

**Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu**

**Grzegorz A. Ziętała**

## **Ukraińskie i białoruskie marki handlowe**

**Українские и белорусские торговые бренды  
Українські та білоруські торгові бренди  
Українскія і беларускія гандлёвыя брэнды**

Nowy Sącz 2021

**Redaktor Naukowy**

dr Grzegorz A. Ziętała

**Redaktor Wydania**

dr Robert Rogowski

**Recenzent**

dr hab. Ewa Dźwierzynska, prof. UR

**Redaktor Techniczny**

dr Tamara Bolanowska-Bobrek

© Copyright by Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu  
Nowy Sącz 2021

ISBN 978-83-65575-80-7

**Wydawca**

Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu  
ul. Staszica 1, 33-300 Nowy Sącz  
tel. 18 443 45 45, e-mail: briw@pwsz-ns.edu.pl

**Adres Redakcji**

Nowy Sącz 33-300, ul. Staszica 1  
tel. +48 18 443 45 45, e-mail: tbolanowska@pwsz-ns.edu.pl

**Druk**

Wydawnictwo i drukarnia NOVA SANDEC s.c.  
Mariusz Kałyniuk, Roman Kałyniuk  
33-300 Nowy Sącz, ul. Lwowska 143  
tel. 18 547 45 45, e-mail: biuro@novasandec.pl

## Spis treści. Содержание. Зміст. Змест

Wstęp. Введение. Вступ. Ўвядзенне .....	5
---	---

### UKRAIŃSKIE MARKI HANDLOWE. УКРАИНСКИЕ ТОРГОВЫЕ БРЕНДЫ. УКРАЇНСЬКІ ТОРГОВІ БРЕНДИ

<b>1. Rejestracja marek handlowych na Ukrainie. Регистрация торговых марок в Украине. Реєстрація торгових марок в Україні .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Podział marek ukraińskich według obwodów. Подразделение украинских брендов по областям. Підрозділ українських брендів по областях .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Najpopularniejsze marki ukraińskie. Самые популярные украинские бренды. Найпопулярніші українські бренди .....</b>	<b>15</b>
3.1. „Morszyńska”. „Моршинская”. «Моршинська» („Morshynska”).....	15
3.2. „Sandora” .....	19
3.3. „Nowa Poszta”. „Новая почта”. „Нова пошта” .....	21
3.4. „Rozetka” .....	23
3.5. „PrivatBank”. „ПриватБанк” .....	25
3.6. „Roshen” .....	27
3.7. „Switocz”. „Свиточ”. „Світоч” .....	32
3.8. Chortyca. Хортица. Хортиця (Khortytza) .....	34
3.9. „Hlebniy Dar”. „Хлебный Дар”. „Хлібний Дар” („Hlibny Dar”).....	38
3.10. „Nemiroff” .....	40
3.11. „Czernihowskie”. „Черниговское”. „Чернігівське” .....	43
3.12. „Nasza Rjaba”. „Наша Ряба” („Nasha Ryaba”).....	45
3.13. „Torczyn”. „Торчин” .....	48
3.14. „Czumak”. „Чумак” .....	50
3.15. „ATB-Market”. „АТБ-Маркет” .....	54
3.16. „Kyivstar”. „Киевстар”. „Київстар” .....	56
3.17. „Mr. Scrubber” .....	58
3.18. „Uspich”. „Успех”. „Uspix” .....	61

### BIAŁORUSKIE MARKI HANDLOWE. БЕЛОРУССКИЕ ТОРГОВЫЕ БРЕНДЫ. БЕЛАРУСКІЯ ГАНДЛЁВЫЯ БРЭНДЫ

<b>4. Rejestracja marki handlowej na Białorusi. Регистрация торговой марки в Беларуси. Рэгістрацыя гандлёвай маркі ў Беларусі.....</b>	<b>65</b>
<b>5. Najpopularniejsze białoruskie marki handlowe. Самые популярные белорусские торговые бренды. Самыя папулярныя беларускія гандлёвыя брэнды .....</b>	<b>66</b>
5.1. „World of Tanks”. „Мир танков”. „Свет танкаў” .....	67
5.2. „BelAZ”. „БелАЗ” .....	71
5.3. „Fancy” .....	73
5.4. „Polesie”. „Полесье” .....	75
5.5. „Conte Élégant” .....	77
5.6. „Santa Bremor”. „Санта Бремор” .....	79
5.7. „Sawuszkin”. „Савушкин” .....	81
5.8. „Babuszkinina krynka”. „Бабушкина крынка” .....	84
5.9. „Bellakt”. „Беллакт” .....	86

5.10. „Kommunarka”. „Коммунарка” .....	88
5.11. „Krasnyj piszczewik”. „Красный пиццевик” .....	91
5.12. „Atlant”. „Атлант” .....	94
5.13. „Bielita-Vitex”. „Віеліта-Вітэкс”. „Віеліта-Вітэкс” .....	96
5.14. „Milavitsa”. „Мілавіца”. „Мілавіца” .....	98
5.15. „Aliwaryja”. „Аліварыя”. „Аліварыя” .....	100

<b>Źródła tekstów. Источники текстов. Джерела текстів. Крыніцы тэкстаў</b> .....	102
--	-----

## **Wstęp. Введение. Вступ. Ўвядзенне**

Skrypt składa się z dwóch części: w części pierwszej przedstawiono najślynniejsze ukraińskie marki handlowe, a w części drugiej – białoruskie marki handlowe.

Teksty opisujące ukraińskie marki handlowe zaprezentowano w języku rosyjskim i ukraińskim z tłumaczeniem trudnych słów i zwrotów na język polski. Teksty dotyczące marek białoruskich przedstawiono w języku rosyjskim i białoruskim lub wyłącznie rosyjskim (gdyż niektóre strony internetowe producentów marek są wyłącznie w języku rosyjskim, jako jednym z dwóch języków urzędowych) oraz dodano tłumaczenia zwrotów na język polski.

Wszystkie opisy marek wzbogacono o wizerunki logo tych marek i fotografie wyrobów oraz ćwiczenia kształtujące umiejętność tłumaczeń i rozumienia tekstów oraz stosowania odpowiednich form gramatycznych.

W skrypcie pojawiają się również dodatkowe informacje realioznawcze, które przybliżają czytelnikowi zagranicznemu i wyjaśniają opisywane fakty z kultury, geografii Ukrainy i Białorusi.

Wszystkie teksty pochodzą z autentycznych stron internetowych producentów towarów i marek handlowych.

Skrypt przeznaczony jest dla studentów filologii wschodniosłowiańskiej i rosyjskiej, a jego celem jest zapoznanie z producentami i najślynniejszymi towarami na Ukrainie oraz w Białorusi.

Учебное пособие состоит из двух частей: в первой части представлены самые известные украинские торговые бренды, а во второй – белорусские торговые бренды.

Тексты, описывающие украинские торговые бренды представлены на русском и украинском языках с переводом трудных слов и словосочетаний на польский язык. Тексты, касающиеся белорусских брендов представлены на русском и белорусском языках или исключительно на русском языке (так как на некоторых Интернет-сайтах производителей брендов информация дана только на русском языке, как одном из двух официальных языков), а также дополнены переводом словосочетаний на польский язык.

Все описания брендов дополнены логотипами и фотографиями изделий, а также упражнениями, формирующими умение перевода и понимания текстов и применения грамматических форм.

В пособии появляется также дополнительная страноведческая информация, которая сможет приблизить иностранному читателю и описать факты из области культуры, географии Украины и Беларуси.

Все тексты отобраны с аутентичных Интернет-сайтов производителей товаров и торговых брендов.

Учебное пособие предназначено для студентов восточнославянской филологии и русской филологии, а его целью является ознакомление с производителями и самыми известными товарами в Украине и Беларуси.

Навчальний посібник складається з двох частин: в першій частині представлені найвідоміші українські торгові бренди, а в другій – білоруські торгові бренди.

Тексти, що описують українські торгові бренди представлені російською та українською мовами з перекладом важких слів і словосполучень на польську мову. Тексти, що стосуються білоруських брендів представлені російською та білоруською мовами або виключно російською мовою (так як на деяких Інтернет-сайтах виробників брендів інформація дана тільки на російській мові, як одному з двох офіційних мов), а також доповнені перекладом словосполучень на польську мову.

Всі описи брендів доповнені логотипами і фотографіями виробів, а також вправами, формують вміння перекладу і розуміння текстів і застосування граматичних форм.

У посібнику з'являється також додаткова страноведческая інформація, яка зможе наблизити іноземному читачеві і описують факти з галузі культури, географії України та Білорусі.

Всі тексти відібрані з автентичних Інтернет-сайтів виробників товарів і торгових брендів.

Навчальний посібник призначений для студентів східнослов'янської філології та російської філології, а його метою є ознайомлення з виробництвом і найвідомішими товарами на Україні і в Білорусі.

Навчальны дапаможнік складаецца з дзвюх частак: у першай частцы прадстаўлены самыя вядомыя ўкраінскія гандлёвыя брэнды, а ў другой – беларускія гандлёвыя брэнды.

Тэксты, якія апісваюць украінскія гандлёвыя брэнды, прадстаўлены на рускай і ўкраінскай мовах з перакладам цяжкіх слоў і словазлучэнняў на польскую мову. Тэксты, якія тычацца беларускіх брэндаў, прадстаўлены на рускай і беларускай мовах або выключна на рускай мове (бо на некаторых Інтэрнэт-сайтах вытворцаў брэндаў інфармацыя дадзена толькі на рускай мове як на аной з двух афіцыйных моў), а таксама дапоўнены перакладам словазлучэнняў на польскую мову.

Усе апісанні брэндаў дапоўнены лагатыпамі і фотаздымкамі вырабаў, а таксама практыкаваннямі, якія фарміруюць уменні перакладу і разумення тэкстаў і прымянення граматычных формаў. Таксама ў дапаможніку адводзіцца месца дадатковай краіназнаўчай інфармацыі, якая зможа наблізіць замежнага чытача да фактаў з галіны культуры і географіі Украіны і Беларусі. Усе тэксты адабраны з аўтэнтчных Інтэрнэт-сайтаў вытворцаў тавараў і гандлёвых брэндаў. Навучальны дапаможнік прызначаны для студэнтаў ўходнеславянскай філалогіі і рускай філалогіі, а яго мэтай з'яўляецца азнаямленне з вытворцамі і самымі вядомымі таварамі на Украіне і ў Беларусі.

**UKRAIŃSKIE MARKI HANDLOWE.  
УКРАИНСКИЕ ТОРГОВЫЕ БРЕНДЫ.  
УКРАЇНСЬКІ ТОРГОВІ БРЕНДИ**

## 1. Rejestracja marek handlowych na Ukrainie. Регистрация торговых марок в Украине. Реєстрація торгових марок в Україні

**Ćwiczenie 1.** Po zapoznaniu się z tekstem przedstaw po polsku najważniejsze etapy rejestracji marki handlowej na Ukrainie:

Для проведения<sup>1</sup> процедуры регистрации торговой марки в Украине необходимо<sup>2</sup>:

1. Подготовить изображение(-я)<sup>3</sup> обозначения, которое будет регистрироваться в качестве<sup>4</sup> торговой марки.

2. Определить<sup>5</sup> перечень<sup>6</sup> товаров и услуг в отношении которых<sup>7</sup> используется либо будет использована<sup>8</sup> торговая марка.

3. Подготовить реквизиты заявителя<sup>9</sup> на чье имя будет регистрироваться торговая марка.

4. Провести поиск по<sup>10</sup> торговым маркам.

5. Разработать<sup>11</sup> стратегию регистрации по результатам<sup>12</sup> проведения поиска.

6. Подготовить и подать<sup>13</sup> комплект материалов заявки на регистрацию<sup>14</sup> торговой марки в Патентное ведомство<sup>15</sup> Украины.

Процедура регистрации торговой марки в Украине составляет<sup>16</sup> 16-20 (шестнадцать-двадцать) месяцев с даты подачи заявки<sup>17</sup> в патентное ведомство Украины. Данная процедура может быть ускорена<sup>18</sup> для чего уплачиваются соответствующие государственные сборы<sup>19</sup>, в этом случае<sup>20</sup> сроки<sup>21</sup> регистрации торговой марки составят 8-9 (восемь-девять) месяцев.

Эксперты Патентного ведомства Украины в процессе рассмотрения заявки<sup>22</sup> направляют<sup>23</sup> на имя представителя заявителя различного рода запросы, уведомления и решения<sup>24</sup>. По результатам формальной и квалификационной экспертизы эксперт Патентного ведомства готовит предварительное решение<sup>25</sup> о соответствии или не соответствии<sup>26</sup> заявленного обозначения<sup>27</sup> в качестве торговой марки требованиям законодательства Украины.

В случае несогласия заявителя с предварительным решением он может подготовить мотивированный ответ<sup>28</sup> и предоставить необходимые документы<sup>29</sup>, которые будут способствовать принятию Патентным ведомством положительного решения<sup>30</sup>.

По результатам рассмотрения мотивированного ответа заявителя эксперт Патентного ведомства либо соглашается<sup>31</sup> с его доводами о чем готовит окончательное решение<sup>32</sup> о регистрации заявленного обозначения в качестве торговой марки Украины, а в случае несогласия эксперт Патентного ведомства готовит решение об отказе<sup>33</sup> в регистрации обозначения заявленного обозначения в качестве товарного знака Украины.

Решение Патентного ведомства может быть по инициативе заявителя пересмотрено Апелляционной палатой<sup>34</sup>. Апелляционная палата коллегиально производит пересмотр<sup>35</sup> материалов дела<sup>36</sup>

<sup>1</sup> w celu dokonania

<sup>2</sup> należy

<sup>3</sup> wizerunek (-nki)

oznaczenia

<sup>4</sup> jako

<sup>5</sup> określić

<sup>6</sup> wykaz, lista

<sup>7</sup> w stosunku do

których/co do których

<sup>8</sup> wykorzystuje się albo

wykorzysta się

<sup>9</sup> wnioskodawcy

<sup>10</sup> dokonać wyszukiwania

(czego)

<sup>11</sup> opracować

<sup>12</sup> na podstawie wyników

<sup>13</sup> złożyć

<sup>14</sup> wniosku o rejestrację

<sup>15</sup> Urzędu Patentowego

<sup>16</sup> zajmuje

<sup>17</sup> od dnia złożenia

wniosku

<sup>18</sup> przyspieszona

<sup>19</sup> w celu której płaci

się odpowiednią opłatę

skarbową

<sup>20</sup> w tym przypadku

<sup>21</sup> termin

<sup>22</sup> rozpatrywania wniosku

<sup>23</sup> wysyłają

<sup>24</sup> zapytania,

zawiadomienia i decyzje

<sup>25</sup> przygotowuje

wstępną decyzję

<sup>26</sup> o zgodności lub

niezgodności...

z wymogami

prawodawstwa

<sup>27</sup> zgłoszonego oznaczenia

<sup>28</sup> odpowiedź

z uzasadnieniem

<sup>29</sup> złożyć niezbędne

dokumenty

<sup>30</sup> które wpłyną na

podjęcie... pozytywnej

decyzji

<sup>31</sup> albo zgadza się

<sup>32</sup> przygotowuje

ostateczną decyzję

<sup>33</sup> decyzję z odmową

<sup>34</sup> ponownie rozpatrzona

przez Sąd Apelacyjny



– исследует доводы заявителя в отношении регистрации торговой марки и доводы Патентного ведомства в отказе регистрации.

На основании изученных материалов дела<sup>37</sup> Апелляционная палата готовит окончательное решение в регистрации либо в отказе в регистрации обозначения, заявленного в качестве товарного знака Украины.

Решение Апелляционной палаты может быть обжаловано заявителем в судебном порядке<sup>38</sup>.

<sup>35</sup> dokonuje ponownego rozpatrzenia  
<sup>36</sup> sprawy  
<sup>37</sup> na podstawie przeanalizowanych materiałów sprawy  
<sup>38</sup> może być zaskarżona przez wnioskodawcę w sądzie



**Ćwiczenie 3.** Zapoznaj się z mapą administracyjną Ukrainy w języku rosyjskim oraz mapą marek handlowych i dobierz markę do obwodu:



Мапа 1. Мапа марек handlowych Ukrainy.  
 Źródło: <http://stat.nonews.co/ukraine/maps/brands/> (dostęp: 03.09.2020).



Мапа 2. Мапа адміністрацыйна Украіны.  
 Źródło: <https://annamap.ru/ukraine/karta-ukraina.jpg> (dostęp: 03.09.2020).

<i>obwód</i>	<i>marka</i>
Винницькая область	
Волинська область	
Днепропетровська область	
Донецька область	
Житомирська область	
Закарпатська область	
Запорізька область	
Івано-Франківська область	
Київська область	
Кіровоградська область	
Луганська область	
Львівська область	
Николаївська область	
Одеська область	
Полтавська область	
Рівненська область	
Сумська область	
Тернопільська область	
Харківська область	
Херсонська область	
Хмельницька область	
Черкаська область	
Чернігівська область	
Чернівецька область	

**Do wstawienia:** Львівське, Єврокар, Addinol, Мрія, Тая, Roshen, Рудь, Чернігівське, Frunze, Глобіно, Богдан, Ласка, Шустов, Чумак, Sandora, Славутич, ПриватБанк, Ятрань, Мівіна, Уркагротрейд, АВК, Оболонь, Trembita, .....

