок, згідно з інформацією на пакованні, безпечні і піддаються переробці.

- Скляні термометри, які також містять смертельно небезпечну для здоров'я ртуть, приймають за певну плату на утилізацію спеціалізовані підприємства.

- Невикористані ліки або ліки з вичерпаним терміном, які містять потужні хімікати, можуть забруднити ґрунт, воду та повітря.

- Побутова електроніка містить небезпечні речовини, серед яких ртуть, свинець, кадмій, вогнестійкі добавки берилію і бромю. Переробкою цифрових камер, комп'ютерів, телевізорів, принтерів, iPod-плеєрів, мобільних телефонів та зарядних пристроїв, DVD, CD, картриджів від принтерів та інших електронних відходів займаються певні організації або компанії-виробники в рамках програми повернення відходів.

- Побутову техніку (холодильники, кондиціонери і т. д.), до складу якої входять охолоджувачі, утеплювачі та інші речовини, які завдають непоправної шкоди довкіллю, необхідно здавати на утилізацію спеціалізованим організаціям.

- Невикористані феєрверки або те, що від них залишилося, ні в якому разі не можна викидати на смітник. Такі відходи можуть утилізувати пожежники.

- Порожні флакончики аерозольної фарби містять небезпечні для навколишнього середовища газу та хімічні рідини. Таке сміття краще здати на переробку — за алюмінієві і сталеві ємності деякі пункти навіть заплатають невелику суму, або відвезти на місцеве звалище небезпечних побутових відходів.

- Пластикові запальнички навіть з невеликою кількістю пального можуть легко займатися. Частково використані бутанові запальнички необхідно здавати у спеціальні центри утилізації побутових відходів.

- Паливні та масляні фільтри, які зазвичай валяються обабіч доріг, краще здати на переробку. Таке сміття приймають деякі автосервісні

підприємства, які використовують залишки масла як додаткове джерело енергії, а метал здають у спеціалізовані пункти прийому вторсировини.

- Шини, які теж завдають чимало шкоди довкіллю, теж необхідно здавати на переробку.
- Побутова хімія, потрапляючи у стічні та ґрунтові води, забруднює навколишнє середовище. Такі відходи краще відвезти у центр утилізації небезпечних побутових відходів.



Рис. 19. Мобільний застосунок «Сортуй»

Порада 2. Лайфхак: мобільний застосунок «Сортуй»: поради з утилізації сміття у вашому смартфоні.

Встановіть мобільний застосунок «Сортуй» (рис. 19), який швидко підкаже, куди відправити сміття — на сортувальну станцію чи на сміттєзвалище. Максимум за три кроки він визначить тип вторсировини та розповість, як її підготувати до переробки.

Крім цього, мобільний застосунок «Сортуй» допоможе відповісти на складне запитання, як поводитись із відходами, і, сподіваємося, позбавить від довгих роздумів біля контейнерів. Тепер у вашій кишені буде надійний помічник, який швидко визначить тип сміття (у тому числі за маркуванням), розповість, як його підготувати до переробки, і, врешті, допоможе знайти найближчу станцію сортування. Також «Сортуй» сповіщатиме про зміни у правилах і триматиме в курсі важливих новин операторів збору вторсировини.



БАТЛ РОЗУМНИКІВ

Ваша родина складається з п'яти осіб. Кожен член родини чистить зуби двічі на день. Чищення зубів зазвичай триває близько 3 хвилин, а за хвилину з крана випливає, в середньому, 2 літра води. Альтернативний спосіб чищення зубів дозволяє заощадити 1 літр води на особу. Розрахуйте:

а) об'єм використаної родиною води, коли її не закривають під час чищення зубів;

б) об'єм використаної родиною води, коли застосовують альтернативний спосіб чищення;

в) об'єм води, що його ваша родина може зекономити за один день.

Розрахуйте також об'єм зекономленої родиною води за один рік.

Визначте й економічний ефект, тобто суму зекономлених коштів, знаючи, наприклад, що вартість 1000 л (1 м³) води (станом на вересень 2020 р. у м. Тернопіль) становить 27,34 грн.



