

## Фітокомплекси “CHOICE”

Після публікації в попередній червневій розсилці статті **“Ще раз про фітокомплекси “CHOICE”, але на цей раз про форму їх випуску та упаковку”**, в Компанію зателефонували декілька Клієнт-менеджерів і запитали, коли була перша стаття про наші фітокомплекси. З заголовка попередньої статті вони зрозуміли так, що раніше була ще одна стаття про фітокомплекси “CHOICE”, яку вони пропустили і тепер хочуть її отримати. Відповім так: про фітокомплекси “CHOICE” було написано велику кількість статей, кращі з яких увійшли в “збірник статей по здоров'ю”, які Ви можете в будь-який момент придбати у Компанії. Але, тим не менше, сьогодні я ще раз зупинюся на деяких особливостях наших фітокомплексів, що забезпечують їм перевагу в порівнянні з фітокомплексами (БАДами) інших виробників.

### **Особливість-перевага № 1. Фітокомплекси “CHOICE” адаптовані до нашого регіону.**

Неспроста дану перевагу я поставив на перше місце. У нашій країні асортимент фітокомплексів (БАДів) великий, але дослідження показали, що більше 94% з них - імпорتنі. Ще з радянських часів нам знайоме слово “імпорتنі” і воно у багатьох, особливо у тих, кому за 35, викликає приємні почуття, адже в радянські часи всі речі поділялись на 2 групи - ВІТЧИЗНЯНІ, що сприймалось як НЕЯКІСНІ, та ІМПОРТНІ, що сприймалось як ЯКІСНІ. Але це речі. Яка в речах може бути адаптація? Якщо такий пункт і присутній при оцінці товару, він стоїть далеко не на першому місці. У фітокомплексах ж адаптація має величезне значення. **ТОМУ ДУЖЕ ВАЖЛИВО, ХТО І ДЛЯ КОГО З САМОГО ПОЧАТКУ, САМЕ З ПОЧАТКУ, РОЗРОБЛЯВ ТІ ЧИ ІНШІ ФІТОКОМПЛЕКСИ І З ЯКОЇ СИРОВИНИ.** Адже всі знайомі з таким визначенням: **“ОСОБЛИВОСТІ ЦЬОГО РЕГІОНУ”**. Так ось, особливості Китаю, як регіону, зовсім не збігаються з особливостями нашого Українського регіону. Те ж стосується США, Індії, Ізраїлю та інших далеких країн. Адже культура харчування в Україні істотно відрізняється від культури харчування у вищезгаданих країнах, у нас різна повсякденна їжа і звички харчування, і це значить, що життєво необхідних біологічно активних речовин у “їхній” і “нашій” їжі міститься різна кількість. Отже, цей факт потрібно обов'язково враховувати при розробці фітокомплексів для того чи іншого регіону. На практиці так і робиться: китайські вчені розробляють комплекси для китайців, американські - для американців і т.д. Це вже потім, переслідуючи комерційний інтерес, бізнесмени різних країн просувають продукцію, розроблену для їхніх регіонів, в нашу країну і, звичайно ж, розповідають, що вона підходить усім. Так було, є, і буде, і тільки вам вибирати, вірити рекламі або керуватися здоровим глуздом.

З цього приводу можна говорити ще багато і довго, але **ми знаємо, що фітокомплекси компанії “CHOICE” розроблені українськими вченими саме для нас, громадян України, і цим все сказано.**

## **Особливість-перевага № 2. Фітокомплекси “CHOICE” мають багатокomпонентний склад.**

Багатокomпонентний склад фітокомплексів “CHOICE” забезпечує високу ступінь синергізму і автоматично гарантує захист від передозування того чи іншого компоненту. Що таке синергізм, ми знаємо - це процес взаємодії між компонентами, що приводить до посилення дії один одного, а от про захист від передозування поговоримо більш докладно.