**Ćwiczenie 4.** Na podstawie listy rankingowej 100 najdroższych marek handlowych Ukrainy uzupełnij tabelę z podziałem marek według branż:



# Топ-100 самых дорогих брендов Украины

Топ-100 самых дорогих национальных торговых марок. Суммарная стоимость этой сотни — более \$6 млрд

Место (изменение по сравнению с прошлым годом)	Бренд	Отрасль	Стоимость, \$ млн	Динамика по сравнению с 2018 годом	Место (изменение по сравнению с прошлым годом)	Бренд	Отрасль	Стоимость, \$ млн	Динамика по сравнению с 2018 годом
1 (-)	Моршинська	Напитки	550	3,2%	52 (+5)	Верес	Продукты питания	23	19,8%
2 (-)	Нова пошта	Логистика	310	8,8%	53 (-6)	Meest	Логистика	23	-17,1%
3 (-)	Rozetka	Электронная коммерция	302	23,8%	54 (-8)	АВК	Кондитерская промышленность	23	-19,6%
4 (-)	ПриватБанк	Финансовые услуги	299	26,2%	55 (+6)	Comfy	Электронная коммерция	22	25,7%
5 (+2)	Roshen	Кондитерская промышленность	276	34,0%	56 (+2)	Галичина	Молочная промышленность	21	7,9%
6 (-1)	Sandora	Напитки	252	9,1%	57 (-8)	Коблево	Алкогольная промышленность	20	-19,2%
7 (-1)	Хортиця	Алкогольная промышленность	215	-6,1%	58 (+2)	Перша приватна броварня	Пивоварение	19	7,8%
8 (+3)	Наша Ряба	Продукты питания	189	22,7%	59 (new)	Millenium	Кондитерская промышленность	19	-
9 (-)	АТБ	Ретейл	168	7,0%	60 (new)	Prime	Алкогольная промышленность	19	-
10 (+2)	Хлібний Дар	Алкогольная промышленность	159	8,9%	61 (-13)	Гаврилівські курчата	Мясная промышленность	18	-30,8%
11 (+2)	Торчин	Продукты питания	153	5,5%	62 (+8)	Бердичівське	Пивоварение	18	60,9%
12 (new)	Grammarly	IT	150	-	63 (new)	Молокія	Молочная промышленность	17	-
13 (-3)	Кийвстар	Телеком	141	-9,0%	64 (-10)	Рогань	Пивоварение	16	-27,3%
14 (+2)	Чумак	Продукты питания	140	19,7%	65 (new)	Аптека низьких цін	Фармацевтика	16	-
15 (+2)	Корона	Кондитерская промышленность	134	16,5%	67 (-10)	Eva	Ретейл	15	-23,2%
16 (-8)	Nemiroff	Алкогольная промышленность	128	-34,7%	66 (+3)	Олком	Продукты питания	15	30,4%
17 (-2)	Олейна	Продукты питания	113	-6,6%	68 (-3)	Smile	Хозяйственные товары	14	9,9%
18 (+1)	Чернігівське	Пивоварение	107	4,9%	69 (-2)	Prom.ua	Электронная коммерция	14	13,6%
19 (-1)	Lifecell	Телеком	100	-4,6%	70 (-11)	ЕКО марнет	Ретейл	14	-24,3%
20 (-)	ОККО	Топливо и энергетика	98	0,5%	71 (-8)	Біола	Напитки	14	-3,6%
21 (+2)	Фрекен Бок	Хозяйственные товары	96	2,5%	72 (+9)	Дарниця	Фармацевтика	13	62,5%
22 (-8)	Оболонь	Пивоварение	92	-25,2%	73 (-20)	Велика Кишеня	Ретейл	13	-41,2%
23 (+1)	Миргородська	Напитки	88	-0,6%	74 (-10)	Королівський смак	Продукты питания	13	-5,9%
24 (-3)	Jaffa	Напитки	84	-13,4%	75 (+8)	Шостка	Молочная промышленность	12	55,8%
25 (+7)	Яготинське	Молочная промышленность	84	36,9%	76 (-3)	Ятрань	Мясная промышленность	12	17,8%
26 (+3)	Наш сік	Напитки	78	9,9%	77 (new)	Водний мир	Продукты питания	12	-
27 (-5)	Сільпо	Ретейл	77	-19,8%	78 (-6)	Руна	Продукты питания	11	5,7%
28 (-3)	Епіцентр	Строительство и стройматериалы	66	-17,0%	79 (-2)	Щедрий Дар	Продукты питания	11	20,0%
29 (-1)	Citrus	Электронная коммерция	65	-11,0%	80 (-)	Флінт	Продукты питания	10	26,8%
30 (+5)	Люкс	Продукты питания	61	17,8%	81 (-3)	Фармак	Фармацевтика	10	8,0%
31 (-5)	Gala	Бытовая химия	58	-25,6%	82 (+3)	Глобіно	Мясная промышленность	9	30,0%
32 (+2)	WOG	Топливо и энергетика	53	0%	83 (-8)	Фуршет	Ретейл	8	-12,8%
33 (-)	Садочок	Напитки	52	-10,3%	84 (-5)	Добряна	Молочная промышленность	8	-8,2%
34 (-7)	Medoff	Алкогольная промышленность	51	-34,2%	85 (+1)	Три ведмеді	Продукты питания	8	11,6%
35 (-4)	Фора	Ретейл	48	-22,6%	86 (+1)	Biosphere	Хозяйственные товары	7	13,2%
36 (-)	Фокстрот	Электронная коммерция	48	-6,9%	87 (+2)	Рудь	Продукты питания	7	12,9%
37 (-7)	Львівське	Пивоварение	41	-35,9%	88 (new)	Arterium	Фармацевтика	7	-
38 (-)	Алло	Электронная коммерция	41	-11,3%	89 (new)	Звенигора	Молочная промышленность	7	-
39 (-2)	Слов'яночка	Молочная промышленность	40	-19,4%	90 (-14)	Волошкове поле	Молочная промышленность	6	-34,4%
40 (+11)	Тулчинка	Молочная промышленность	37	50,4%	91 (new)	Intertop	Ретейл	6	-
41 (-)	Конті	Кондитерская промышленность	35	-6,8%	92 (new)	Аптека доброго дня	Фармацевтика	6	-
42 (+24)	Ощадбанк	Финансовые услуги	34	161,5%	93 (new)	Ювілейний	Мясная промышленность	5	-
43 (+2)	Мівіна	Продукты питания	34	14,5%	94 (+5)	Ясенвіт	Продукты питания	5	19,3%
44 (-1)	Біла лінія	Молочная промышленность	31	-4,7%	95 (new)	Клуб Сиру	Молочная промышленность	5	-
45 (-6)	Світоч	Кондитерская промышленность	29	-30,7%	96 (-5)	Опілля	Пивоварение	5	-11,9%
46 (+4)	Novus	Ретейл	28	12,4%	97 (-)	UPG	Топливо и энергетика	5	13,3%
47 (-3)	Любимов	Кондитерская промышленность	27	-14,3%	98 (-8)	Ласунка	Продукты питания	5	-16,7%
48 (+14)	Щедро	Продукты питания	27	77,0%	99 (new)	Стожар	Продукты питания	5	-
49 -7)	Мороша	Алкогольная промышленность	27	-26,5%	100 (new)	Алан	Мясная промышленность	5	-
50 (+2)	Marpeno	Алкогольная промышленность	26	13,0%					
51 (new)	Retcube	Электроника и оборудование	25	-					

**\$6,2 МЛРД**

общая стоимость всех брендов (+4,7% по сравнению с 2018 годом)

Как это считали: Стоимость каждого бренда рассчитывала компания MPP Consulting. Методология оценки основана на финансовых результатах компаний — владельцев марок, а также на факторах, которые могут влиять на стоимость бренда. — географическое покрытие продаж, технологическая составляющая, выпускаемая продукция, а также инвестируемость отрасли

Данные MPP Consulting, HB

Fotografia 1. 100 najdroższych marek ukraińskich w 2019 roku.

Źródło: <https://nv.ua/biz/markets/rejting-ukrainskih-brendov-top-100-samyh-dorogih-torgovyh-marok-ukrainy-novosti-ukrainy-50055102.html> (dostęp: 03.09.2020).

<i>branża</i>	<i>nazwy marek</i>
напíтки	
ритéйл	
электрóнная коммёрция и ИТ	
логíстика	
финáнсовые услúги	
кондíтерская промýшленность	
алкогóльная промýшленность	
молóчная промýшленность	
мяснáя промýшленность	
продúкты питáния	
пивовáрение	
тóпливо и энергéтика	
хозяйственные товáры	
бытовáя хíмия	
электрóника и обору́дование	
фармацéвтика	

напíтки – napoje  
ритéйл – handel detaliczny  
электрóнная коммёрция и ИТ – handel elektroniczny i technologie informatyczne  
кондíтерская промýшленность – przemysł cukierniczy  
алкогóльная промýшленность – przemysł alkoholowy  
молóчная промýшленность – przemysł mleczarski  
мяснáя промýшленность – przemysł mięsny  
продúкты питáния – żywność  
пивовáрение – przemysł piwowarski  
тóпливо – paliwo  
хозяйственные товáры – artykuły AGD  
бытовáя хíмия – chemia gospodarcza  
обору́дование – sprzęt

### 3. Najpopularniejsze marki ukraińskie. Самые популярные украинские бренды. Найпопулярніші українські бренди

#### 3.1. „Morszyńska”. „Моршинская”. «Моршинська» („Morshynska”)



Fotografia 2. Logo marki „Morszyńska”.

Źródło: <https://rau.ua/rdbexpo-ua/morshinskaya-retail-development-expo/> (dostęp: 03.09.2020).

**Ćwiczenie 5.** Przeczytaj teksty w języku rosyjskim i ukraińskim i streść je oraz przetłumacz na język rosyjski brakujący fragment:

«IDS Borjomi Ukraine» – ведущий национальный производитель<sup>1</sup> и эксперт по вопросам качества<sup>2</sup> природных<sup>3</sup> минеральных вод, которые добываются<sup>4</sup> в заповедных регионах<sup>5</sup> Украины и является эталоном качества<sup>6</sup> в соответствии с самыми высокими международными стандартами<sup>7</sup>, а также эксклюзивным импортером минеральной воды «Боржом» из Грузии в Украину.

«IDS Borjomi Ukraine» – украинская группа компаний, часть международной группы<sup>8</sup> одного из крупнейших игроков<sup>9</sup> на рынке минеральных вод СНГ и Прибалтики<sup>10</sup>, лидера в категории природных бутилированных<sup>11</sup> вод. Вместе с<sup>12</sup> «IDS Borjomi Georgia» (Грузия), «IDS Borjomi Russia» (Россия), «IDS Borjomi Europe» (Литва) входит в холдинг<sup>13</sup> «IDS Borjomi International».

«IDS Borjomi Ukraine» производит и продвигает<sup>14</sup> на рынке сбалансированный портфель минеральных вод, которые добываются в курортных регионах<sup>15</sup> Украины.

«IDS Borjomi Ukraine» – провідний національний виробник та експерт з питань якості природних мінеральних вод, які видобуваються в заповідних регіонах України та є еталоном якості згідно з найвищими міжнародними стандартами, а також ексклюзивним імпортером мінеральної води «Боржомі» з Грузії до України.

«IDS Borjomi Ukraine» – українська група компаній, частина міжнародної групи одного з найбільших гравців на ринку мінеральних вод СНД і Прибалтики, лідера в категорії природних бутылізованих вод. Разом із «IDS Borjomi Georgia» (Грузія), «IDS Borjomi Russia» (Росія), «IDS Borjomi Europe» (Литва) входить до холдингу «IDS Borjomi International».

«IDS Borjomi Ukraine» виробляє та просуває на ринку збалансований портфель мінеральних вод, що видобуваються в курортних регіонах України.

<sup>1</sup> główny krajowy producent  
<sup>2</sup> w zakresie jakości  
<sup>3</sup> naturalnych  
<sup>4</sup> są wydobywane  
<sup>5</sup> w rezerwach  
<sup>6</sup> są wyznacznikiem jakości  
<sup>7</sup> zgodnie z międzynarodowymi standardami jakości  
<sup>8</sup> część międzynarodowej grupy  
<sup>9</sup> jednego z największych graczy  
<sup>10</sup> krajów WNP i Państw Nadbałtyckich  
<sup>11</sup> butelkowanych  
<sup>12</sup> wspólnie z  
<sup>13</sup> wchodzi w skład holdingu  
<sup>14</sup> produkuje i promuje  
<sup>15</sup> które są wydobywane w regionach uzdrowiskowych

Представлена на ринку торговими марками<sup>16</sup>:

- «Воржони»;
- «Моршинская»;
- «Моршинка»;
- «Миргородская»;
- «Миргородская Лагідна»;
- «Трускавецькая»;
- «Аqua Life»;
- «Аква Няня»;
- «Аляска»<sup>II</sup>.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Представлена на ринку торговими марками:

- «Воржони»;
- «Моршинська»;
- «Моршинка»;
- «Миргородська»;
- «Миргородська Лагідна»;
- «Трускавецька»;
- «Аqua Life»;
- «Аква Няня»;
- «Аляска»<sup>III</sup>.

Мінеральна вода «Моршинська» розливається на заводі «Оскар» неподалік від джерела. З джерела вода по трубопроводах швидко потрапляє до заводу, де розливається у пляшки.

З березня 2017 року Моршинська офіційно внесена у List of Natural Mineral Waters EC, це дає право реалізовувати її під маркуванням NATURAL MINERAL WATER на території всіх країн Європейської Співдружності<sup>IV</sup>.

<sup>16</sup>jest reprezentowana na rynku przez marki handlowe



Fotografia 3. Woda niegazowana marki „Morszyńska”.  
Źródło: <https://aquamarket.ua/ru/negazirovannaya/239-morshinskaya-voda-mineralnaya-negazirovannaya-15-1.html> (dostęp: 03.09.2020).





*Fotografia 4.* Woda „Sport” marki „Morszyńska”.

Źródło: <https://produkty24.com.ua/alkogol-i-napitki/soki-vodyi/voda-mineralnaya/37374/> (dostęp: 03.09.2020).



*Fotografia 5.* Woda „Pine Water” marki „Morszyńska”.

Źródło: <https://pinewater.morshynska.ua/> (dostęp: 03.09.2020).



*Fotografia 6.* Woda „Spray” marki „Morszyńska”.

Źródło: <https://morshynska.ua/spray/> (dostęp: 03.09.2020).

### CIEKAWOSTKA

Woda pochodzi z miasteczka **Morszyn**, znajdującego się w powiecie stryjskim na Ukrainie (południowy zachód obwodu lwowskiego). Miasteczko Morszyn, w którym znajduje się ujęcie, już od XV wieku korzystało z niezwykłych właściwości wody. Już wtedy uznawane było za uzdrowisko.

Czas największej prosperity Morszyna-Zdrój wiąże się z działalnością Bonifacego Schtillera. W XIX wieku został on właścicielem uzdrowiska. Chcąc rozwinąć działalność ośrodka, zaprosił do współpracy dwóch lekarzy – chemików, którzy przybyli do Morszyna ze Lwowa. Był to W. Piasecki oraz S. Dzikowski. Cała trójka w 1878 roku zorganizowała pierwszy sezon leczniczy. Uzdrowisko korzystało z ujęć wody mineralnej, z solanki pochodzącej z odwiertów oraz borowiny pochodzącej z lokalnych lasów.

Źródła otrzymały nazwy po właścicielach uzdrowiskach – Bonifacy oraz Magdalena. Po latach otwarto trzecie źródło – źródło Matki Boskiej. Woda pochodząca z tego ujęcia wyróżniała się wysoką słodkością.

Obecnie dostępna woda Morszyńska pochodzi ze źródła Bonifacego. Woda z tego ujęcia nazywana jest również wodą gorzką lub też wodą słoną. Wykazuje ona wiele właściwości terapeutyczno-leczniczych i do dziś stanowi uznany preparat, pomagający w przypadku licznych schorzeń.

Woda Morszyńska może być jednak stosowana nie tylko wewnętrznie (do picia), ale też zewnętrznie – tzn. podczas balneoterapii. Zaleca się zarówno kąpiele całego ciała, jak i np. moczenie stóp w ciepłej wodzie z dodatkiem wody Morszyńskiej. W obu przypadkach taka kąpiel powinna trwać około 30 minut.

Kuracją wodą Morszyńską powinna odbywać się po wcześniejszej konsultacji z lekarzem. Najczęściej stosuje się umiarkowane ilości specyfiku. Kuracja powinna trwać 24 dni, podczas których wodę pije się 2-3 razy dziennie, w dawkach po 100-200 ml. W ciągu 3-4 miesięcy kuracja może zostać powtórzona<sup>V</sup>.

### CIEKAWOSTKA

Według starej gruzińskiej legendy nazwa wsi Borjomi pochodzi od dwóch słów: Borj (ściana fortecy) i Omi (wojna). W dawnych czasach były tu toczone częste walki, wieś Borjomi zaś była korzystnie umiejscowiona w wąwozie. Góry wokół niej były właśnie tą ścianą fortecy, a na zboczach wąwozu zbudowane były wieże strażnicze.

Pierwsza próba rozlewu wody Borjomi na skalę przemysłową miała miejsce w 1850 roku. Wtedy to aptekarz szpitala polowego w Borjomi Zacharow rozlał tę wodę do 1 300 butelek i wywiózł ją na sprzedaż.

W 1980 roku Borjomi została pierwszą marką, której czerwono-biała etykieta uzyskiwała absolutne uznanie wśród konsumentów na terytorium Związku Radzieckiego. Codziennie sprzedawano ok. miliona półlitrowych butelek, a roczna produkcja osiągnęła poziom 400 mln butelek.

Dzisiaj woda Borjomi jest rozlewana z tego samego źródła co w 1890 roku i pokonuje odległość ponad 2 000 km, aby dotrzeć do konsumenta.

W czasie wizyt Winstona Churchilla w Związku Radzieckim na stole obok niego zawsze stały butelki Borjomi jako nieodzowna część oficjalnego protokołu. Po powrocie z podróży w kosmos pierwszą rzeczą, o którą poprosił Jurij Gagarin, była butelka wody Borjomi.

Zgodnie ze współczesną wiedzą Borjomi istnieje od ponad 1500 lat, ale jej skład mineralny pozostaje niezmienny. Potwierdzone jest to ciągłymi badaniami laboratoryjnymi, które prowadzone są od 1890 roku<sup>VI</sup>.

### 3.2. „Sandora”



Fotografia 7. Logo marki „Sandora”.

Źródło: <https://sandora.ua/> (dostęp: 04.09.2020).

**Ćwiczenie 6.** Przeczytaj tekst i opowiedz o wyrobach „Sandora”:

Компáния<sup>1</sup> PepsiCo – один из крупнѐйших<sup>2</sup> в Укрáине производителѐй продуктов питания и напитков<sup>3</sup>.

Компáния занимает ведúщие позиции<sup>4</sup> на рýнке соков и соковой продукции<sup>5</sup>, где представлена брэндами<sup>6</sup> «Сандóра», «Садóчок», «Сандóрик». В портфель компáнии входят<sup>7</sup> также газированные напитки<sup>8</sup> Pepsi, 7UP, Mirinda, холóдный чай<sup>9</sup> Lipton Ice Tea, вода «Áква Минерáле». На рýнке снеков<sup>10</sup> компáния представлена брэндами<sup>11</sup> Lay's и Хруsteam. PepsiCo в Укрáине также занимает увѐренные позиции<sup>12</sup> на рýнке молóчной продукции<sup>13</sup> с брэндами «Чúдо», «Слов'яночка», «Мáшенька» и дѐтского питания с брэндом<sup>14</sup> «Агúша».

Компáния является одним из крупнѐйших<sup>15</sup> инвесторов в эконóмику Укрáины и налогоплательщиков в бюджет страны<sup>16</sup>.

В 2007 годú состоялось знаменáтельное событие<sup>17</sup>: PepsiCo совмѐстно с<sup>18</sup> PepsiAmericas – вторým по величинѐ бóтлером<sup>19</sup> Pepsi-Cola в мýре – приобретáют<sup>20</sup> áкции ООО<sup>21</sup> «Сандóра» – лóдера сокового рýнка Укрáины.