КУЛІНАРНИЙ КОНСТРУКТОР

Гарбузове варення — замість ліків на зиму

Цікаво знати про гарбуз. Як відомо, гарбуз багатий на мінерали: фтор, магній, мідь. 100 грамів гарбуза містить 1 грам білка і в 5 разів більше каротину, ніж морква. Тому страви з гарбуза смачні і дуже корисні для здоров'я. Тож готуємо гарбузове варення.

Інгредієнти:

- гарбуз — 3–4 кг;
- апельсини — 2 шт.;
- лимон — 1 шт.;
- курага — 1 кг;
- цукор — 3 скл.

Спосіб приготування:

Зніміть шкірку з гарбуза, апельсинів та лимона. Поріжте всі інгредієнти на дрібні кубики, перемішайте з цукром і варіть у каструлі, не доводячи до кипіння. Дайте охолонути, розкладіть у банки і поставте в холодильник. Споживайте з користю і будьте здорові!



ДОДАТКИ

Додаток А









УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ НА ЯРЛИКАХ ТОВАРІВ

Піктограми, що використовуються для позначення способу прання одягу	Піктограми, що використовуються для позначення способу сушіння одягу	Піктограми, що використовуються для позначення способу відбілювання одягу
Можна прати	Можна сушити	Сухе чищення (хімістка)
Прання у щадному режимі. Точно витримувати температуру води, не надавати сильній механічній обробці, при віджимі – повільний режим центрифуги	Не сушити	Хімістка не дозволяється
Делікатне прання. Велика кількість води, мінімальна механічна обробка, швидке полоскання	Можна віджимати та сушити у пральній машині	Хімістка з будь-яким розчинником
Прання заборонено, слід надавати хімічній чистці	Не можна віджимати та сушити у пральній машині	Чищення з використанням вуглекислого, хлорного етилену, монофторхлорметану
Прати у холодній воді (до 30 °С)	Сушити при низькій температурі	Чищення із використанням вуглекислого та трифторхлорметану
Прати у гарячій воді (50 °С і вище)	Сушити при високій температурі	Можна відбілювати
Тільки ручне прання. Не терти, не віджимати. Максимальна температура – 40 °С	Вертикальне сушіння	Не можна відбілювати
Не віджимати	Сушіння без віджиму	Можна відбілювати із застосуванням хлору
	Сушіння на горизонтальній поверхні	Відбілювати тільки без хлору
	Сушіння у тіні	

ТАБЛИЦЯ ШКІДЛИВИХ ХАРЧОВИХ ДОДАТКІВ

ДУЖЕ НЕБЕЗПЕЧНІ	E123 E510 E513E E527
НЕБЕЗПЕЧНІ	E102 E110 E120 E124 E127 E129 E155 E180 E201 E220 E222 E223 E224 E228 E233 E242 E400 E401 E402 E403 E404 E405 E501 E502 E503 E620 E636 E637
КАНЦЕРОГЕННІ	E154 E626 E627 E628 E629 E630 E631 E632 E131 E142 E153 E210 E212 E213 E214 E215 E283 E310 E954
РОЗЛАД ШЛУНКУ	E338 E339 E340 E341 E343 E450 E461 E462 E463 E465 E466
ХВОРОБИ ШКІРИ	E151 E160 E231 E232 E239 E311 E312 E320 E907 E951 E1105
РОЗЛАД КИШКІВНИКА	E154 E626 E627 E628 E629 E630 E631 E632 E633 E634 E635
ТИСК	E154 E250 E252
НЕБЕЗПЕЧНІ ДЛЯ ДІТЕЙ	E270
ЗАБОРОНЕНІ	E103 E105 E111 E121 E123 E125 E126 E130 E152 E211 E952
ПІДОЗРІЛІ	E104 E122 E141 E171 E173 E241 E477

УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ НА ПАКОВАННІ ТОВАРІВ	
	Знак у вигляді трикутника з трьох стрілок, що означають замкнутий цикл (виробництво — застосування — утилізація), вказує, що пакування придатне для подальшої переробки. Усередині трикутника можуть бути одна або дві цифри, які вказують на тип пакувального матеріалу: 1–19 — пластик, 20–39 — папір та картон, 40–49 — метал, 50–59 — деревина, 60–69 — тканини і текстиль, 70–79 — скло.
	Знак «дбай про чистоту». Цей знак означає, що пакування треба викинути до урни безпосередньо після споживання його вмісту. Часто біля цього знака може бути символ, який означає, що перед викиданням картонні коробки і пакування від напоїв слід зім'яти, щоб вони займали менше місця і контейнер занадто швидко не заповнювався.
	Знак «викидай окремо». Розподіл пакування: картон слід викинути до макулатури (бо це папір), а пластиковий (поліетилен — PE) мішок повинен потрапити до пластика.
	Екологічний знак придатності до рециклінгу.
	Цей знак розміщують на пакованні й означає можливість повторного використання.
	Знак «біодеградувальне пакування» — знак, призначений для пакування, що розкладається і не виділяє шкідливих речовин.
	Вага нетто (без пакування), розташоване поряд число в рамці означає брутто (з пакуванням).
	Маркування CE, розміщене на продукті або його пакованні, засвідчує, що виріб відповідає основним вимогам директиві і стандартам ЄС. Цей символ наносять на електричні пристрої, іграшки, предмети індивідуального захисту (окуляри сонцезахисні, каски і т. п.), медичні вироби та інше.
	Знак «зелена крапка» означає, що виробник забезпечує прийом маркованого пакувального матеріалу на вторинну переробку, заздалегідь оплатив її. Знак був упроваджений у Німеччині і зараз діє на території 15 країн-членів ЄС. На території України цей знак не має змістовного значення для товаровиробників, споживачів чи контролюючих органів.
	Національний знак оцінки відповідності. Він є єдиним знаком, що свідчить про відповідність продукції загальнообов'язковим вимогам безпеки, що діють на території України відносно продукції певної категорії.

УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ НА ПАКОВАННІ ТОВАРІВ	
	Символ, який інформує, що даний продукт, ані жоден з його складників не був тестований на тваринах. Цей знак виробники використовують все рідше, оскільки тепер тестування продуктів на тваринах заборонене.
	Логотип, що належить організації Internationaler Herstellerverband gegen Tierversuche in der Kosmetik (ІНТК), яка вже багато років бореться за заборону проведення тестів косметичних засобів на тваринах. Усі продукти, які відповідають вимогам ІНТК, позначають цим екологічним символом.
	Цей символ інформує споживача, що продукт не містить фреонів, які руйнують озон, тим самим сприяючи глобальному потеплінню. Знак не належить жодній організації.
	Цей символ інформує нас, як довго можна вживати даний косметичний засіб.
	Логотип Energy Star наносять лише на енергозберезні товари та їх пакування.
	Енергетична етикетка для більшості побутових приладів, промислового обладнання, лампочок, а також для автомобілів щодо їх енергоефективності. Енергоефективність позначають класами від А до G. При цьому клас А позначає найвищу енергоефективність, а G — найнижчу. Етикетка енергоефективності дає користувачу й іншу корисну інформацію, яка допомагає зробити вибір між моделями товарів.
	Символ, який означає, що продукт не можна викидати до звичайних контейнерів для відходів. Обов'язком споживача є передача виробу до визначеного пункту збору з метою рециклінгу електровідходів.
	Інформація про натуральність продукції (сировини) органічного походження, вирощеної без застосування хімікатів, виробленої без барвників і штучних харчових добавок.

УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ НА ПАКОВАННІ ТОВАРІВ	
	Цей знак є декларацією виробника, його застосування не вимагає обов'язкового проведення випробувань та оцінки продукції на вміст ГМО органом з оцінки відповідності. Ставити маркування про наявність чи відсутність ГМО виробника зобов'язує Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів».
	«Євролисток» — єдиний знак Європейського Союзу, який використовують для позначення пакування органічних харчових продуктів, вирощених без хімічних добрив.
	Товарний знак «Vegan» (Веган, Великобританія) означає відсутність компонентів тваринного походження. Сертифікат належить Vegan Society — веганському благодійному товариству, яке просуває і підтримує вегетаріанський спосіб життя. Його головною ідеєю є виключення будь-якого насильства над тваринним світом, усіх форм жорстокого поводження з тваринами та їх експлуатації, вживання будь-яких продуктів тваринного походження в їжу, побічних продуктів або їх похідних, використання тварин для всіляких дослідів у медичній та косметичній промисловості, застосування ГМО з тваринних генів. Не допускає випробування на тваринах як з ініціативи виробника, так і від його імені чи інших осіб, підконтрольних виробнику.
Знаків Vegan може бути кілька, їх відрізняє характерне зображення літери «V»: 	Знак Vegan використовують компанії-виробники по всьому світу для зазначення своєї продукції як веганської. Такі компанії сплачують щорічний членський внесок Vegan Society. Членські внески йдуть на благодійні цілі.
	Знак органічного походження продукції, використовують у Польщі.
	Цей символ видає Шведське Товариство Контролю Сільгосппродукції. Позначає товари, вирощені без застосування хімічних добрив і пестицидів.

УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ НА ПАКОВАННІ ТОВАРІВ	
	<p>Організація з незалежної сертифікації натуральних органічних продуктів QAI (Quality Assurance International) підтримує виробництво екопродукції в США і по всьому світу. Компанія QAI займається проблемою глобального оздоровлення планети. З метою досягнення цього результату QAI і отримала ISO 14001. QAI прагне не впливати на навколишнє середовище і приймає суворі та ефективні заходи для запобігання або обмеження його забруднення.</p>
	<p>Продукція з маркуванням «Rainforest Alliance™ Сертифіковано» поставляється тільки з плантацій та ферм, які дотримуються всіх численних екологічних, соціальних і ділових стандартів, що регулюють екологічне сільське господарство в тропіках.</p>
СОЦІАЛЬНІ ПОЗНАЧЕННЯ	
	<p>Логотип WFTO (World Fair Trade Organization). Товарний знак FTO Mark або WFTO є системою маркування не продукції, а всього бренду. Він гарантує, що стандарти справедливої торгівлі впроваджені в компанії і стосуються всього: умов праці, заробітної плати, дитячої праці, довкілля та ін.</p>
	<p>Європейське екологічне маркування European Ecolabel використовується на добровільній основі, було введено в 1992 році для підтримки зусиль компаній по виведенню на ринок більш екологічних продуктів та послуг. Критерії визначення екологічності в European Ecolabel дуже жорсткі, характеристики продукту вимірюються й аналізуються на предмет дії на довкілля впродовж усього його життєвого циклу, включаючи отримання сировини на передвиробничому етапі, виробництво, збут і утилізацію продукту. Знак European Ecolabel — маркування, якому споживачі дійсно можуть довіряти, — отримують тільки ті продукти, які повністю відповідають цим жорстким екологічним стандартам.</p>
	<p>The Blue Angel (Der Blaue Engel) — найстарший знак, який підтверджує екологічну безпеку. Це символ захисту довкілля. Він гарантує, що товари: — зроблені за допомогою засобів, нешкідливих для довкілля; — були перевірені на шкідливі речовини, такі як формальдегіди і розчинники; — безпечні для використання в будинках та офісах; — не загрожують здоров'ю людей.</p>
	<p>Спеціальний знак для килима, який підтверджує, що при його виготовленні не використовувалася дитяча праця.</p>