Наприклад, в рецептуру фітокомплексу “X”, що випускається в капсулах по 400 мг, включено рослину, яка володіє високою ефективністю, але її передозування може призвести до небажаних наслідків. Якщо до складу даного фітокомплексу входить всього 2 рослини, тобто по 200 мг кожного виду, то, приймаючи 3 рази на день по 2 капсули (а саме такий прийом необхідний при прийомі таких моно комплексів), протягом дня в організм потрапляє 1,2 грама рослини. Отже, протягом місяця в організм потрапить 36 грамів ( $1,2 \times 30 = 36$ ) даної рослини. У такому випадку можливе передозування.

**До складу кожної капсули фітокомплексів “CHOICE” в середньому входить 9 компонентів (десь більше, десь менше).** Розділивши капсулу 400 мг на 9 компонентів - отримаємо приблизно 45 мг кожного компонента в капсулі. Припустимо, що якийсь із компонентів, при тривалому прийомі може викликати передозування і нам потрібно порахувати, чи може таке статися: 45 мг множимо на 2 (прийом по 1-й капсулі 2 рази на день) і отримуємо 90 мг на день. Множимо 90 мг на 30 днів і отримуємо 2,7 грами на місяць. Можна підняти будь-який довідник з даної теми і переконатися, що 2,7 грамів на місяць будь-якої рослини, дозволеної МОЗ для вживання всередину з метою лікування або профілактики, ніколи не викличе передозування.

**З вищесказаного випливає, що багатокomпонентний склад фітокомплексів “CHOICE” забезпечує не тільки високий ступінь синергізму, що надає їм високу ефективність, але і захищає від передозування при їх тривалому використанні.**

## **Особливість-перевага № 3. Фітокомплекси “CHOICE” одночасно живлять організм біологічно активними речовинами і усувають причини захворювань.**

Зазвичай виробники лікувально-профілактичних комплексів випускають або вітамінно-мінеральні комплекси (БАДи), дія яких спрямована в основному на профілактику захворювань, або комплекси з лікувальних рослин (фітокомплекси), дія яких спрямована переважно на лікування (усунення причин захворювань).

Але, як ми розуміємо, в процесі оздоровлення необхідно і те, й інше: і вітаміни з мінералами, і лікувальні трави і рослини.

**Унікальність фітокомплексів “CHOICE” полягає в тому, що ПРОЗЕРИ (пророщені зерна вівса, пшениці, кукурудзи), що входять до їх складу, забезпечують надходження в організм натуральних вітамінів, мінералів та інших, життєвонеобхідних біологічно активних речовин, а лікувальні трави і рослини**

працюють на усунення тієї чи іншої причини захворювання, тобто забезпечують лікувальний ефект.

**Особливість-перевага № 4. Фітокомплекси “CHOICE” створювалися послідовно за задалегідь розробленою системою.**

Організм людини складається з багатьох органів і систем, тому, для максимальної ефективності необхідно розробити такий асортимент фітокомплексів, який би торкався всіх органів та систем. Як показує практика, зробити це можна послідовно за задалегідь визначеною системою.

На сьогоднішній день переважна більшість виробників фітокомплексів (БАД), у тому числі і ті, що просувають свою продукцію за системою мережевого маркетингу, розробляють і випускають продукцію хаотично (я довго підшукував потрібне для визначення слово і слово “хаотично” підходить найбільше). Це означає, що у виробників спочатку не було і в даний час немає послідовної комплексної програми з розробки та випуску своєї продукції, і, отже, не існує продуманих схем її послідовного комплексного прийому. Подумайте, про який послідовний комплексний підхід при розробці продукції може йти мова, коли продукція реалізується через аптеки, де покупки, як правило, “одноразові”, які не знають всього асортименту продукції даного виробника.