История компáнии «Сандóра» началáсь<sup>22</sup> в 1995 годú. Ужѐ в мáрте<sup>23</sup> 1996 гóда был вýпущен пѐрвый пакѐт сока<sup>24</sup>. Спустя чѐтыре гóда<sup>25</sup> на заводѐ был введен цех пюре и полуфабрикатов<sup>26</sup>, а в 2006-м открыт производственный

Компáния PepsiCo – один из наибóльших в Укрáине виробникѐв продуктив харчування та напоїв.

Компáния занимает провúднѐе позиции<sup>4</sup> на рýнку соков и соковой продукции, де представлена брэндами «Сандóра», «Садóчок», «Сандóрик». До портфелю компáнии входят также газованѐе напоѐ Pepsi, 7UP, Mirinda, холóдный чай Lipton Ice Tea, вода «Аква Мíнерале». На рýнку снеков компáния представлена брэндами Lay's и Хруsteam. PepsiCo в Укрáине также занимает впевненѐе позиции на рýнку молóчной продукции с брэндами «Чúдо», «Слов'яночка», «Мáшенька» та дѐтячого харчування з брэндом «Агуша».

Компáния є одним з наибóльших инвесторѐв в екóномíку Укрáины та платникѐв податкѐв у бюджет країны.

У 2007 році відбулася знаменна подія: PepsiCo разом з PepsiAmericas – другим по величинѐ ботлером Pepsi-Cola у свѐті – придбали акції ТОВ «Сандóра» – лóдера сокового рýнку Укрáины.

История компáнии «Сандóра» почалася в 1995 році. Вже у березнѐ 1996 року був випущений перший пакѐт соку. Через чотири роки на заводѐ був введенний цех пюре та напѐвфабрикатѐв,

<sup>1</sup> firma  
<sup>2</sup> jeden z największych  
<sup>3</sup> producentów  
żywności i napojów  
<sup>4</sup> czołowe pozycje  
<sup>5</sup> wyrobów  
<sup>6</sup> gdzie jest  
reprezentowana  
przez marki  
<sup>7</sup> do portfela firmy  
zalicza się  
<sup>8</sup> napoje gazowane  
<sup>9</sup> herbata na zimno  
(ice tea)  
<sup>10</sup> przekąsek  
<sup>11</sup> firmę reprezentują  
marki  
<sup>12</sup> zajmuje czołowe  
pozycje  
<sup>13</sup> wyrobów mlecznych  
<sup>14</sup> żywności dla  
dzieci pod marką  
<sup>15</sup> jest jednym  
z największych  
<sup>16</sup> płatników podatku  
do budżetu kraju  
<sup>17</sup> miało miejsce  
ważne wydarzenie  
<sup>18</sup> wspólnie z  
<sup>19</sup> drugim pod względem  
wielkości rozlewczą  
<sup>20</sup> nabyli  
<sup>21</sup> Sp. z o.o.  
<sup>22</sup> zaczęła się  
<sup>23</sup> już w marcu  
<sup>24</sup> wyprodukowano  
pierwszy sok w kartonie  
<sup>25</sup> po czterech latach  
<sup>26</sup> uruchomiono halę  
do produkcji pure  
i półfabrykatów  
<sup>27</sup> otwarto zakład  
produkcyjny

комплекс<sup>27</sup> №2, на котóром изготóвлюється продукція в упаковкe<sup>28</sup> ПЭТ и «Тетра Пак». Благодаря слиянию<sup>29</sup> в 2007 году, компании получили большие возможности<sup>30</sup> для дальнейшего роста и укрепления<sup>31</sup> на развивающемся<sup>32</sup> украинском рынке, особенно<sup>33</sup> в соковом сегменте<sup>VII</sup>.

а у 2006 відкритий виробничий комплекс №2, на якому виготовляється продукція в упакованні ПЕТ й «Тетра Пак». За підсумками 2006 року «Сандора» була лідером ринку соків в Україні. Завдяки злиттю в 2007 році, компанії одержали більшi можливостi для подальшого росту та зміцнення на українському ринку, що розвивається, особливо у соковому сегменті<sup>VIII</sup>.

<sup>28</sup> w którym produkuje się wyroby w opakowaniach  
<sup>29</sup> dzięki połączeniu  
<sup>30</sup> firmy uzyskały duże możliwości  
<sup>31</sup> dalszego rozwoju i umacniania się  
<sup>32</sup> szybko rozwijającym się  
<sup>33</sup> zwłaszcza



Fotografia 8. Seria soków „Owocowy koktajl” marki „Sandora”.  
Źródło: <https://news.unipack.ru/44833/> (dostęp: 04.09.2020).



Fotografia 9. Seria soków „Całe owoce” marki „Sandora”.  
Źródło: <http://eda.vlasnasprava.ua/tag/sandora/> (dostęp: 04.09.2020).



Fotografia 10. Sok „Essentials” marki „Sandora”.  
Źródło: <https://sandora.ua/ru> (dostęp: 04.09.2020).

### 3.3. „Nowa Poszta”. „Новая почта”. „Нова пошта”



Fotografia 11. Logo marki „Nowa Poszta”.

Źródło: <https://golosgromadu.info/oleksandrijtsi-matymut-zmogu-skorystatys-poslugamy-novoyi-poshty-v-svyatkovi-dni/> (dostęp: 04.09.2020).

**Ćwiczenie 7.** Przeczytaj tekst i odpowiedz na pytania w języku rosyjskim i ukraińskim:

1. Kiedy została założona firma „Nowa Poszta”?
2. Kto jest założycielem „Nowej Poszty”?
3. Czym zajmuje się „Nowa Poszta”?

Історія компанії «Нова пошта» почалась в лютому 2001 року, коли університетські друзі Вячеслав Климов і Володимир Поперешнюк вирішили заснувати спільну справу. Обом було по 25 років. З вибором ринкової ніші допоміг визначитися невеликий кондитерський бізнес Володимира. Він якраз шукав шляхи транспортування товару з Полтави по Україні. Так у молодих підприємців з'явилася ідея запропонувати українцям нову послугу – швидку і зручну доставку.

Стартовий капітал компанії «Нова пошта» становив 7000 доларів, а команда включала в себе 7 осіб. Вячеслав Климов і Володимир Поперешнюк стали основними соучасниками бізнесу, Інна Поперешнюк – міноритарним.

В 2009 році «Нова пошта» стає лідером ринку експрес-доставки в Україні.

Для українців «Нова пошта» перестала бути тільки сервісом доставки. Нова корпоративна структура представляє собою групу компаній, що надає комплекс логістических

Історія компанії «Нова Пошта» почалася в лютому 2001 року, коли університетські друзі Вячеслав Климов і Володимир Поперешнюк вирішили заснувати спільну справу. Обом було по 25 років. З вибором ринкової ніші допоміг визначитися невеликий кондитерський бізнес Володимира. Він якраз шукав шляхи транспортування товару з Полтави по Україні. Так у молодих підприємців з'явилася ідея запропонувати українцям нову послугу – швидку і зручну доставку.

Стартовий капітал компанії «Нова Пошта» становив 7000 доларів, а команда на початку включала в себе 7 осіб. Вячеслав Климов і Володимир Поперешнюк стали основними співзасновниками бізнесу, Інна Поперешнюк – міноритарним.

В 2009 році «Нова пошта» стає лідером ринку експрес-доставки в Україні.

Для українців «Нова пошта» перестала бути лише сервісом доставки. Нова корпоративна

<sup>1</sup> zaczęła się w lutym  
<sup>2</sup> koledzy z uczelni  
<sup>3</sup> postanowili założyć  
wspólny biznes  
<sup>4</sup> obaj mieli po  
<sup>5</sup> w wyborze niszy  
na rynku pomógł  
nieвелиki biznes  
cukierniczy  
<sup>6</sup> akurat poszukiwał  
szlaków transportu  
<sup>7</sup> biznesmenów  
<sup>8</sup> zaoferować  
<sup>9</sup> szybko i dogodną  
dostawę  
<sup>10</sup> kapitał początkowy  
firmy  
<sup>11</sup> wynosił  
<sup>12</sup> na początku  
pracowało 7 osób  
<sup>13</sup> zostali  
większościowymi  
udziałowcami biznesu  
<sup>14</sup> mniejszościowym  
<sup>15</sup> została  
<sup>16</sup> przestała być  
<sup>17</sup> strukturę korporacji  
stanowi kilka firm  
<sup>18</sup> świadczących  
<sup>19</sup> towarzyszących  
<sup>20</sup> dziś w oddziałach  
<sup>21</sup> odebrać/wysłać  
przesyłkę albo towar  
<sup>22</sup> zamówić dostawę  
pod wskazany adres

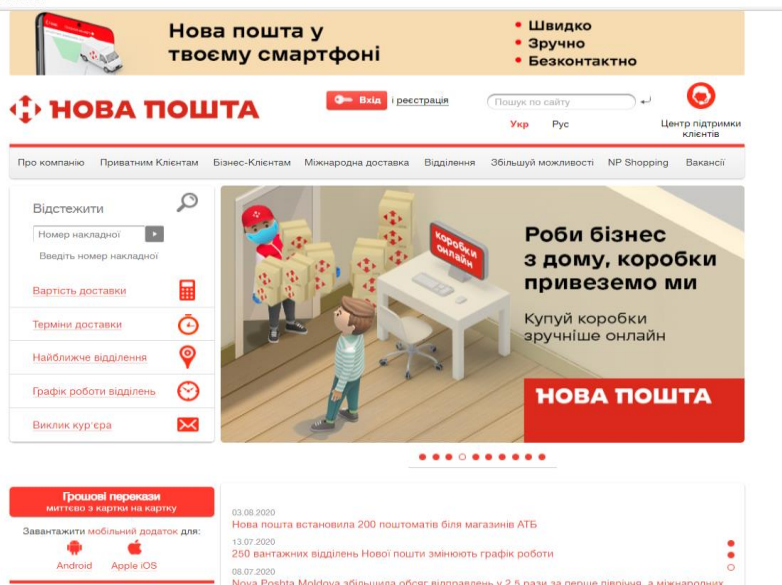


и сопутствующих<sup>19</sup> сервисов. Сегодня в отделениях<sup>20</sup> можно не только получить/отправить посылку или груз<sup>21</sup> и заказать адресную доставку<sup>22</sup>, но и осуществить электронный денежный перевод через кассы<sup>23</sup> ForPost, заказать услугу фулфилмента<sup>24</sup> («НП Логистик»)IX.

структура являє собою групу компаній, що надають клієнтам комплекс логістичних та супутніх сервісів. Сьогодні у відділеннях можна не тільки отримати/відправити посылку або вантаж і замовити адресну доставку, а й здійснити електронний грошовий переказ через каси ForPost, замовити послугу фулфилмента («НП Логістик»)X.

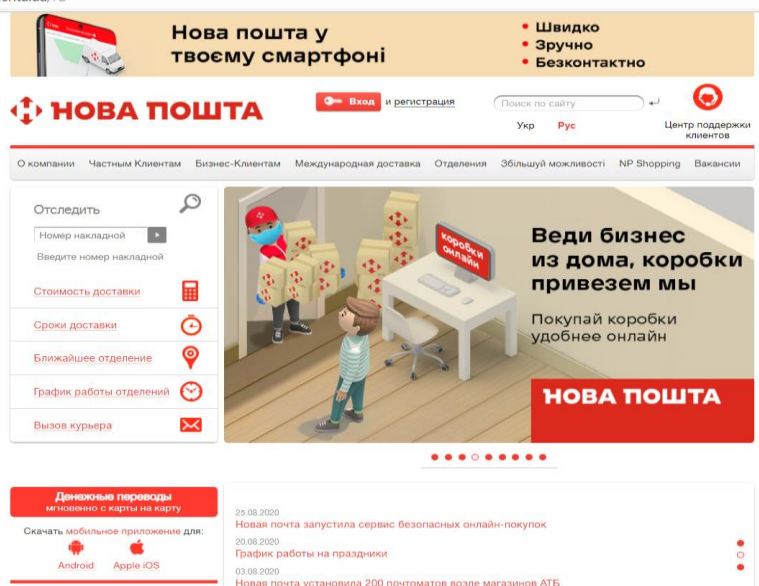
<sup>23</sup> zrealizować elektroniczny przelew pieniężny poprzez kasy  
<sup>24</sup> zamówić kompleksową usługę

<https://novaposhta.ua>



Fotografia 12. Strona internetowa firmy „Nova Poszta” w języku ukraińskim.  
Źródło: <https://novaposhta.ua/> (dostęp: 21.09.2020).

<https://novaposhta.ua/ru>



Fotografia 13. Strona internetowa firmy „Nova Poszta” w języku rosyjskim.  
Źródło: <https://novaposhta.ua/ru> (dostęp: 21.09.2020).

### 3.4. „Rozetka”



# ROZETKA

Fotografia 14. Logo sklepu Internetowego „Rozetka”.

Źródło: <https://liveopencart.ru/opencart-moduli-shablony/moduli/obmen-dannymi/xml-feed-vyigruzka-tovarov-na-rozetka> (dostęp: 04.09.2020).

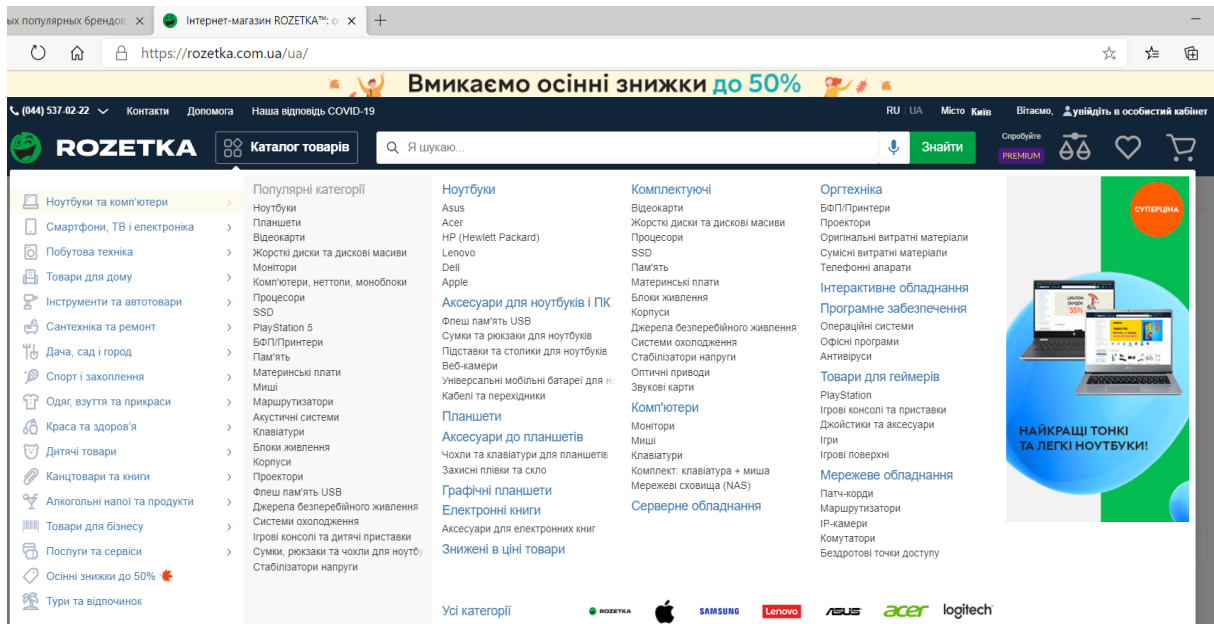
**Ćwiczenie 8.** Przeczytaj tekst i dopisz tłumaczenia słów i zwrotów na język rosyjski i ukraiński:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>українська мова</i>
sprzedawać za (jaką?) cenę		
udzielać (czego?) gwarancji		
dostarczać na terenie (czego?) Kijowa, kraju		
sprzedawać na kredyt		
płatność bezgotówkowa		
płatność za gotówkę		

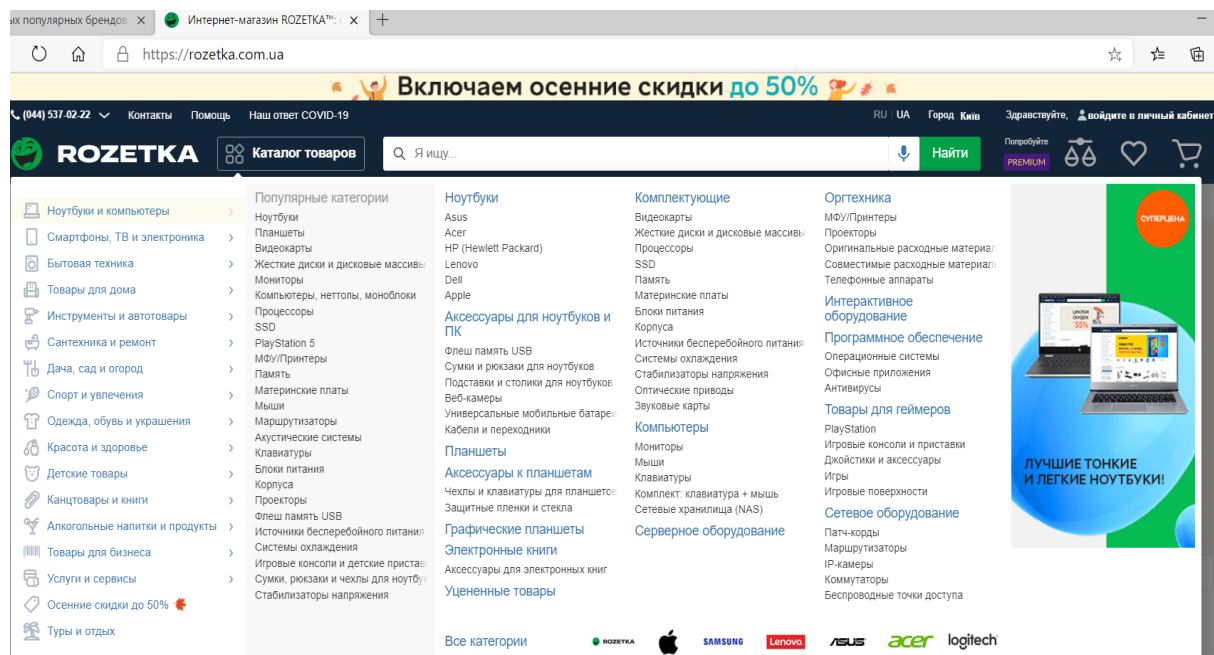
ROZETKA – самый большой онлайн-ритейлер в стране<sup>1</sup>. Уже 14 лет мы воплощаем маленькие мечты и грандиозные планы<sup>2</sup> миллионов людей. У нас можно найти буквально всё<sup>3</sup>. Мы продаём<sup>4</sup> по справедливой цене и предоставляем гарантию<sup>5</sup>, так как считаем, что онлайн-шопинг должен быть максимально удобным и безопасным<sup>6</sup>. И конечно<sup>7</sup>, любой товар можно заказать с доставкой<sup>8</sup>. Мы доставляем по<sup>9</sup> Киеву в течение одного дня<sup>10</sup>, а по Украине – на следующий день<sup>11</sup>. Всё – без предоплаты<sup>12</sup>, если нужно – в кредит<sup>13</sup>. Оплата наличная или безналичная<sup>14</sup> – как вам удобнее<sup>15</sup>.