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. 21 маніпуляція продавця і способи їм протидіяти. *Training & Consulting. Volodymyr Gorak* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3m5EVmF> (дата звернення: 26.11.2020).
2. 7 геніальних рекламних стратегій з історії, які змінили світ *TurboSMS* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/33mZZ0z> (дата звернення: 26.11.2020).
3. Автопоради. *Auto 24* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/368jsnn> (дата звернення: 26.11.2020).
4. Ареф'єва І. Гроші — чи все ви про них знаєте? *Financer* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/33kWt6Q> (дата звернення: 26.11.2020).
5. Бихно О. Прийоми супермаркетів — сповідь директора з продажу *24 тт: журнал для клієнтів усіх банків* : веб-сайт. 2018. 18 груд. URL: <https://bit.ly/2KBu1XS> (дата звернення: 26.11.2020).
6. Відносини зі споживачами: відповідальне (етичне) споживання; соціально відповідальний маркетинг; міжнародні ініціативи та законодавство України у сфері захисту прав споживачів; якість продукції (стандарт ISO 9000). *Навчальні матеріали онлайн* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/369QxiR> (дата звернення: 26.11.2020).
7. Всесвітній день рециклінгу. *Українська Макулатурна Компанія* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3laQhVl> (дата звернення: 26.11.2020).
8. Головач М. Е. Притча про образи. *Вересневий передзвін* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3mbeiga> (дата звернення: 26.11.2020).
9. Готуємо смачний, корисний та легкий омлет з овочами (рецепт). *METRO* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3o5JfDb> (дата звернення: 26.11.2020).
10. Григораш А. Лайфхак: як прожити 104 дні без поліетилену. *БЖ* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/378QJ1j> (дата звернення: 26.11.2020).
11. Данилюк Д. Чому всі говорять про екологію? *Vazilik* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/36ejE4V> (дата звернення: 26.11.2020).
12. Дихальна гімнастика, релаксація (канал «Creative Teacher»). *Youtube* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/39ifWcd> (дата звернення: 26.11.2020).
13. Загальні правила викладки товарів. *Навчальні матеріали онлайн* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2V6iTEu> (дата звернення: 26.11.2020).
14. Загрядська М. Криптовалюти в Україні. *Юридична газета online* : веб-сайт. 2019. 03 вер. № 36 (690). URL: <https://bit.ly/2JbOBhg> (дата звернення: 26.11.2020).
15. Зарядка под Clap Snap с ускорением! (канал «Veinia brothers»). *Youtube* : веб-сайт. <https://bit.ly/2V2JVwB> (дата звернення: 26.11.2020).
16. Захист прав споживачів фінпослуг. Що варто знати? *Національний банк України* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Jl7RIE> (дата звернення: 26.11.2020).

17. Зразки скарг про порушення законодавства. *Тернопільська міська рада* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2V7Gr44> (дата звернення: 26.11.2020).
18. Ірха Т. Вплив соціально-культурних факторів на поведінку споживачів. *Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації* : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та молод. вчених, 3–4 квіт. 2014 р. / редкол. : С. В. Гродський, Ю. П. Гуменюк, М. А. Живко та ін.; відп. за вип. Є. В. Савельєв. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. С. 175–177. URL: <https://bit.ly/2V8oUAp> (дата звернення: 26.11.2020).
19. Історія виникнення руху захисту прав споживачів та міжнародний досвід. *Всеукраїнська асоціація з питань захисту прав споживачів «Споживча довіра»* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3q1K29L> (дата звернення: 26.11.2020).
20. Мельницька Ю. ТОП-12 рослинних інновацій у харчовій технології. *Investory. News* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3qck2J9> (дата звернення: 26.11.2020).
21. Мікрозелень: що це таке, користь та правила вирощування. *Vse Roste* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3q7bxi6> (дата звернення: 26.11.2020).
22. Натуральний миючий засіб: порятунок для алергіків і тих, у кого є маленькі діти. *Intermarium — Новини Міжмор'я* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2KIIS2W> (дата звернення: 26.11.2020).
23. Нейропсихологічна гра «Роби як Лорі» (повтори, якщо зможеш) (канал «Creative Teacher»). *Youtube* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3ma1kPD> (дата звернення: 26.11.2020).
24. Пашков І. А. Основні моделі психографічного сегментування: «vals» та «цінності сегментів» Роя Моргана. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 2. С. 139–147. URL: <https://bit.ly/2V2ZMLs> (дата звернення: 26.11.2020).
25. Перерва З. В. Життя у стилі ЕКО. Сім відтінків зеленого (презентація). *Всеосвіта* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2KyKw71> (дата звернення: 26.11.2020).
26. Персональні цінності та життєвий стиль. *Навчальні матеріали онлайн* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/39fnJHP> (дата звернення: 26.11.2020).
27. Побутова хімія: небезпека, прихована в чистоті. *Бюро УГКЦ з питань екології* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3fDqjIC> (дата звернення: 26.11.2020).
28. Ріжок Я. Склад споживчого кошика в Україні. *Maanimo* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Jawms9> (дата звернення: 26.11.2020).
29. Система захисту прав споживачів в Україні. *Навчальні матеріали онлайн* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/39idbYo> (дата звернення: 26.11.2020).
30. Сортуї: додаток в Google Play. *Google Play* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3o2NIGm> (дата звернення: 26.11.2020).
31. Стеценко В. Зовнішні фактори впливу на поведінку споживача (презентація). *Slideshare* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3ocmX2H> (дата звернення: 26.11.2020).