Що ж стосується продукції, яка просувається через компанії мережевого маркетингу, то справи йдуть, як правило, подібно, тобто відсутній комплексний підхід і послідовність при її розробці. Щоб у цьому переконатися, розглянемо 2 основних варіанти появи на світ мережевих компаній:

**Варіант 1.** В один прекрасний момент лідер однієї з мережевих компаній, представленої на ринку здоров'я, вирішує заснувати свою мережеву компанію. Він знає, що спочатку йому потрібен продукт, і він починає його шукати, виходячи на підприємства-виробники даного продукту з тим, щоб отримати ексклюзивне право на його просування. Якщо йому вдається переконати керівництво такого підприємства в рентабельності своєї пропозиції, воно погоджується на те, щоб деякі екземпляри своєї продукції просувати через мережу. Далі, як ви розумієте, будуються мережі і продукт реалізується. Як ми бачимо, даній заповзятливій людині дали на реалізацію той продукт, який керівництво вважало за потрібне, і який раніше продавався через аптеки або, навіть якщо цей продукт новий, він все одно створювався під реалізацію через аптеки.

**Скажіть**, де тут системний комплексний підхід до розробки і випуску продукції?

**Варіант 2.** Керівництву підприємства “Х”, що багато років випускає продукцію для здоров'я, набридло витратити великі суми грошей на рекламу. Воно шукає інші шляхи реалізації своєї нової продукції і зацікавлюється мережевим маркетингом. Далі нові зразки продукції просуваються через мережу.

**Скажіть**, де, в такому випадку, системний комплексний підхід до розробки і випуску продукції, якщо протягом багатьох років продукція випускалася для реалізації через аптеки, тобто для “одноразових” покупців?

**Фітокомплекси “СНОІСЕ” створювалися послідовно по заздалегідь розробленій системі і в такому асортименті, де кожен з фітокомплексів не дублює, а доповнює один одного.** На сьогоднішній день в наявності є 16 фітокомплексів, ще 8 знаходяться в розробці. Разом, в недалекому майбутньому, приблизно через 6 - 8 місяців, у наявності буде 24 фітокомплекси. Цього асортименту достатньо, щоб з їх допомогою, дотримуючись рекомендованих схем, послідовно оздоровлювати і підтримувати в здоровому стані практично всі органи і системи людського організму.

**Особливість-перевага № 5. На виробництво і розповсюдження фітокомплексів “СНОІСЕ” є всі дозвільні (офіційні) документи.**

Визначення “дозвільні або офіційні документи” говорить само за себе. Отже, якщо таких документів на поширювану продукцію немає, значить, фірма, що поширює її, або сама нелегальна, або поширює нелегально виготовлену або нелегально завезену продукцію.

**НЕЛЕГАЛЬНО - ЗНАЧИТЬ НЕ ЗАКОННО, ЗНАЧИТЬ НЕ НАДІЙНО, ЗНАЧИТЬ РИЗИКОВАНО!**

Сьогодні на нашому ринку більше 85% розповсюджуваної продукції для здоров'я не має дозвільних документів. Переконатися в цьому дуже легко: достатньо попросити у представника будь-якої мережевої компанії, що просуває продукцію для здоров'я, дозвільні документи і звернути увагу на їх відповідь. Таких документів вам ніхто, за дуже рідкісним винятком, не пред'явить, хоча на словах всі будуть доводити, що вони є. А адже в кожній компанії є журнал по продукції, в якому детально розповідається про склад і унікальності даного продукту. Ну чого коштує виділити в цьому журналі 2-3 сторінки на опублікування офіційних документів? Невже це так складно? Відповідь проста: “Так, складно, якщо таких документів немає”.

**Особливість-перевага № 6. Фітокомплекси “СНОІСЕ” клінічно досліджені.**

Щоб переконатися у важливості даного пункту, потрібно знати, для чого і з якою метою проводяться клінічні дослідження на ефективність. Вся справа в тому, що до тих пір, поки продукція, в даному випадку мова йде про фітокомплекси, не буде застосована на практиці, гарантувати її ефективність не можна. Недостатньо об'єднати в одну капсулу декілька трав, які мають лікувальні властивості, і вважати, що справу зроблено. Тільки на практиці можна визначити наскільки дані трави поєднуються один з одним і який ефект від цього виходить. І зробити це потрібно до того, як продукція потрапить до широкого кола споживачів. Так само має величезне значення той факт, що продукція, розроблена для одних регіонів, наприклад для Китаю, може бути абсолютно не ефективна в країнах Європи, часто навпаки, може викликати ускладнення і бути небезпечною. Як ви знаєте, клінічні дослідження фітокомплексів “СНОІСЕ” на ефективність проводилися на базі “Інституту педіатрії, акушерства та гінекології