ROZETKA – найбільший онлайн-ритейлер у країні. Уже протягом 14 років ми втілюємо маленькі мрії та грандіозні плани мільйонів людей. У нас можна знайти буквально все. Ми продаємо за справедливою ціною та надаємо гарантію, бо вважаємо, що онлайн-шопінг має бути максимально зручним і безпечним. І звичайно, будь-який товар можна замовити з доставкою. Ми доставляємо замовлення по Києву протягом одного дня, а по Україні – на наступний день. Усе – без передоплати, якщо потрібно – у кредит. Оплата готівкова або безготівкова – як вам зручніше<sup>XII</sup>.

<sup>1</sup> największy w kraju internetowy sprzedawca detaliczny  
<sup>2</sup> wcielamy w życie małe marzenia i olbrzymie plany  
<sup>3</sup> można znaleźć dosłownie wszystko  
<sup>4</sup> sprzedajemy  
<sup>5</sup> udzielamy gwarancji  
<sup>6</sup> ponieważ uważamy, że handel online powinien być maksymalnie dogodny i bezpieczny  
<sup>7</sup> i oczywiście  
<sup>8</sup> dowolny towar można zamówić z dostawą  
<sup>9</sup> dostarczamy na terenie  
<sup>10</sup> w ciągu jednego dnia  
<sup>11</sup> w kolejnym dniu  
<sup>12</sup> wszystko bez przedpłaty  
<sup>13</sup> a jeśli trzeba, to na kredyt  
<sup>14</sup> płatność w gotówce, lub formie bezgotówkowej  
<sup>15</sup> jak wam wygodniej



Fotografia 15. Strona internetowa „Rozetka” z ofertą towarów w języku ukraińskim.  
 Źródło: <https://rozetka.com.ua/ua/> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 16. Strona internetowa „Rozetka” z ofertą towarów w języku rosyjskim.  
 Źródło: <https://rozetka.com.ua> (dostęp: 07.09.2020).



### 3.5. „PrivatBank”. „ПриватБанк”



Fotografia 17. Logo marki „PrivatBank”.

Źródło: <https://file.liga.net/companies/privatbank> (dostęp: 05.09.2020).

**Ćwiczenie 9.** Przeczytaj tekst i znajdź odpowiedź na pytanie – Dlaczego „PrivatBank” jest jednym z najnowocześniejszych banków świata?

Осно́ванный<sup>1</sup> в 1992 году́, ко́ммерческий банк Прива́тБа́нк явля́ется<sup>2</sup> ли́дером ба́нковского ры́нка стра́ны<sup>3</sup>. По да́нным иссле́дования<sup>4</sup> GFK Ukraine в I кварта́ле 2020 го́да с на́ми сотру́дничают<sup>5</sup> 61,7% украи́нцев – физи́ческих лиц ста́рше<sup>6</sup> 16 лет. Счита́ют осно́вным ба́нком<sup>7</sup> 49,2% по́льзователей<sup>8</sup> ба́нковских услу́г – физи́ческих лиц, что бо́льше<sup>9</sup>, чем в сле́дующих за на́ми два́дцати ба́нках вме́сте взя́тых<sup>10</sup>.

Прива́тБа́нк явля́ется одні́м из наи́бо́лее<sup>11</sup> инно́вацио́нных ба́нков ми́ра<sup>12</sup>. Наприме́р, бо́лее<sup>13</sup> 10 лет наза́д<sup>14</sup> банк ста́л одні́м из пе́рвых в ми́ре испо́льзовать<sup>15</sup> однора́зовые SMS-па́роли<sup>16</sup>. К по́следним<sup>17</sup> инно́вация́м, кото́рые полу́чили при́знание по все́му ми́ру<sup>18</sup>, о́тно́сятся та́кие проду́кты, как пла́тежный<sup>19</sup> ми́ни-термина́л, вход<sup>20</sup> в Инте́рнет-банк че́рез QR-код, онла́йн-инкасса́ция, а та́кже де́сятки разли́чных моби́льных прило́жений<sup>21</sup>XIII.

Засно́ваний у 1992 ро́ці, ко́мерційний банк Прива́тБа́нк є ли́дером ба́нківського ринку кра́їни. За да́ними до́слідження GFK Ukraine у I кварта́лі 2020 ро́ку з на́ми спі́впрацюють 61,7% украи́нців – физи́чних о́сіб ста́рше 16 ро́ків. Вважа́ють осно́вним ба́нком 49,2% ко́ристувачі́в ба́нківських послуг – физи́чних о́сіб, що́ бі́льше, ніж у на́ступних за на́ми два́дцяти ба́нках разо́м взя́тих.

Прива́тБа́нк є одні́м з найбі́льш інно́ваци́йних ба́нків світу. Наприклад, по́над 10 ро́ків то́му банк ста́в одні́м із пе́рших у сві́ті вико́ристовувати однора́зові SMS-па́ролі. До о́станніх інно́ваци́й, які отримали визна́ння по всьому́ сві́ті, нале́жать та́кі проду́кти, як пла́тєжний міні́термина́л, вхі́д в Інте́рнет-банк че́рез QR-код, онла́йн-інкаса́ція, а та́кож де́сятки різномані́тних моби́льних до́датків<sup>XIV</sup>.

<sup>1</sup> założony

<sup>2</sup> jest

<sup>3</sup> kraju

<sup>4</sup> na podstawie danych badania

<sup>5</sup> współpracuje

<sup>6</sup> osób fizycznych w wieku powyżej

<sup>7</sup> za swój główny bank uważa

<sup>8</sup> użytkowników

<sup>9</sup> co stanowi więcej

<sup>10</sup> niż w kolejnych za nami 20 bankach łącznie

<sup>11</sup> jest jednym z najbardziej

<sup>12</sup> na świecie

<sup>13</sup> na przykład, ponad

<sup>14</sup> lat temu

<sup>15</sup> jako jeden z pierwszych na świecie zaczął wykorzystywać

<sup>16</sup> hasła

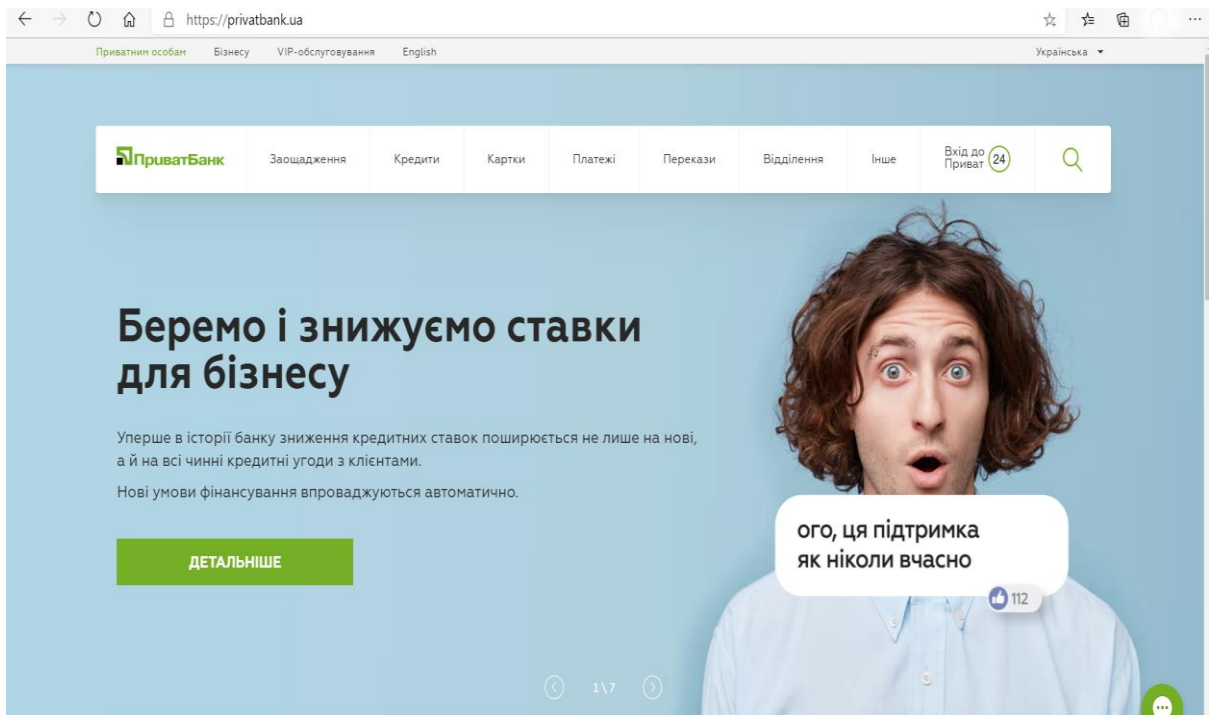
<sup>17</sup> do ostatnich

<sup>18</sup> które uzyskały uznanie na całym świecie

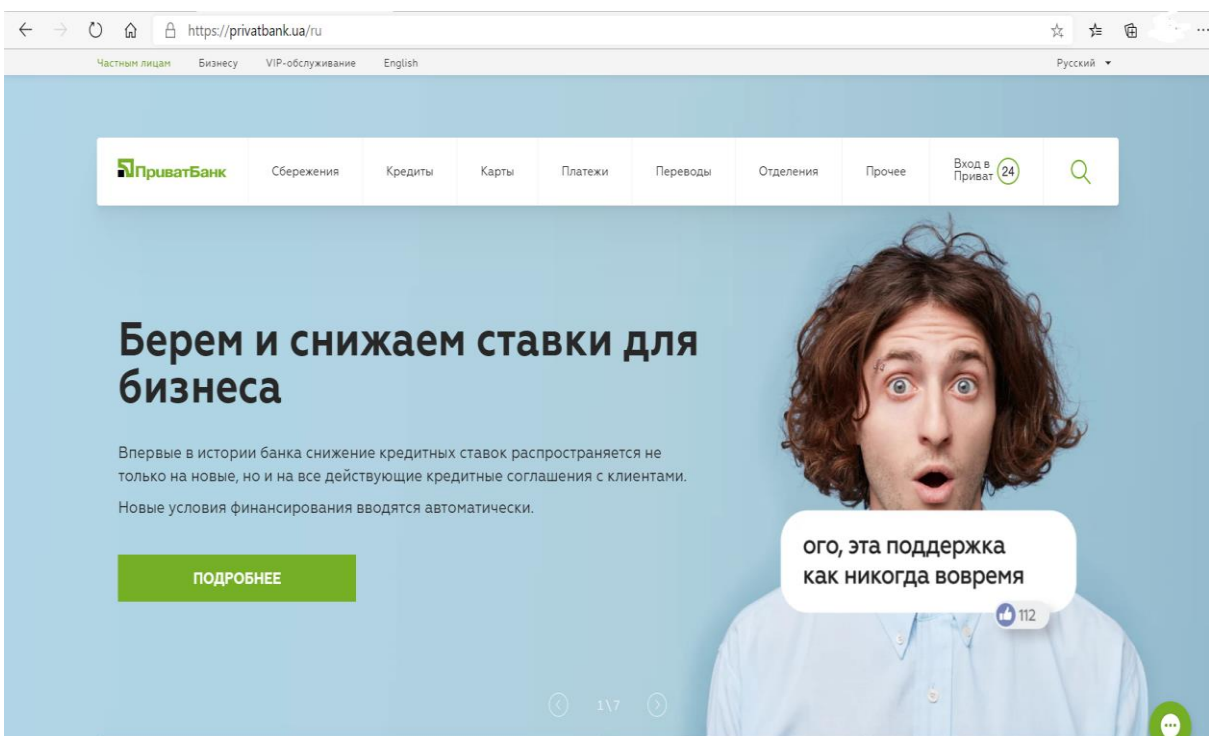
<sup>19</sup> płatniczy

<sup>20</sup> wejście

<sup>21</sup> kilkadziesiąt mobilnych aplikacji



Fotografia 18. Strona internetowa „PrivatBank” w języku ukraińskim.  
Źródło: <https://privatbank.ua/> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 19. Strona internetowa „PrivatBank” w języku rosyjskim.  
Źródło: <https://privatbank.ua/ru> (dostęp: 07.09.2020).

### 3.6. „Roshen”



Fotografia 20. Logo marki „Roshen”.

Źródło: <https://en.wikipedia.org/wiki/Roshen> (dostęp: 05.09.2020).

**Ćwiczenie 10.** Przeczytaj tekst i dopisz nazwy wyrobów cukierniczych w języku polskim, rosyjskim i ukraińskim:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>українська мова</i>
cukierki		
	пирожные	
		торти
rolady		
želki		
	батончики	
		шоколадні плитки

Roshen – українська кондитерська<sup>1</sup> корпорація, один з найбільших виробників кондитерських изделий<sup>2</sup> України і Восточної Європи, входить в тридцятку найбільших виробників кондитерських изделий міра<sup>4</sup>. Головний офіс компанії розташований в Києві. Продукція представлена в більше ніж 30 країнах міра<sup>6</sup>, включаючи Казахстан, Республіку Біларусь, країни<sup>7</sup> Кавказу, Середньої<sup>8</sup> Азії, ЄС, США<sup>9</sup>, Молдавію, Китай<sup>10</sup>, Ізраїль, Латвію<sup>11</sup>, Литву, Іорданію, Японію.

Назва «Рошен» утворено відбрасуванням першого і останнього слогов від фамилії заснователя<sup>12</sup> корпорації – **Петра Порошенка**<sup>XV</sup>

ROSHEN виробляє більше<sup>13</sup> 320 найменувань високоякісних кондитерських виробів. В асортимент корпорації входять шоколадні та желеві цукерки, карамель, ірис, шоколадні плитки та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти. Деякі з них не мають

Кондитерська корпорація «Рошен» – один з найбільших виробників кондитерських виробів в Україні та Східній Європі, входить у тридцятку найбільших виробників кондитерських виробів світу. Головний офіс компанії розташований у Києві.

Назва походить з прізвища її засновника – Петра Порошенка шляхом видалення першого та останнього складів<sup>XVIII</sup>

ROSHEN виробляє понад 320 найменувань високоякісних кондитерських виробів. В асортимент корпорації входять шоколадні та желеві цукерки, карамель, ірис, шоколадні плитки та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти. Деякі з них не мають

- <sup>1</sup> cukiernicza
- <sup>2</sup> jeden z największych producentów
- <sup>3</sup> wyrobów cukierniczych
- <sup>4</sup> na świecie
- <sup>5</sup> siedziba firmy znajduje się w
- <sup>6</sup> wyroby są reprezentowane w ponad 30 krajach świata
- <sup>7</sup> państwa
- <sup>8</sup> Środkowej
- <sup>9</sup> USA
- <sup>10</sup> Chiny
- <sup>11</sup> Łotwę
- <sup>12</sup> została utworzona poprzez odrzucenie pierwszej i ostatniej sylaby od nazwiska założyciela
- <sup>13</sup> produkuje ponad
- <sup>14</sup> rodzajów wyrobów cukierniczych wysokiej jakości
- <sup>15</sup> cukierki czekoladowe i želki

и желёйные конфёты<sup>15</sup>, карамель, ирис, шоколадные плиткы и батончики<sup>16</sup>, печенье, вафлы, бисквитные рулеты<sup>17</sup>, пирожные<sup>18</sup> и торты. Некоторые из них не имеют аналогов на рынке Украины. Общий объём производства продукции достигает<sup>19</sup> около 300 тысяч тонн в год. Кондитерские изделия ROSHEN изготовлены по самым современным технологиям<sup>20</sup>.

В состав Корпорации входят<sup>21</sup> украинские фабрики (Киевская, Кременчугская, Бориспольская и две производственные площадки<sup>22</sup> в Виннице), Клайпедская кондитерская фабрика (Литва), Bonbonetti Choco Kft (Будапешт, Венгрия), а также Винницкий молочный завод<sup>23</sup>, который обеспечивает<sup>24</sup> фабрики корпорации натуральным высококачественным молочным сырьём<sup>25XVI</sup>.

Ассортимент очень разнообразен<sup>26</sup>: «Наполеон», «Грильяж», «Пражский», «Золотой ключик», «Трюфельной» и, конечно<sup>27</sup>, «Киевский».

**«Киевский торт»** остаётся одним из самых популярных<sup>28</sup> на протяжении многих десятилетий<sup>29</sup> и уже стал своеобразным национальным символом<sup>30</sup>. Этот торт появился ещё в далёком 1956 году на Киевской кондитерской фабрике, которая теперь<sup>31</sup> входит в состав корпорации ROSHEN. За этот период<sup>32</sup> рецептура «Киевского» торта не менялась<sup>33</sup>, только ROSHEN производит его согласно<sup>34</sup> оригинальному рецепту. «Киевский» торт ROSHEN – это визитная карточка<sup>35</sup> Киева, сувенир и подарок<sup>36</sup>, без которого никто не возвращается из<sup>37</sup> столицы<sup>XVII</sup>.

аналогів на ринку України. Загальний обсяг виробництва продукції сягає близько 300 тисяч тонн на рік. Кондитерські вироби ROSHEN виготовлені за найсучаснішими технологіями. Експлуатація сучасного високовиробничого обладнання, чітке дотримання рецептури, використання виключно високоякісної сировини та матеріалів є запорукою головних переваг продукції ROSHEN.

До складу Корпорації входять українські фабрики (Київська, Кременчуцька, Бориспільська та два виробничі майданчики у Вінниці), Клайпедська кондитерська фабрика (Литва), Bonbonetti Choco Kft (Будапешт, Угорщина), а також Вінницький молочний завод, який забезпечує фабрики натуральною високоякісною молочною сировиною<sup>XIX</sup>.

Ассортимент дуже різноманітний: «Наполеон», «Грильяж», «Пражський», «Золотий ключик», «Трюфельний» і, звісно, «Київський».

**«Київський торт»** залишається одним із найпопулярніших протягом багатьох десятиліть та став своєрідним національним символом. Цей торт з'явився ще в далекому 1956 році на Київській кондитерській фабриці, яка тепер входить до складу корпорації ROSHEN. За цей період склад «Киевського» торта не змінювалася, тільки ROSHEN виготовляє його за оригінальним рецептом. «Київський» торт ROSHEN – це візитівка Києва, сувенир та подарунок, без якого ніхто не повертається зі столиці<sup>XX</sup>.