32. Страшинська Л. В. Поведінка споживачів : конспект лекцій для студентів спец. 7.050108 «Маркетинг» усіх форм навч. Київ : ЕКОМЕН, 2010. 101 с. URL: <https://bit.ly/366aRBQ> (дата звернення: 26.11.2020).
33. Сучасна дитяча руханка — танець, фізкультхвилинка «Tiger Dance» (канал «Creative Teacher»). *Youtube* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/36ek4Iх> (дата звернення: 26.11.2020).
34. Ткачук Я. 33 поради з кібербезпеки, що захистять ваші пристрої, інформацію, гроші і нерви. *24 канал* : веб-сайт. <https://bit.ly/33kMu1e> (дата звернення: 26.11.2020).
35. Фізкультхвилинка. Руханка «А ти готовий?» (канал «Альона Овсійчук»). *Youtube* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3696wh4> (дата звернення: 26.11.2020).
36. Фітнес батончики (рецепт). *Shefkuhar* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/33mlXkh> (дата звернення: 26.11.2020).
37. Як Грета Тунберг стала такою відомою: деталі сходження зірки екоруху. *NikopolToday* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2Jgc2Wi> (дата звернення: 26.11.2020).
38. Як обрати найкращий шампунь? *DeLaMark* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/368jkUV> (дата звернення: 26.11.2020).
39. Як правильно вибрати зошит для школярів? *Це Бориспіль* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3q7bT8q> (дата звернення: 26.11.2020).
40. Як харчування впливає на смертність і що може змінити кожен для свого здоров'я? *Міністерство охорони здоров'я України* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/319z9zb> (дата звернення: 26.11.2020).

Навчальне видання
Серія «Шкільна бібліотека»

Криховець-Хом'як Лілія Ярославівна
Сампара Оксана Володимирівна
Чарторинська Любов Іванівна
Миколів Ігор Михайлович

Основи споживчих знань. Обираємо культуру здорового споживання

Посібник серії «Шкільна бібліотека»
для 7 класу закладів загальної середньої освіти

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

Видано за рахунок державних коштів.
Продаж заборонено.

У посібнику використані ілюстрації з доступних інтернет-джерел.

Головний редактор Іван Білах
Редактор Ігор Миколів
Обкладинка Інни Малявської
Комп'ютерна верстка Мар'яни Тераз

Формат 70x100 1/16.
Умовно-друк. арк. 11,664. Облік.-видавн. арк. 8,65. Наклад 81579 прим.

ТзОВ «Видавництво Астон» м. Тернопіль вул. Гайова, 8
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
Видавничої справи ТР № 28 від 09.06.2005 р.
www.aston.te.ua E-mail: tovaston@gmail.com