Академії Медичних Наук України” і результати показали їх високу ефективність. При цьому важливу роль відіграє той факт, що першими, хто спробував фітокомплекси “СНОІСЕ”, були діти у віці від 12 до 15 років. Цей факт говорить про те, що у професора Лапшина В.Ф. і його однодумців спочатку не було ні краплі сумніву в тому, що фітокомплекси “СНОІСЕ” - абсолютно безпечний продукт, який ні в якому разі не може нашкодити навіть дитячому організму.

### **Особливість-перевага № 7. Фітокомплекси “СНОІСЕ” можна приймати дітям 5-7 річного віку.**

За міжнародними нормами фітокомплекси, за дуже рідкісним винятком, дозволено приймати дітям з 12-ти річного віку; вітамінно-мінеральні комплекси, в яких немає трав - з 4-х річного віку; спеціальні моно добавки - дітям молодше 4-х років. Той факт, що фітокомплекси “СНОІСЕ” можна приймати з 5, 6 і 7-ми річного віку свідчить про те, що вони дуже високої якості, мають високу ефективність і при цьому абсолютно безпечні. Це якраз і є той рідкісний, можна сказати, дуже рідкісний виняток, на користь фітокомплексів “СНОІСЕ”.

### **Особливість-перевага № 8. Фітокомплекси “СНОІСЕ” мають найкраще співвідношення “ціна-якість”.**

Ми не раз чули таке визначення: “найкраще співвідношення “ціна-якість”. Воно означає те, що при доступній ціні товар має досить високу якість. Саме такому визначенню відповідають фітокомплекси “СНОІСЕ”. Володіючи високою ефективністю, вони мають ціну в 2 і більше разів нижче, ніж подібного роду продукція у більшості конкуруючих фірм. Той, хто знайомий з продукцією інших компаній і цінами на неї, має можливість переконатися в правдивості такого висновку. У зв'язку з тим, що в нашій країні значна частина громадян має невеликі доходи, показник “ціна-якість” має величезне значення. Останнім часом все більше і більше людей розуміють, що для того, щоб бути здоровим, фітокомплекси потрібно приймати постійно, і перед багатьма стоїть вибір: або постійно приймати дешевий і малоефективний продукт, або рідко дорогий, але більш ефективний. Як ви розумієте, мати бажаний результат і в тому, і в іншому випадку нереально. Компанія “СНОІСЕ” пропонує “золоту середину”, тобто дуже ефективний продукт за доступною для більшості жителів нашої країни ціною.

### **Особливість-перевага № 9. Фітокомплекси “СНОІСЕ” не викликають звикання.**

“Не викликають звикання” - це, можна сказати, народне визначення, а медичне звучить так: “відсутній синдром відміни препарату”. Це означає те, що якщо, на якому-небудь етапі, людина припинить прийом фітокомплексів, вона не відчує ніякого дискомфорту. І при цьому не має значення, протягом якого періоду часу людина їх приймала.

### **Особливість-перевага № 10. Форма випуску фітокомплексів “СНОІСЕ” відповідає останнім вимогам європейських стандартів.**

**“Капсули, упаковані в блістер”** - таку офіційну назву має форма випуску фітокомплексів “CHOICE”. На перший погляд “просто і зрозуміло”, а скільки моментів приховано в цій класифікації. Про них було докладно розказано в попередній статті, тому не буду повторюватися, але рекомендую вам ще раз ознайомитися з вмістом даної статті.

У статті перераховані основні, але далеко не всі особливості-переваги фітокомплексів компанії “CHOICE”, про них ще багато можна говорити, особливо вдаючись у подробиці, але **найголовнішим показником є той факт, що за 4-х річну історію фітокомплекси “CHOICE” на практиці показали високу ефективність при практично повній відсутності побічних ефектів.**

*О. Мільотін*  
*Генеральний директор компанії “CHOICE”*