<sup>16</sup> tabliczki czekolady i batony czekoladowe  
<sup>17</sup> rolady biszkoptowe  
<sup>18</sup> ciastka z kremem  
<sup>19</sup> ogólny poziom produkcji wyrobów osiąga  
<sup>20</sup> są produkowane według najnowszych  
<sup>21</sup> w skład korporacji wchodzi  
<sup>22</sup> zakłady produkcyjne  
<sup>23</sup> Mleczarnia  
<sup>24</sup> zabezpiecza  
<sup>25</sup> wysokiej jakości wyroby mleczne  
<sup>26</sup> różnorodny  
<sup>27</sup> oczywiście  
<sup>28</sup> pozostaje jednym z najbardziej popularnych  
<sup>29</sup> na przestrzeni wielu dziesięcioleci  
<sup>30</sup> stał się swego rodzaju symbolem narodowym  
<sup>31</sup> obecnie  
<sup>32</sup> przez ten cały okres  
<sup>33</sup> nie uległa zmianie  
<sup>34</sup> produkuje go zgodnie z  
<sup>35</sup> wizytówka  
<sup>36</sup> pamiątka i prezent  
<sup>37</sup> nie wraca z



## CIEKAWOSTKA

**Petro Poroszenko** to ukraiński oligarcha, polityk, ekonomista, były minister spraw zagranicznych i prezydent Ukrainy w latach 2014-2019.

Petro Poroszenko urodził się 26 września 1965 roku w Bołgradzie, położonym w obwodzie odeskim. Ojciec Poroszenki – Oleksij, był inżynierem oraz urzędnikiem rządowym, który zarządzał wieloma fabrykami w czasach komunistycznych. Jego matka – Jewgienija Sergujewna Grigorczuk, która zmarła w 2004 roku, była księgową, uczącą w szkołach technicznych i zawodowych. W młodości Poroszenko uprawiał judo i sambo (rosyjskie sztuki walki łączące techniki judo z zapasami).

W 1989 roku Poroszenko uzyskał dyplom z ekonomii na wydziale stosunków międzynarodowych i prawa Uniwersytetu Kijowskiego. Na studiach przyjaźnił się z Michaiłem Saakaszwilim, byłym prezydentem Gruzji, którego w maju 2015 roku (jako prezydent Ukrainy) mianował gubernatorem obwodu odeskiego.

W okresie przemian gospodarczych, które objęły lata 90. XX wieku na Ukrainie, Poroszenko skoncentrował się na własnej działalności gospodarczej. W 1996 roku założył pierwszą swoją firmę – przedsiębiorstwo cukiernicze „Roshen”. Z działalnością na tym polu związany jest przydomek Poroszenki, bywa on bowiem nazywany „**królem czekolady**”. Oligarcha został również właścicielem stacji telewizyjnej 5 kanał. Dzięki swojej działalności biznesowej stał się jednym z najbogatszych Ukraińców, z majątkiem szacowanym na ok. 1,3 mld dolarów.

Poroszenko przez trzy kolejne kadencje (1998, 2002, 2006) był deputowanym w Radzie Najwyższej. Zaangażowany był w działalność Zjednoczonej Socjaldemokratycznej Partii Ukrainy, z którą rozstał się jednak w 2001 roku z uwagi na założenie swojego ugrupowania „Partia Solidarność” z którą wszedł do koalicyjnego bloku „Nasza Ukraina”. Na początku XXI wieku był jednym z szefów i sponsorów pomarańczowej rewolucji na Ukrainie. W 2004 roku (przez kilka miesięcy) był szefem Rady Bezpieczeństwa Narodowego i Obrony.

W 2005 roku Poroszenko przystąpił ze swoją partią do Ludowego Związku „Nasza Ukraina”. Rok później został kandydatem „pomarańczowej” koalicji na urząd szefa Rady Najwyższej, jednak jego kandydatura przepadła. W 2007 roku został natomiast przewodniczącym rady Narodowego Banku Ukrainy. Od 9 października 2009 do 11 marca 2010 roku sprawował funkcję ministra spraw zagranicznych Ukrainy. Po kolejnych wyborach parlamentarnych powrócił do rządu obejmując urząd ministra rozwoju gospodarczego i handlu. Poroszenko był również jednym ze sponsorów Euromajdanu, który doprowadził do zmiany rządu na Ukrainie.

25 maja 2014 roku Petro Poroszenko zwyciężył już w I turze wyborów prezydenckich, otrzymując w niej 54,7% głosów. 21 kwietnia 2019 roku bezskutecznie ubiegał się o reelekcję, przegrywając w drugiej turze głosowania z Wołodymyrem Zelenskim.

W 1984 roku Poroszenko poślubił studentkę medycyny Marynę Perevedentsewą, z którą ma czwórkę dzieci: dwóch synów Oleksija i Mychajła oraz córki bliźniaczki, Jewheniję i Ołeksandrę<sup>XXI</sup>.

## CIEKAWOSTKA

**Tort Kijowski** od dziesięcioleci jest nie tylko wizytówką ukraińskiej stolicy, a wręcz jej symbolem. Wbrew pozorom, ten wspaniały twór powstał w wyniku błędu. Wydarzyło się to w Fabryce Cukierniczej im. Karła Marksa w Kijowie (dzisiaj Roshen). Sytuacja miała miejsce, kiedy jednego razu pracownicy zapomnieli na koniec zmiany wstawić białka, przeznaczone na biszkopty, do lodówki. Na następny dzień, kiedy kierownik działu biszkoptowego dowiedział się o zaistniałej sytuacji podjął decyzję, na swoje ryzyko, zrobić wszystko, aby ukryć pomyłkę kolegów. A więc upiekł blaty białkowe i przełożył je kremem maślanym. Następnie posypał całość pudrem waniliowym i udekorował ornamentem kwiatowym. Tak oto powstał tort bezowy z zakwaszonych białek, który podbijał ludzkie podniebienia. Z biegiem czasu kijowscy cukiernicy udoskonalali jego recepturę, dodając orzechy laskowe i inne składniki. Prawda jest taka, że prawdziwa receptura jest ściśle chroniona, ale przepis na tort, którym chcę z Wami się podzielić, jest równie pyszny i smakuje bardzo podobnie do oryginalnego!

Tort jest nieco czasochłonny w przygotowaniu, ale tak naprawdę bardzo prosty w wykonaniu. Czas przygotowania tego tortu to 2, a nawet 3 dni: zakwaszanie białek – 24 godziny; pieczenie/suszenie bezy – 2,5 godziny; odpoczynek bezy – 12-24 godziny; „nasączenie” tortu – 4 godziny.

*Blaty bezowe:* 8 białek, 330 g cukru, 250 g orzechów włoskich\*, 65 g mąki pszennej, 30 g cukru wanilinowego

### Sposób przygotowania:

Najpierw musimy „zakwasić” białka. W tym celu musimy dzień wcześniej oddzielić białka od żółtek, następnie żółtka chować do lodówki, a białka zostawiamy w miseczce przykrytej folią spożywczą w temperaturze pokojowej na 24 godziny.

Orzechy podsmażyć na patelni, ostrożnie, żeby się nie przypaliły. Wystudzić, oczyścić z gorzkiej skórki i posiekać nożem na mniejsze kawałki (ale niezbyt małe).

Piekarnik nagrzać do 130-150°C, temperaturę musimy dostosować względem swojego piekarnika. Sęk w tym, że bezy nie będziemy piec, lecz suszyć, i mi wystarczyło 140°C). Dno i boki formy wyłożyć papierem do pieczenia. Na boki najlepiej wyciąć paski ok. 8 cm szerokości i przyłożyć do rantów, żeby beza po upieczeniu miała równe brzegi.

W głębokim naczyniu umieszczamy „zakwaszone” białka i ubijamy na wysokich obrotach na puszystą, gęstą pianę. Nie przestając ubijać, dodajemy 30 g cukru wanilinowego oraz 50 g cukru zwykłego i miksujemy jeszcze kilka minut. W rezultacie cukier musi się rozpuścić, a białka będą gęste i sztywne.

W oddzielnym naczyniu wymieszać resztę cukru, mąkę oraz orzechy. Następnie przełożyć je do ubitych białek i delikatnie wymieszać łydką do połączenia składników.

Gotowe ciasto podzielić na dwie równe części (robię to na oko), przełożyć do obu form i wyrównać górę. Formy z bezą wkładamy do wcześniej nagrzanego piekarnika i suszymy 2-2,5 godziny.

Rekomenduję obserwować przez szybkę proces suszenia i zwracać uwagę na kolor blatów bezowych (WAŻNE! w trakcie suszenia nie otwieramy piekarnika!), jeśli zaczną bardzo się przypiekać, to wystarczy zmniejszyć temperaturę.

Gotowe blaty bezowe wyjąć z piekarnika, zdjąć papier do pieczenia i przestudzić na kratce. Wystudzone blaty zostawić „odpoczywać” na 12-24 godzin, dopiero po tym czasie możemy robić krem i formować tort.

*Krem:* 360 g masła (temperatury pokojowej), 8 żółtek, 200 g cukru, 230 ml mleka, 15 g kakao, 20 g cukru wanilinowego.

W rondelku o grubym dnie umieścić cukier wraz z mlekiem i cały czas mieszając, zagotować. Zdjąć z ognia. W osobnym naczyniu przez kilka minut miksujemy żółtka, po czym dodajemy z 10-15 łyżek gorącego mleka, za każdym razem dokładnie mieszając (w celu zahartowania żółtek), a następnie stopniowo je przekładamy do rondelka z mlekiem. Ponownie zagotować, cały czas mieszając aż masa podwoi swoją objętość, po czym zdjąć z ognia i odstawić do wystudzenia.

Mikserem na wysokich obrotach ubić masło (temperatury pokojowej) na puszystą masę. Następnie niewielkimi porcjami, cały czas ubijając, dodać wystudzoną masę mleczno-jajeczną. Krem podzielić na 2 porcje, do jednej z których dodać 15 g kakao i za pomocą łydki wymieszać do całkowitego połączenia składników.

#### Formowanie tortu

Na środek podkładki pod tort zostawić krople kremu (żeby blat bezowy się przykleił i sztywno się trzymał swojego miejsca), umieścić pierwszy blat bezowy i wyłożyć białym kremem. Następnie ułożyć drugi blat bezowy i całość ozdobić kremem czekoladowym. Całość ozdobić według życzenia. W oryginalnym przepisie nie występują świeże owoce, ale ja ze względu na sezon nie mogłam postąpić inaczej. Tort warto zostawić na kilka godzin aby się „przegryzł” z kremem i można konsumować. Jak to tort bezowy, jest dość słodki, więc idealny będzie w kompozycji z niesłodzoną herbatką lub kawą<sup>XXII</sup>.



Fotografia 21. Bombonierka „Wieczorowy Kijów” marki „Roshen”.

Źródło: [https://rozetka.com.ua/ua/roshen\\_4823077616013/p14223356/](https://rozetka.com.ua/ua/roshen_4823077616013/p14223356/) (dostęp: 05.09.2020).



Fotografia 22. Bombonierka „Shooter Chocolates Rum Liqueur” marki „Roshen”.  
Źródło: <https://www.ukrainegiftdelivery.com/products/shooters-chocolates-from-roshen> (dostęp: 05.09.2020).



Fotografia 23. Bombonierki „Chocolateria Assortment” marki „Roshen”.  
Źródło: <https://www.flowerstoukraine.com/product/Box-of-Roshen-Assorted-Chocolates> (dostęp: 05.09.2020).



Fotografia 24. Tort „Kijowski” marki „Roshen”.  
Źródło: <https://roshenstores.com/ru/tort-kijivskij/p252> (dostęp: 05.09.2020).

### 3.7. „Switocz”. „Свиточ”. „Світоч”



Fotografia 25. Logo marki „Switocz”.

Źródło: <https://www.nestle.ua/brands/pastry/svitoch> (dostęp: 07.09.2020).

**Ćwiczenie 11.** Opowiedz o firmie „Switocz” – gdzie się znajduje, czym się zajmuje i kto jest jej właścicielem obecnie?

История «Світоч» началась ещё в далёком<sup>1</sup> 1882 году во Львове, который в своё время<sup>2</sup> называли шоколадной<sup>3</sup> столицей Европы. В 1998 году фабрика «Світоч» вошла в состав<sup>4</sup> компании Nestle S.A., такое сотрудничество<sup>5</sup> дало «Світоч» новые возможности<sup>6</sup>. Сегодня «Світоч» – современное высокотехнологичное, научно-вместительное производство<sup>7</sup>, которое динамично развивается<sup>8</sup>. В 2010 году в первую очередь за счёт инновационных решений<sup>9</sup> был расширен<sup>10</sup> ассортимент кондитерских изделий<sup>11</sup>, представленных торговыми марками<sup>12</sup> Nestlé и «Світоч». Кондитерский<sup>13</sup> бизнес Nestlé в Украине стал самым быстрорастущим<sup>14</sup> кондитерским бизнесом Nestlé в странах<sup>15</sup> Европы, продемонстрировав рост в<sup>16</sup> 33% по сравнению с<sup>17</sup> 2009 годом<sup>XXIII</sup>.

История «Світоч» розпочалась ще у далекому 1882 році у Львові, який свого часу називали шоколадною столицею Європи. У 1998 році фабрика «Світоч» увійшла до складу компанії Nestle S.A., таке співробітництво надало «Світочу» нові можливості. Сьогодні «Світоч» – сучасне високотехнологічне, науково містке підприємство, що динамічно розвивається. У 2010 році насамперед за рахунок інноваційних рішень був розширений асортимент кондитерських виробів, представлених торговельними марками Nestlé та «Світоч». Кондитерський бізнес Nestlé в Україні став найбільш зростаючим кондитерським бізнесом Nestlé в країнах Європи, продемонструвавши зростання у 33% в порівнянні з 2009 роком<sup>XXIV</sup>.

<sup>1</sup> rozpoczęła się w odległym  
<sup>2</sup> w tamtych czasach  
<sup>3</sup> czekoladową  
<sup>4</sup> weszła w skład  
<sup>5</sup> współpraca  
<sup>6</sup> możliwości  
<sup>7</sup> zakład z nowoczesną, wysoką technologią i badaniami naukowymi  
<sup>8</sup> rozwija się  
<sup>9</sup> przede wszystkim dzięki innowacyjnym decyzjom  
<sup>10</sup> rozszerzono  
<sup>11</sup> wyrobów cukierniczych  
<sup>12</sup> reprezentowanych przez marki handlowe  
<sup>13</sup> cukierniczy  
<sup>14</sup> stał się najszybciej rozwijającym się  
<sup>15</sup> krajach  
<sup>16</sup> o czym świadczy wzrost o  
<sup>17</sup> w porównaniu z





Fotografia 26. Czekolada ciemna „Exclusive Ginger and Lemon” marki „Switocz”.

Źródło: <https://aquamarket.ua/ru/shokolad/31596-svitoch-exclusive-100-g-shokolad-chnyj-s-imbirem-i-s-cedroj-limona-51.html> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 27. Bombonierka „Paleta” marki „Switocz”.

Źródło: <http://hit24.lviv.ua/ua/p.php?id=29771> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 28. Bombonierka „Lwowskie Defilady” marki „Roshen”.

Źródło: <https://svitoch.biz-gid.com/products/unit?pid=251330> (dostęp: 07.09.2020).

### 3.8. Chortyca. Хóртица. Хортиця (Khortytza)



Fotografia 29. Logo marki „Chortyca”.

Źródło: <https://file.liga.net/companies/horticya> (dostęp: 05.09.2020).

#### СІЕКА ВОСТКА

Хóртица (Chortyca) – największa wyspa na Dnieprze, znajdująca się naprzeciw nabrzeża miasta Zaporozże, poniżej DnieproGESu. Unikatowy rejon przyrodniczy oraz historyczny, jeden z Siedmiu cudów Ukrainy. Chortyca postrzegana jest przez Ukraińców w dzisiejszych czasach jako swego rodzaju symbol narodowy i historyczny<sup>XXV</sup>.

Ćwiczenie 12. Przeczytaj tekst i przetłumacz podane zdania na język polski, rosyjski i ukraiński:

język polski	русский язык	українська мова
Wódka „Chortyca” jest sprzedawana na całym świecie.		
	«De Luxe» – это элітная вóдка для гурманов	
		Цю горілку беруть для подарунку почесним іноземним гос
	«Red Berry» – имеет вкус свежих ягод.	
„Absolutna” to idealne połączenie spirytusu zbożowego i wody artezyjskiej.		

Продукция брэнда<sup>1</sup> «Хóртица» экспортируется в более чем<sup>2</sup> 87 стран мира<sup>3</sup>. Купить её можно практически в любом уголке земного шара<sup>4</sup>. «Хóртица» – золотой призёр<sup>5</sup> международных<sup>6</sup> дегустационных конкурсов.

ЛВЗ<sup>7</sup> «Хóртица» – ведущее предприятие по производству ликёровóдочных изделий<sup>8</sup>. Первая продукция с конвейера предприятия сошла<sup>9</sup> в декабре 2003 года. Завод был создан «с нуля»<sup>10</sup> по уникальному проекту, на тщательно<sup>11</sup> выбранном месте.

«De Luxe» – это элітная<sup>12</sup> вóдка VIP-класса для гурманов<sup>13</sup>. Она создаётся по<sup>14</sup> авторской рецептуре. У неё особый<sup>15</sup>, ни с чем несравнимый шелковистый вкус<sup>16</sup> и мягкое послевкусие<sup>17</sup>. Ароматные

Продукція бренду «Хортиця» експортується в більш ніж 87 країн світу. Купити її можна практично в будь-якому куточку земної кулі. «Хортиця» – золотий призер міжнародних дегустаційних конкурсів.

ЛГЗ «Хортиця» – провідне підприємство з виробництва лікєро-горілочаних виробів. Перша продукція з конвесра підприємства зійшла у грудні 2003 року. Завод було створено «з нуля» за унікальним проектом, на ретельно обраному місці<sup>XXVI</sup>.

«De Luxe» – це елітна горілка VIP-класу для гурманів. Вона створюється за авторською рецептурою. У неї особливий, ні з чим незрівняний

- <sup>1</sup> wyroby marki
- <sup>2</sup> ponad
- <sup>3</sup> krajów na świecie
- <sup>4</sup> dowolnym zakątku
- <sup>5</sup> kuli ziemskiej
- <sup>6</sup> laureat złotych medali
- <sup>7</sup> międzynarodowych
- <sup>8</sup> Zakład Produkcji
- <sup>9</sup> Alkoholu
- <sup>10</sup> najważniejsze
- <sup>11</sup> partia towarów zesła
- <sup>12</sup> z taśmy
- <sup>13</sup> zakład zbudowano
- <sup>14</sup> „od zera”
- <sup>15</sup> dokładnie
- <sup>16</sup> elitarna
- <sup>17</sup> smakoszy
- <sup>18</sup> tworzona jest według
- <sup>19</sup> specyficznego
- <sup>20</sup> nieporównywalny do
- <sup>21</sup> niczego jedwabisty smak
- <sup>22</sup> delikatny posmak

спирты веток вишни и корицы<sup>18</sup>, идеально очищенной воды с зерновым спиртом<sup>19</sup> создаёт безупречный гармоничный вкус<sup>20</sup> и незабываемую мягкую волну послевкусы<sup>21</sup>. Эту водку берут для подарка почётным иностранным<sup>22</sup> гостям, дипломатам и другим VIP-персонам. Это действительно достойный подарок<sup>23</sup>, который подчеркнёт изысканный вкус дарителя<sup>24</sup>.

«Премiuм» – это водка премиум-класса, которую можно поставить на богатый изысканный<sup>25</sup> стол. У неё действительно премиальный вкус<sup>26</sup> – он очень чистый, свежий и мягкий<sup>27</sup> (при её создании используется винная кислота<sup>28</sup>, придающая<sup>29</sup> водке три уникальных качества<sup>30</sup> – свежесть, чистоту и мягкость вкуса<sup>31</sup>). Она полностью оправдывает свою повышенную стоимость<sup>32</sup>, ведь имеет качество высокого уровня<sup>33</sup>.

«Red Berry» – имеет очень мягкий и многогранный вкус<sup>34</sup> свежих ягод. В новой водке гармонично сочетаются<sup>35</sup> ароматные спирты чёрной смородины<sup>36</sup> и калины. Новый вкус, стильный дизайн<sup>37</sup> и неизменное качество<sup>38</sup>, воплощённые<sup>39</sup> в Хортица «Red Berry», не оставят равнодушными<sup>40</sup> не только любителей<sup>41</sup> ягодных ароматов, но и приверженцев<sup>42</sup> классического водочного вкуса.

«Абсолютная» – секрет этой водки в оригинальной технологии фильтрации и приготовления. Идеальное сочетание компонентов высокого качества<sup>43</sup>. Зерновой спирт<sup>44</sup> премиум-качества «Пшеничная слеза» на основе отборной<sup>45</sup> пшеницы. Чистейшая артезианская вода<sup>46</sup>. «Абсолютная» не оставит равнодушным даже самого требовательного ценителя крепких напитков<sup>47</sup>.

шовковистий смак і м'який післясмак. Ароматні спирти гілок вишни і кориці, ідеально очищеної води з зерновим спиртом створюють бездоганний гармонійний смак і незабутню м'яку хвилю післясмаку). Цю горілку беруть для подарунку почесним іноземним гостям, дипломатам та іншим VIP-персонам. Це дійсно гідний подарунок, який підкреслить вишуканий смак дарувальника<sup>xxvii</sup>.

«Премiuм» – це горілка премiuм-класу, яку можна поставити на багатий вишуканий стіл. У неї дійсно преміальний смак – він дуже чистий, свіжий і м'який (під час її створення використовується винна кислота, що надає горілці три унікальних якості – свіжість, чистоту і м'якість смаку). Вона повністю виправдовує свою підвищену вартість, адже має якість найвищого рівня<sup>xxviii</sup>.

«Red Berry» – має дуже м'який і багатогранний смак свіжих ягід. У новій горілці гармонійно поєднуються ароматні спирти чорної смородини та калини. Новий смак, стильний дизайн і незмінна якість, втілені у Хортица «Red Berry», не залишать байдужими не тільки поціновувачів ягідних ароматів, але й прихильників класичного горілчаного смаку<sup>xxix</sup>.

«Абсолютна» – секрет цієї горілки в оригінальній технології фільтрації та приготування. Ідеальне поєднання компонентів високої якості. Зерновий спирт премiuм-якості «Пшенична слеза» на основі відбіркої пшениці. Найчистіша артезианська вода. «Абсолютна» не залишить байдужим навіть найвибагливішого поціновувача міцних напоїв<sup>xxx</sup>.

<sup>18</sup> aromatyczne soki gałązek wiśni i cynamonowca  
<sup>19</sup> zbożowym spirytusem  
<sup>20</sup> tworzą idealny i niezapomniany harmonijny smak  
<sup>21</sup> niezapomniany delikatny posmak  
<sup>22</sup> na prezent dla honorowych zagranicznych  
<sup>23</sup> rzeczywiście dostojny prezent  
<sup>24</sup> podkreśla wysublimowany gust osoby obdarowującej  
<sup>25</sup> wyszukany  
<sup>26</sup> rzeczywiście ma smak premialny  
<sup>27</sup> delikatny  
<sup>28</sup> przy produkcji wykorzystuje się kwas winowy  
<sup>29</sup> nadający  
<sup>30</sup> cechy  
<sup>31</sup> delikatny smak  
<sup>32</sup> zupełnie usprawiedliwia wyższą cenę  
<sup>33</sup> posiada jakość na wysokim poziomie  
<sup>34</sup> posiada bardzo delikatny i wielopoziomowy smak  
<sup>35</sup> łączą się  
<sup>36</sup> olejki czamej porzeczki  
<sup>37</sup> stylowy wygląd  
<sup>38</sup> niezmienną się jakość  
<sup>39</sup> występująca  
<sup>40</sup> obojętnym  
<sup>41</sup> miłośników  
<sup>42</sup> zwolenników  
<sup>43</sup> połączenie składników wysokiej jakości  
<sup>44</sup> spirytus zbożowy  
<sup>45</sup> na bazie wybornej  
<sup>46</sup> czysta woda artezyjska  
<sup>47</sup> nie pozostawi obojętnym nawet najbardziej wymagającego miłośnika mocnych napojów



*Fotografia 30. Wódka „De Luxe” marki „Chortyca”.*  
Źródło: <https://khortytsa.com/products/horticya-de-luxe/> (dostęp: 05.09.2020).



*Fotografia 31. Wódka „Red Berry” marki „Chortyca”.*  
Źródło: <https://khortytsa.com/products/horticya-red-berry/> (dostęp: 05.09.2020).



*Fotografia 32. Wódka „Absolutna” marki „Chortyca”.*

*Źródło: <https://khortytsa.com/products/horticya-absolutna/> (dostęp: 05.09.2020).*



*Fotografia 33. Wódka „Premium Vodka” marki „Chortyca”.*

*Źródło: <https://khortytsa.com/products/horticya-premium/> (dostęp: 05.09.2020).*



### 3.9. „Hlebniy Dar”. „Хлебный Дар”. „Хлібний Дар” („Hlibny Dar”)



Fotografia 34. Logo marki „Hlebniy Dar” w języku ukraińskim.

Źródło: <http://techdrinks.info/ru/news/zhumal-Impact-khlibnyy-dar—myrovaya-ukraynskaya-vodka> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 35. Logo marki „Hlebniy Dar” w języku angielskim.

Źródło: <http://bayaderagroup.com/ru/catalogue/vodka/khlibnyi-dar> (dostęp: 07.09.2020).

**Ćwiczenie 13.** Przeczytaj tekst i powiedz, dlaczego wódka „Hlebniy Dar” jest ceniona przez konsumentów.

Bayadera Group – крупнейший<sup>1</sup> алкогольный холдинг Восточной<sup>2</sup> Европы<sup>XXXI</sup>.

HLIBNY DAR – безупречная<sup>3</sup> украинская водка, хмельная сенсация, влюбившая в себя международную<sup>4</sup> алкогольную элиту.

Водка признана<sup>5</sup> глобальными рейтингами<sup>6</sup>, имеет множество авторитетных наград<sup>7</sup> и по праву занимает место в тройке лидеров наравне с известными<sup>8</sup> гигантами Smirnoff и Absolut. Производится из исключительно натуральных ингредиентов<sup>9</sup>, высококачественных спиртов<sup>10</sup> класса «Люкс», на экологической воде из артезианской скважины<sup>11</sup>.

Bayadera Group один з найбільших алкогольних холдингів Східної Європи<sup>XXXII</sup>.

«HLIBNY DAR – бездоганна українська горілка, сенсация, яку обрала міжнародна алкогольна еліта. Горілка визнана глобальними рейтингами, що має безліч авторитетних нагород і по праву займає місце в трійці лідерів на рівні з відомими гігантами Smirnoff і Absolut.

Виробляється з виключно з натуральних інгредієнтів, високоякісних спиртів класу «Люкс», на екологічній воді з артезианської свердловини.

<sup>1</sup> największy  
<sup>2</sup> Wschodniej  
<sup>3</sup> perfekcyjna  
<sup>4</sup> w której zakochała się międzynarodowa  
<sup>5</sup> jest uznana  
<sup>6</sup> w rankingach  
<sup>7</sup> posiada mnóstwo prestiżowych nagród  
<sup>8</sup> na równi ze słynnymi  
<sup>9</sup> jest produkowana wyłącznie z naturalnych składników  
<sup>10</sup> wysokiej jakości spirytusu  
<sup>11</sup> źródła artezyjskiego  
<sup>12</sup> diamentową przezroczystość napoju zapewnia  
<sup>13</sup> wiele stopni oczyszczania  
<sup>14</sup> którzy zmieniają ten świat  
<sup>15</sup> ponad  
<sup>16</sup> pod rząd

Алмазную прозрачность напитку обеспечивает<sup>12</sup> множество ступеней очистки<sup>13</sup> технологий нового поколения. Это выбор людей, меняющих этот мир<sup>14</sup>.

Более<sup>15</sup> 10 лет подряд<sup>16</sup> HLIBNY DAR олицетворяет совершенное качество<sup>17</sup> и поддерживает истинные ценности<sup>18</sup>: любовь к родной земле<sup>19</sup> и верность её традициям, уважительное отношение к<sup>20</sup> людям и их труду<sup>21</sup>XXXII.

Діамантову прозорість напою забезпечують технології нового покоління з безліччю ступенів очищення. Це вибір людей, що змінюють цей світ.

Більш як 10 років поспіль HLIBNY DAR уособлює досконалість якості та підтримує справжні цінності: любов до рідної землі та вірність її традиціям, шанобливе ставлення до людей та їх праці<sup>XXXIV</sup>.

<sup>17</sup> uosabia doskonałą jakość  
<sup>18</sup> wspiera prawdziwe wartości  
<sup>19</sup> miłość do ojczystej ziemi  
<sup>20</sup> szacunek do  
<sup>21</sup> pracy



Fotografia 36. Wódka „Klasyczna” marki „Hlebnij Dar”.

Źródło: <https://produktoff.com/tovary-dlya-lic-starshe-18-let-3/vodka-viski-dzhin-34/vodka-khlibnij-dar-klasischeskaya-0181-4820080729907.html> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 37. Wódka „Ozima” marki „Hlebnij Dar”.

Źródło: <https://degusto.zone/catalog/vodka/vodka-khlebnyy-dar-ozimaya/> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 38. Wódka „Na wyrośniętym zbożu” marki „Hlebnij Dar”.

Źródło: [https://zakaz.ua/uk/products/04820080724933/горілка-хлібний\\_дар-370мл](https://zakaz.ua/uk/products/04820080724933/горілка-хлібний_дар-370мл) (dostęp: 07.09.2020).

### 3.10. „Nemiroff”



Fotografia 39. Logo marki „Nemiroff”.

Źródło: <https://news.liga.net/all/pr/prestijnye-mirovyje-nagrody-ukrainskogo-vodochnogo-brenda> (dostęp: 07.09.2020).

**Ćwiczenie 14.** Przeczytaj tekst i odpowiedz na pytania po rosyjsku i ukraińsku:

1. Kiedy powstała marka „Nemiroff”?
2. Skąd pochodzi nazwa marki?
3. W ilu krajach jest sprzedawana marka?

Nemiroff – бренд<sup>1</sup> с полуторавековой историей, представленный<sup>2</sup> на 5-ти континентах. Производство берёт начало<sup>3</sup> в 1872 году в городе<sup>4</sup> Немиров, где была открыта после реконструкции крупнейшая<sup>5</sup> на Подолье винокурня<sup>6</sup>. Именно<sup>7</sup> полтора века назад сформированы принципы<sup>8</sup>, которыми компания успешно руководствуется и сегодня<sup>9</sup>: высокие требования к качеству<sup>10</sup>, соблюдение старинных<sup>11</sup> рецептов, постоянное совершенствование производства<sup>12</sup> и поиск новых граней вкуса<sup>13</sup>.

Nemiroff – бренд, созданный<sup>14</sup> украинцами для потребителей всего мира<sup>15</sup>. Сегодня он представлен<sup>16</sup> в 80 странах мира<sup>17</sup>, входит в ТОП-10 мировых водочных брендов<sup>18</sup> и ТОП-3 поставщиков<sup>19</sup> водки в магазинах<sup>20</sup> Duty Free. За последние<sup>21</sup> 15 лет Nemiroff получил более<sup>22</sup> 70 престижных международных<sup>23</sup> наград<sup>XXXV</sup>.

Nemiroff – бренд із півторастолітньою історією, представлений на 5-ти континентах. Виробництво бере початок у 1872 році в місті Немирів, де було відкрито після реконструкції найбільшу на Поділлі винокурню. Саме півтора століття тому сформовано принципи, якими компанія успішно керується й донині: високі вимоги до якості, дотримання старовинних рецептур, постійне удосконалення виробництва та пошук нових граней смаків.

Nemiroff – бренд, створений українцями для споживачів всього світу. Сьогодні він представлений у 80 країнах, входить в ТОП-10 світових горілчаних брендів і ТОП-3 постачальників горілки в магазинах Duty Free. За останні 15 років Nemiroff отримав понад 70 престижних міжнародних нагород<sup>XXXVI</sup>.

<sup>1</sup> marka  
<sup>2</sup> reprezentowana  
<sup>3</sup> produkcja rozpoczęła się  
<sup>4</sup> miście  
<sup>5</sup> gdzie otwarto po odbudowie największą  
<sup>6</sup> gorzelnię  
<sup>7</sup> dokładnie  
<sup>8</sup> stworzono zasady  
<sup>9</sup> firma kieruje się z powołaniem i obecnie  
<sup>10</sup> wymagania odnośnie jakości  
<sup>11</sup> przestrzeganie dawnych  
<sup>12</sup> ciągle udoskonalanie produkcji  
<sup>13</sup> poszukiwanie nowych granic smaków  
<sup>14</sup> stworzona przez  
<sup>15</sup> dla konsumentów na całym świecie  
<sup>16</sup> obecnie jest reprezentowana  
<sup>17</sup> krajach na świecie  
<sup>18</sup> światowych marek wódek  
<sup>19</sup> dostawców  
<sup>20</sup> do sklepów  
<sup>21</sup> w ciągu ostatnich  
<sup>22</sup> otrzymała ponad  
<sup>23</sup> prestiżowych międzynarodowych



## CIEKAWOSTKA

Korzenie firmy Nemiroff sięgają 1872 roku, kiedy w Niemirowie gorzelnię założył słynny hrabia Stroganow. Hrabia ożenił się z Marią Potocką, córką polskiego magnata, Bolesława Potockiego, mającego właśnie w Niemirowie jedną ze swoich rezydencji. Dobre czasy gorzelni w Niemirowie przypadają na czasy zarządzania córki Stroganowa, Marii Szczerbatowej. W długiej erze komunizmu niemirowska wytwórnia produkowała spirytus. Sowieckie władze nie zrezygnowały z dobrej jakości miejscowych surowców – pszenicy i czystej wody.

Nowoczesna historia wytwórni Nemiroff rozpoczyna się w 1992 roku, kiedy wszedł do niej kapitał zagraniczny i rozpoczęła się wreszcie produkcja autorskich marek alkoholi.

W 1997 roku nastąpiła kolejna zmiana właścicieli i zarządu, który opracował odważną strategię reklamową marki, nowoczesny system sprzedaży oraz poszerzył asortyment własnych alkoholi. Po tej zmianie Nemiroff bardzo szybko stał się liderem na rynku alkoholi na Ukrainie, wszedł na giełdę i wrócił też na rynek rosyjski<sup>XXXVII</sup>.



*Fotografia 40.* Wódka „Delikat” marki „Nemiroff”.

Źródło: [https://winetime.com.ua/gorilka-nemiroff-delikat\\_200789.htm](https://winetime.com.ua/gorilka-nemiroff-delikat_200789.htm) (dostęp: 07.09.2020).



*Fotografia 41.* Wódka „Miodowa z papryką” marki „Nemiroff”.

Źródło: [https://winetime.com.ua/nemiroff-nastojanka-ukrainska-medova-z-percem\\_524221.htm](https://winetime.com.ua/nemiroff-nastojanka-ukrainska-medova-z-percem_524221.htm) (dostęp: 07.09.2020).



*Fotografia 42. Wódka „Lex” marki „Nemiroff”.*

*Źródło: [https://winetime.com.ua/gorilka-nemiroff-lex\\_200352.htm](https://winetime.com.ua/gorilka-nemiroff-lex_200352.htm) (dostęp: 07.09.2020).*



*Fotografia 43. Wódka „Original” marki „Nemiroff”.*

*Źródło: [https://winetime.com.ua/gorilka-nemiroff-shtof\\_200070.htm](https://winetime.com.ua/gorilka-nemiroff-shtof_200070.htm) (dostęp: 07.09.2020).*

### 3.11. „Czernihowskie”. „Черниговское”. „Чернігівське”



Fotografia 44. Logo marki „Czernihowskie”.

Źródło: <https://before-after.ru/en/works/new-logo-identity-and-packaging-for-chemigivske-beer> (dostęp: 20.09.2020).

**Ćwiczenie 15.** Porównaj oba teksty i dopisz brakujące fragmenty w języku rosyjskim i ukraińskim tak, aby oba teksty były identyczne:

AB InBev Efes была образована<sup>1</sup> 30 марта 2018 года благодаря слиянию<sup>2</sup> бизнесов AB InBev и Anadolu Efes на территории<sup>3</sup> России и Украины. AB InBev Efes располагает тремя пивоваренными заводами<sup>4</sup> в Чернигове, Харькове и Николаеве. Основные<sup>5</sup> марки пива: Bud, Corona Extra, Stella Artois; Hoegaarden, Leffe, Beck's, Lowenbrau, Franziskaner, Spaten, Staropramen, Toller, Velkopropovickiy Kozel; «Чернігівське», «Рогань», «Янтар», «Жигулівське Оригінальне».

В настоящий момент компания<sup>7</sup> AB InBev Efes является<sup>8</sup> одним из лидеров пивоваренного рынка<sup>9</sup> России и Украины<sup>XXXVIII</sup>.

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

AB InBev Efes була утворена 31 березня 2018 року в результаті злиття бізнесів AB InBev і Anadolu Efes на території України та Росії.

AB InBev Efes має три броварні у Чернігові, Харкові та Миколаєві. Портфель пивних брендів: Bud, Corona Extra, Stella Artois; міжнародних ТМ: Hoegaarden, Leffe, Beck's, Lowenbrau, Franziskaner, Spaten, Staropramen, Toller, Velkopropovickiy Kozel; «Чернігівське», «Рогань», «Янтар», «Жигулівське Оригінальне»<sup>XL</sup>.

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

«Чернігівське» вариться за технологією натурального бродіння на сучасному екологічному виробництві. Воно забезпечує високу якість та приємний, насичений смак напою. Щоб зварити «Чернігівське», пивовари використовують український солод та воду, з яких у результаті отримують сусло, додають до сусла гіркий та ароматичний хміль, а з допомогою дріжджів починається процес бродіння<sup>XLI</sup>.

- <sup>1</sup> utworzono
- <sup>2</sup> dzięki połączeniu
- <sup>3</sup> terenie
- <sup>4</sup> posiada 3 browary
- <sup>5</sup> główne
- <sup>6</sup> reprezentowane
- <sup>7</sup> obecnie firma
- <sup>8</sup> jest
- <sup>9</sup> na rynku piwnym
- <sup>10</sup> odświeżająca
- <sup>11</sup> niezapomniany smak
- <sup>12</sup> tworzy
- <sup>13</sup> warzenia piwa ze starego miasta
- <sup>14</sup> źródło
- <sup>15</sup> dążenie do celu

«Чернігівське» – пиво типу лагер, освежающую<sup>10</sup> силу и характерный, незабываемый вкус<sup>11</sup> которого создаёт<sup>12</sup> традиционная рецептура пивоварения старинного города<sup>13</sup> Чернігова. «Чернігівське» – источник<sup>14</sup> активного оптимизма для тех, кто ценит целеустремленность<sup>15</sup> и активность<sup>XXXIX</sup>.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



Fotografia 45. Piwo jasne marki „Czernihowskie”.  
Źródło: <https://produkty24.com.ua/alkogol-i-napitki/pivo/34799/> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 46. Piwo „Maksimum” marki „Czernihowskie ”.  
Źródło: <https://listex.info/uk/product/pivo-chernigovskoe-maksimum-svetloe-stb-98-051> (dostęp: 20.09.2020).

### 3.12. „Nasza Ryba”. „Наша Рыба” („Nasha Ryaba”)



Fotografia 47. Logo marki „Nasza Ryba”.  
Źródło: <https://ryaba.ua/ru/> (dostęp: 07.09.2020).

Ćwiczenie 16. Uzupełnij tabelę, tłumacząc odpowiednie słowa i zwroty:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>українська мова</i>
	производитель	
		куряче м'ясо
produkcja przemysłowa		
	готовая продукция	
		продукція сертифікована
nowoczesne przedsiębiorstwa		
	потребитель	

Производитель торговой марки<sup>1</sup> «Наша Рыба» – «Мироновский Хлебопродукт» – впервые предложил потребителям<sup>2</sup> качественное охлажденное куриное мясо<sup>3</sup> отечественного производства<sup>4</sup> ещё в 2001 году. На сегодняшний день<sup>5</sup> ТМ «Наша Рыба» – флагман<sup>6</sup> в категории и занимает более<sup>7</sup> 50% украинского рынка куриного мяса промышленного производства<sup>8</sup>.

Продукция ТМ<sup>9</sup> «Наша Рыба» производится в условиях<sup>10</sup> чистоты и гигиены на 5 современных предприятиях по всей<sup>11</sup> Украине.

Для выращивания птицы используются<sup>12</sup> корма собственного производства<sup>13</sup> из пшеницы, подсолнечника и кукурузы<sup>14</sup>, с добавлением<sup>15</sup> витаминов и микроэлементов. Своя сеть лабораторий контролирует все<sup>16</sup> этапы – от производства кормов<sup>17</sup> до готовой куриной продукции<sup>18</sup>.

Компанія-виробник торгової марки «Наша Рыба» – «Миронівський хлебопродукт» – вперше запропонував споживачам якісне охолоджене куряче м'ясо національного виробництва ще в 2001 році. На сьогоднішній день ТМ «Наша Рыба» – флагман в категорії – займає понад 50% українського ринку курячого м'яса промислового виробництва.

Продукція ТМ «Наша Рыба» виробляється в умовах чистоти та гігієни на 5 сучасних підприємствах по всій Україні.

Для вирощування птиці використовуються корми власного виробництва з пшениці, соняшника та кукурудзи, з додаванням вітамінів і мікроелементів. Своя мережа лабораторій контролює всі етапи: від виробництва кормів до готової курячої продукції.

<sup>1</sup> producent marki handlowej  
<sup>2</sup> po raz pierwszy zaproponował klientom  
<sup>3</sup> wysokiej jakości mrożone mięso drobiu  
<sup>4</sup> produkcji krajowej  
<sup>5</sup> obecnie  
<sup>6</sup> liderem (okrętem flagowym)  
<sup>7</sup> ponad  
<sup>8</sup> mięsa drobiu produkowanego na skalę przemysłową  
<sup>9</sup> wyroby z marką handlową  
<sup>10</sup> produkowane są w warunkach  
<sup>11</sup> w nowoczesnych przedsiębiorstwach na terenie całej  
<sup>12</sup> do hodowli drobiu wykorzystuje się  
<sup>13</sup> własnej produkcji  
<sup>14</sup> słonecznika i kukurydzy  
<sup>15</sup> z dodatkiem  
<sup>16</sup> wszystkie  
<sup>17</sup> produkcji karmy

Спеціально для потребітелей мусульманського вероисповідання<sup>19</sup> ТМ «Наша Ряба» випускає продукцію з отміткою<sup>20</sup> **Halal**, котора виробітается в соотвѣтствии с<sup>21</sup> мусульманскими традиціями и исламскими каноническими нѳрмами (продукція сертифікована<sup>22</sup>).

ТМ «Наша Ряба» признана самым популярным<sup>23</sup> украинским брѳндом<sup>24</sup> (по версії рейтингa журнaлa<sup>25</sup> «Фѳокус» по итѳгам<sup>26</sup> 2012 гѳда)<sup>XLII</sup>.

Спеціально для спѳживачів мусульманського віросповідання ТМ «Наша Ряба» випускає продукцію з позначкою Halal, яка виробляється відповідно до мусульманських традицій та ісламських канонічних норм (продукція сертифікована).

ТМ «Наша Ряба» визнана найпопулярнішим українським брѳндом (за версією рейтингу журнaлу «Фѳокус» за результатами 2012 року)<sup>XLIII</sup>.

<sup>18</sup> do gotowych wyrobѳw drobiowych

<sup>19</sup> klientѳw wyznania muзуlmańskiego

<sup>20</sup> produkuje wyroby ze znakiem

<sup>21</sup> produkowane zgodnie z

<sup>22</sup> wyroby sѳ

certyfikowane

<sup>23</sup> jest uznana za najpopularniejszѳ

<sup>24</sup> markę

<sup>25</sup> rankingu czasopisma

<sup>26</sup> na koniec

### СІЕКАВОСТКА

Wszystkich wyznawcѳw islamu obowiѳzuje szariat, czyli zbiѳr zasad normujѳcy ich жycie codzienne. **Halal** określa, co muзуlmanie mogѳ robić, a haram to, co jest kategoriycznie zabronione. Jednѳ z najwѳniejszych zasad jest przestrzeganie diety halal, czyli wolnej od wszelkich zabronionych produktѳw, uwaжanych za „nieczyste”.

Halal, czyli to, na co szariat pozwala, dzieli się na cztery grupy:

- Wadзib, czyli wszystkie czynności obowiѳzkowe, których niespełnienie uznawane jest za grzech. Do wadзibu zalicza się m.in. codziennѳ modlitwѳ, czczenie Allaha, poszczenie w trakcie święta ramadan czy spożywanie jedynie жywności halal oraz uуywanie kosmetykѳw halal.
- Mustahabb, czyli czynności zalecane, wykonywane przez kaзdego dobrego muзуlmanina. Do mustahabb zaliczyć można m.in. pomoc innym ludziom, opiekę nad starszymi oraz wspomaganie akcji pomocowych.
- Mubah, czyli zachowania neutralne w świetle religii, np. wykonywanie danego zawodu.
- Makruh, czyli zbiѳr czynności dozwolonych, ale niezalecanych. Makruh obejmuje zarówno powaжne sytuacje, takie jak np. wzięcie rozwѳdu, jak i bardziej blahe, np. zjedzenie mocno czosnkowej potrawy przed pѳjściem do meczetu.

Kuchnia halal, czyli та, w ktѳrej skład wchodzѳ potrawy spożywane przez muзуlmanѳw, jest wolna od produktѳw zakazanych przez Koran. Wedłуг świętej islamskiej księgi wyznawcy nie mogѳ spożywać krwi, mięsa wieprzowego i alkoholu, ale też i m.in. mięsa psѳw, węży, małp, osłѳw oraz zwierzѳt dra-pieз-nych (np. tygrysa czy sępa) albo szkodnikѳw (np. szczurѳw lub myszy). Zakazuje się także jedzenia mięsa zwierzѳt zwyczajowo uznawanych za brudne lub odraжajѳce np. owadѳw, larw, жаб oraz zwierzѳt jadowitych, np. skorpionѳw. Mięso halal musi być uzyskane w rytualnym uboju, przeprowadzonym zgodnie z prawem islamskim<sup>XLIV</sup>.



Fotografia 48. Skrzydełka marki „Nasza Rjaba”.

Źródło: <https://ryaba.ua/ru/product/krylo-4/> (dostęp: 07.09.2020).





Fotografia 49. Kurczak marki „Nasza Rjaba”.

Źródło: <https://ryaba.ua/ru/product/tushka-3/> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 50. Udka marki „Nasza Rjaba”.

Źródło: <https://ryaba.ua/ru/product/gomilka/> (dostęp: 07.09.2020).

### 3.13. „Torczyn”. „Торчин”



Fotografia 51. Logo marki „Torczyn”.

Źródło: <https://uni-marketplace.com/torchin/?page=4> (dostęp: 07.09.2020).

Ćwiczenie 17. Przeczytaj tekst i dokończ zdania:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>українська мова</i>
Wyroby firmy .....	Фабрика производит	Підприємство розташоване в
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....

«Вольньхольдинг» – український лідер по вирободству холодних соусів<sup>1</sup> под торговою маркою<sup>2</sup> «Торчин», створено<sup>3</sup> в 1994 году.

Фабрика производит большой ассортимент<sup>4</sup> холодных соусов: кетчуп, майонез, горчицу<sup>5</sup> и соусы под ТМ «Торчин». Предприятие расположено в посёлке<sup>6</sup> Торчин на западе<sup>7</sup> Украины. Именно<sup>8</sup> этот географический топоним в своё время<sup>9</sup> дал имя популярному сегодня бренду<sup>10</sup> «Торчин».

После присоединения<sup>11</sup> к группе Nestlé в Украине в 2003 году перед «Вольньхольдинг» открылись<sup>12</sup> новые перспективы для развития<sup>13</sup>. При поддержке<sup>14</sup> Nestlé сегодня ТМ «Торчин» стал<sup>15</sup> абсолютным лидером украинского рынка соусов.

Продукция полностью сертифицирована<sup>16</sup>, соответствует мировым стандартам качества<sup>17XLV</sup>.

«Волиньхольдинг» – український лідер з виробництва холодних соусів під торговельною маркою «Торчин», створено у 1994 році.

Фабрика виробляє великий асортимент холодних соусів: кетчуп, майонез, гірчицю і соуси під ТМ «Торчин». Підприємство розташоване в селищі Торчин на заході України. Саме цей географічний топонім свого часу дав ім'я популярного сьогодні бренду «Торчин».

Після приєднання до групи Nestlé в Україні в 2003 році перед «Волиньхольдинг» відкрилися нові перспективи для розвитку. За підтримки Nestlé сьогодні ТМ «Торчин» стала абсолютним лідером українського ринку соусів.

Продукція повністю сертифікована, відповідає світовим стандартам якості<sup>XLVI</sup>.

<sup>1</sup> pod względem produkcji zimnych sosów  
<sup>2</sup> pod marką handlową  
<sup>3</sup> założony  
<sup>4</sup> produkuje szeroki asortyment  
<sup>5</sup> musztardę  
<sup>6</sup> przedsiębiorstwo znajduje się w wiosce  
<sup>7</sup> zachód  
<sup>8</sup> właśnie  
<sup>9</sup> swego czasu  
<sup>10</sup> obecnie marce  
<sup>11</sup> po przyłączeniu  
<sup>12</sup> rozpostarły się  
<sup>13</sup> rozwoju  
<sup>14</sup> przy wsparciu  
<sup>15</sup> został  
<sup>16</sup> wyroby są w pełni certyfikowane  
<sup>17</sup> odpowiadają światowym wymaganiom jakości



*Fotografia 52. Keczup łagodny marki „Torczyn”.*

Źródło: <https://volynholding.biz-gid.ru/products/unit?pid=184392> (dostęp: 07.09.2020).



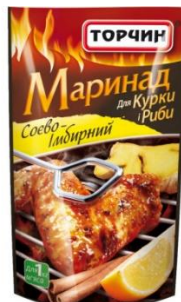
*Fotografia 53. Sos czosnkowy marki „Torczyn”.*

Źródło: <https://produkty24.com.ua/bakaleya-konservyi-zamorozka/bakaleya/sousyi-ketchupyi-pastyi/46380/> (dostęp: 07.09.2020).



*Fotografia 54. Majonez domowy prowansalski marki „Torczyn”.*

Źródło: <https://dnepr.produktoff.com/bakaleya-2/sousy-zapravki-majjonezy-125/majjonez-torchin-domashnijj-50-580g-4820001315929.html> (dostęp: 07.09.2020).



*Fotografia 55. Marynata sojowo-imbrowa do drobiu i ryb marki „Torczyn”.*

Źródło: <https://agusik.com.ua/marinady/20071-torchin-marinad-soevo-imbirnyj-dlya-kuricy-i-ryby-160-g-7613036655835.html> (dostęp: 07.09.2020).

### 3.14. „Czumak”. „Чумак”



Fotografia 56. Logo marki „Чумак”.

Źródło: <https://compania.com.ua/432/kompaniya-chumak> (dostęp: 07.09.2020).

#### Ćwiczenie 18. Przetłumacz podane w nawiasach słowa i zwroty:

Основатели компании «Чумак» – это шведские (przedsiębiorcy) .....  
Шукаючи інвесторів вони знайшли (rozumienie i wsparcie) ..... у  
професора Ханса Раузінга  
W 1996 firma (стала выпускать.....) pierwszy keczup.  
В 1997 году компания стала (dostawcą) ..... для McDonald’s.  
Компанія «Чумак» (połączyła się z) ..... Delta Wilmar.

Когда основатели компании<sup>1</sup> «Чумак», молодые шведские предприниматели<sup>2</sup> Йохан Боден и Карл Стурен, впервые<sup>3</sup> приехали в Украину в 1993 г., им было всего<sup>4</sup> около 20 лет.

Когда же они очутились<sup>5</sup> в Украине, они нашли<sup>6</sup> новые возможности и плацдарм для создания собственной компании<sup>7</sup>. Они объездили всю страну<sup>8</sup>, посетив 32 пищевые фабрики<sup>9</sup>, и, в итоге<sup>10</sup>, выбрали город Каховка в Херсонской области<sup>11</sup>.

В поиске<sup>12</sup> инвесторов они нашли понимание и поддержку<sup>13</sup> у профессора Ханса Раузінга – основателя компании<sup>14</sup> «Тетра Пак», ведущей компании по производству упаковки для продуктов питания<sup>15</sup>.

Постепенно родилась идея<sup>16</sup> названия компании «Чумак». Это название имеет корни<sup>17</sup> в украинской истории и тесно связано<sup>18</sup> с регионом, где расположена сама компания<sup>19</sup>.

Коли засновники компанії «Чумак», молоді шведські підприємці Йохан Боден та Карл Стурен, вперше приїхали до України у 1993 р., їм було всього близько 20 років. Коли вони потрапили до України, то знайшли нові можливості та плацдарм для створення власної компанії.

Шукаючи інвесторів вони знайшли розуміння та підтримку у професора Ханса Раузінга – засновника компанії «Тетра Пак» (компанії-лідера з виробництва пакування для продуктів харчування).

Поступово народилася ідея назви компанії «Чумак». Ця назва має коріння в українській історії та тісно пов’язана із регіоном, де розташована компанія.

- <sup>1</sup> założyciele firmy
- <sup>2</sup> biznesmeni
- <sup>3</sup> po raz pierwszy
- <sup>4</sup> mieli zaledwie
- <sup>5</sup> znaleźli się
- <sup>6</sup> znaleźli
- <sup>7</sup> przyczółek do założenia własnej firmy
- <sup>8</sup> objeżdżali cały kraj
- <sup>9</sup> odwiedzili 32 fabryki spożywcze
- <sup>10</sup> w końcu
- <sup>11</sup> miasto Kachowka w obwodzie chersońskim
- <sup>12</sup> w poszukiwaniu
- <sup>13</sup> odnaleźli rozumienie i wsparcie
- <sup>14</sup> założyciela firmy
- <sup>15</sup> głównego producenta opakowań do żywności
- <sup>16</sup> stopniowo narodził się pomysł
- <sup>17</sup> ma korzenie (źródła)
- <sup>18</sup> jest ściśle związana
- <sup>19</sup> znajduje się sama firma
- <sup>21</sup> z sukcesem lobbowała za wprowadzeniem
- <sup>21</sup> zaczęła produkować
- <sup>22</sup> rok stał się знаmienny w nawiązaniu współpracy
- <sup>23</sup> została pierwszym dostawcą wyrobów

1996 – компанія «Чума́к» успішно пролоббировала введеніє<sup>20</sup> терміна «кетчуп» і стала випускати<sup>21</sup> перший кетчуп в Україні.

1997 – зтог год стал знаменательным в создáнии сотрудничества<sup>22</sup> компанії «Чума́к» с McDonald's: так как она стала першим поставщиком продукції<sup>23</sup> на території СНГ<sup>24</sup>.

К 2000 году компания выросла на 78%. «Чума́к» уже владеет самым большим<sup>25</sup> в Европе полем огурцов.

В 2008 году мощность завода по переработке томатов<sup>26</sup> увеличилась вдвое и составляла<sup>27</sup> уже 2 500 000 кг томатов ежедневно<sup>28</sup>.

В марте 2008 г. инвестиционная компания «Dragon Capital» и компания «East Capital Bering Ukraine Fund» совместно приобретают<sup>29</sup> 70% акций «Чума́к» у одного из её основателей<sup>30</sup> – профессора Ганса Раузинга.

2018 – по рейтингу издания<sup>31</sup> НВ и компании MPP Consulting, «Чума́к» занял 16 место среди самых дорогих брендов страны<sup>32</sup>, поднявшись с<sup>33</sup> 23 места и увеличив свою стоимость<sup>34</sup> на 50%.

2019 – «Чума́к» присоединяется к<sup>35</sup> Delta Wilmar, украинскому филиалу<sup>36</sup> Wilmar International, одной из крупнейших агропромышленных компаний<sup>37</sup> в Азии<sup>XLVII</sup>.

1996 – компанія «Чума́к» успішно пролоббировала введення терміну "кетчуп" та стала виробляти перший кетчуп в Україні.

1997 – цей рік став початком співпраці з компанією McDonald's: «Чума́к» стала її першим постачальником у країнах СНД.

2000 – в цьому ж році, на зламі двох століть, компанія виросла на 78%. «Чума́к» володіє найбільшим в Європі полем огірків.

У 2008 році потужність заводу з переробки томатів виросла вдвічі та склала 2 500 000 кг. томатів на день.

У березні 2008 року інвестиційна компанія «Dragon Capital» та «East Capital Bering Ukraine Fund» разом придбали 70% акцій компанії «Чума́к» у одного з її засновників – професора Ганса Раузинга.

2018 – за рейтингом видання НВ та компанії MPP Consulting, «Чума́к» зайняв 16 сходинку серед найдорожчих брендів країни, піднявшись з 23 місця та збільшивши свою вартість на 50%.

2019 – компанія «Чума́к» стає частиною Delta Wilmar – української філії Wilmar International, однієї з найбільших агропромислових компаній в Азії<sup>XLVIII</sup>.

<sup>24</sup> WNP (Wspólnoty Niepodległych Państw)  
<sup>25</sup> posiada największe  
<sup>26</sup> moc przerobowa pomidorów  
<sup>27</sup> zwiększyła się dwukrotnie i wyniosła  
<sup>28</sup> każdego dnia  
<sup>29</sup> wspólnie nabyły  
<sup>30</sup> od jednego z założycieli  
<sup>31</sup> według rankingu czasopisma  
<sup>32</sup> wśród najdroższych marek w kraju  
<sup>33</sup> przesuując się z  
<sup>34</sup> zwiększając swoją wartość  
<sup>35</sup> połączył się z  
<sup>36</sup> filii  
<sup>37</sup> jedną z największych firm rolno-przemysłowych

## СИЕКА ВОСТКА

**Czumactwo** – zajęcie polegające na lądowym transporcie towarów, istniejące od XV do połowy XIX wieku na terenie obecnej Ukrainy. Nazwa zawodu – „czumak” pochodzi od drewnianej, szczelnej skrzyni (nazywanej „czum”, według innej wersji nazywano tak łyżkę do mierzenia soli), w której transportowano sól i suszone ryby. Alternatywna hipoteza wskazuje, że słowo to może pochodzić od dżumy, którą roznosili wozacy podróżujący od osady do osady. Czumaków nazywano również w XV-XVI wieku „solenikami”, później również „kołomyjcami”.

Oprócz podstawowego towaru, czyli soli wożonej z Krymu, wybrzeży Morza Czarnego i Azowskiego, Galicji, Doniecczyny i Powołża, wożono również suszone ryby, wyroby metalowe i szklane, tytoń, gorzałkę, drewno.

Czumacy wożili towary wozami, zwanymi „maż”, zaprzężonymi w parę lub cztery woły. Para wołów mogła uciągnąć wóz załadowany 60 pudami soli. Używano płowych wołów besarabskich, z długimi rogami.



Wozy poruszały się konwojami, liczącymi do 100 wozów, były dowodzone przez doświadczonego atamana. Czumacy byli zazwyczaj uzbrojeni, w celu obrony wozów i transportowanego towaru. Transporty formowano wczesną wiosną (zwyczajowo wyruszano zawsze w niedzielę), a powracano do domów jesienią.

Czumactwo było najbardziej rozpowszechnionym zajęciem, uczestniczyli w nim również Kozacy, ochraniając transporty, szczególnie przy przeprawach przez Dniepr, oraz nocując i karmiąc przejeżdżających czumaków. Często czumacy zimowali w osiedlach kozackich, szczególnie w Łuhu.

W XVIII wieku stało się największym pozarolniczym zajęciem rolników i Kozaków. Wówczas transportowano na południe głównie zboże, eksportowane za granicę przez porty Morza Czarnego i Azowskiego, oraz skóry, miód, wosk. Z powrotem transportowano sól i suszone ryby.

Posiadali oni wtedy monopol na handel solą, jeszcze w latach 1830-1840 obsługiwali 50-60% handlu solą. Transportowali wtedy 2,5 do 4 mln pudów soli, 600-900 tys. pudów suszonej ryby, 25-40 mln pudów zboża (w sumie około 60-80 mln pudów towaru). Transportowali towary również do Moskwy i innych miast Rosji, na Kaukaz Północny, Białoruś, do Polski i Mołdawii.

Oprócz drobnych czumaków, dysponujących jednym lub dwoma zaprzęgami, w 2 poł. XVIII wieku powstały wielkie przedsiębiorstwa czumackie, posiadające po kilka tysięcy zaprzęgów. Z ich właścicieli powstały pierwsze rodziny ukraińskich przemysłowców. Znaczenie czumactwa stopniowo malało od połowy XIX wieku i całkiem zanikło wraz z rozwojem transportu kolejowego i wodnego. Jednak jeszcze w 1880 roku naliczono 200 000 czumaków<sup>XLIX</sup>.



Fotografia 57. Zasmażka marchewka z cebulką marki „Czumak”.

Źródło: <https://chumak.com/product/465#0> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 58. Sos sojowy cytrusowy marki „Czumak”.

Źródło: <https://chumak.com/product/422#0> (dostęp: 07.09.2020).





Fotografia 59. Sos włoski z przyprawami marki „Czumak”.  
Źródło: <https://chumak.com/product/417#0> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 60. Ketchup łagodny marki „Czumak”.  
Źródło: <https://chumak.com/product/list/52#0> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 61. Majonez Apetyczny „Czumak”.  
Źródło: <https://chumak.com/product/108#0> (dostęp: 07.09.2020).

### 3.15. „АТБ-Market”. „АТБ-Маркет”



Fotografia 62. Logo marki „АТБ-Market”.

Źródło: <https://latifundist.com/kompanii/1283-atb-market> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 63. Jeden ze sklepów „АТБ-Market”.

Źródło: <https://kiev.informator.ua/2020/03/12/kak-budet-rabotat-atb-v-usloviyah-karantina-v-ukraine-ofitsialnoe-zayavlenie-korporatsii/> (dostęp: 07.09.2020).

#### Ćwiczenie 19. Przetłumacz słowa i zwroty:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>українська мова</i>
	дискаунт	
		за оптовими цінами
sieć detaliczna		
sklep		
	работодатель	
		здійснюють покупки

Компанія<sup>1</sup> «АТБ-маркет» була оснóвана<sup>2</sup> в 1993 годóу, когдá магазiны<sup>3</sup> фiрми «Агротехбiзнес» положили начáло становлiнню<sup>4</sup> сiпи дискаунтеров<sup>5</sup> «АТБ». Ужé в 2000-х годáх<sup>6</sup> сеть «АТБ» впервiе<sup>7</sup> в Укрáїне внедряет нóвую систéму сáмообслóживания<sup>8</sup> в формáте «дискаунтер». Дискаунтер – магазiн<sup>9</sup> с ширóким асортимéнтом товáров по оптóвым цéнам<sup>10</sup>.

Компанiя «АТБ-маркет» була заснована в 1993 році, коли магазини фiрми «Агротехбiзнес» поклали початок становленню мережi дискаунтерiв «АТБ». Вже в 2000-х роках мережа «АТБ» вперше в Укрáїні впроваджує нову систему самообслуговування у форматi «дискаунтер». Дискаунтер – магазин з широким асортиментом товарiв за оптовими цiнами.

- <sup>1</sup> firma
- <sup>2</sup> założona
- <sup>3</sup> sklepy
- <sup>4</sup> daty początek
- <sup>5</sup> dyskontu
- <sup>6</sup> latach
- <sup>7</sup> po raz pierwszy
- <sup>8</sup> wdrożyła nowy system samoobsługi
- <sup>9</sup> sklep
- <sup>10</sup> w cenach hurtowych
- <sup>11</sup> w ciągu 25 lat przedsiębiorstwo

За чѣтверть вѣка підприємство<sup>11</sup> вѣросло в крупнѣйшу ю рѳзничну ю сеть нацїонального масштаба<sup>12</sup>. Сегодн я торгѳвая сеть<sup>13</sup> «АТБ» насчитывает бѳлее 1000 магазинѳв<sup>14</sup> в 279 населѣнных пунктах<sup>15</sup> 24 областѣй<sup>16</sup> Украины.

Ежесѳточно<sup>17</sup> в магазинах сети «АТБ» совершают покупки бѳлее<sup>18</sup> 3 млн. украинцев.

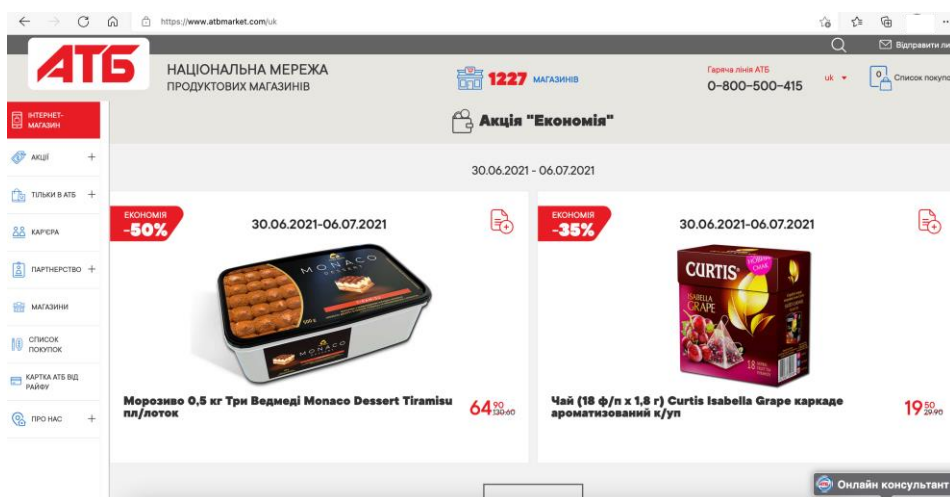
«АТБ-Маркет» является крупнѣйшим работодателем<sup>19</sup>, сегодн я на предприятии работат<sup>20</sup> ѳколо 60 тыс. человек<sup>21</sup>.

За чверть столѣтїя підприємство виросло у найбільшу роздѣбну мережу нацїонального масштабу. Сьогдн я торгївельна мережа «АТБ» налїчує понад 1000 магазинїв в 279 населених пунктах 24 областїй України.

Щодоби в магазинах мережї «АТБ» здїйснюють покупки понад 3 млн. українцїв.

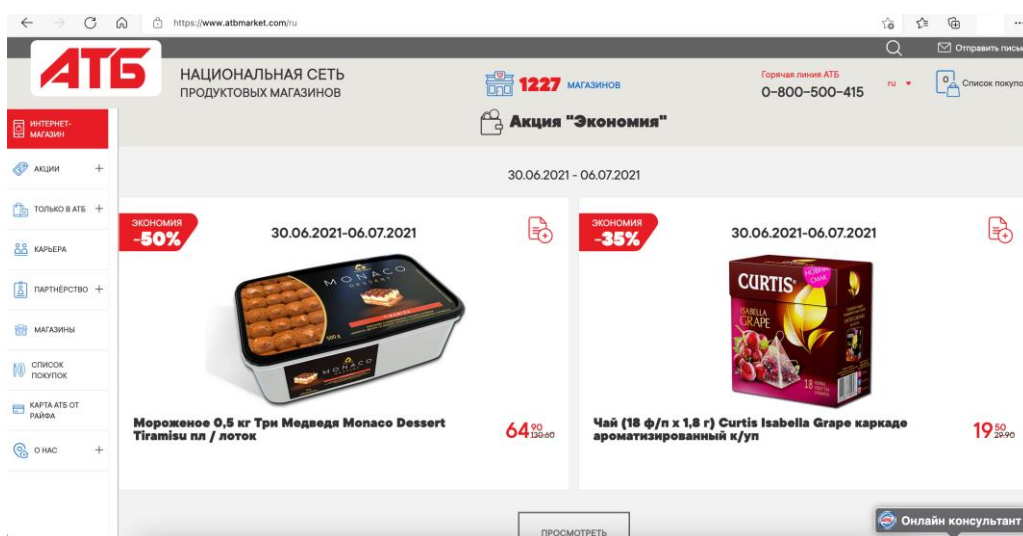
«АТБ-Маркет» є найбільшим роботодавцем, сьогдн я на підприємствї працюють близька 60 тис. чол.<sup>11</sup>.

<sup>12</sup> najwięszą sieć hurtową o skali narodowej  
<sup>13</sup> obecnie sieć handlowa  
<sup>14</sup> liczy ponad 1000 sklepów  
<sup>15</sup> miejscowościach  
<sup>16</sup> obwodach  
<sup>17</sup> każdej doby  
<sup>18</sup> robi zakupy ponad  
<sup>19</sup> jest największym pracodawcą  
<sup>20</sup> obecnie w przedsiębiorstwie pracuje  
<sup>21</sup> osób



Fotografia 64. Strona internetowa „ATB-Market” w języku ukraińskim.

Źródło: <https://www.atbmarket.com/uk> (dostęp: 05.07.2021).



Fotografia 65. Strona internetowa „ATB-Market” w języku rosyjskim.

Źródło: <https://www.atbmarket.com/ru> (dostęp: 05.07.2021).

### 3.16. „Kyivstar”. „Киевстар”. „Київстар”



Fotografia 66. Logo marki „Kyivstar”.

Źródło: <https://poltava.to/news/53527/> (dostęp: 07.09.2020).

#### Ćwiczenie 20. Przeczytaj tekst i dokończ zdania:

Киевстар – это .....  
Свою історію в Україні компанія почала .....  
Киевстар сегодня – это .....  
Київстар входить до складу .....

Київстар – мобільний<sup>1</sup> оператор №1 и один из лучших брендов<sup>2</sup> Украины.

Свою історію в Україні компанія почала<sup>3</sup> ещё в 1994 году, а уже 9 декабря<sup>4</sup> 1997-го в сети Киевстар прозвучал первый звонок<sup>5</sup>.

Київстар сегодня<sup>6</sup> – самый большой<sup>7</sup> оператор телекоммуникаций Украины, который предоставляет услуги связи и передачи данных<sup>8</sup> на основе широкого спектра<sup>9</sup> мобильных и фиксированных<sup>10</sup> технологий, в том числе<sup>11</sup> 4G. Абонентами компании являются более<sup>12</sup> 26 миллионов клиентов мобильной связи и более 1 млн клиентов фиксированного широкополосного интернета<sup>13</sup>.

Київстар входит в состав<sup>14</sup> VEON, одной из самых больших в мире<sup>15</sup> телекоммуникационных компаний, с главным офисом<sup>16</sup> в Нидерландах. Компания работает<sup>17</sup> на рынках СНГ<sup>18</sup>, Европы, Азии, Африки, а её акции находятся в свободном обороте на бирже<sup>19</sup> NASDAQ (Нью-Йорк) и Euronext (Амстердам)<sup>LII</sup>.

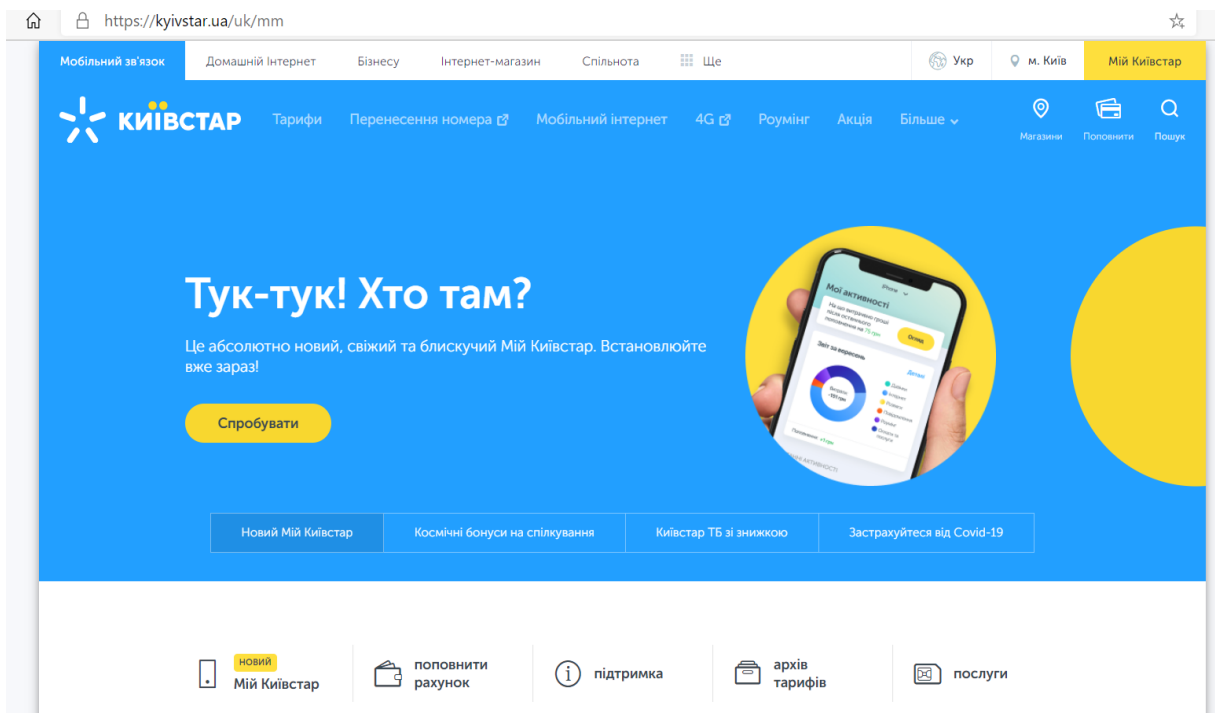
Київстар – мобільний оператор №1 та один з найкращих брендів України

Свою історію в Україні компанія почала ще 1994 року, а вже 9 грудня 1997-го в мережі Київстар пролунав перший дзвінок.

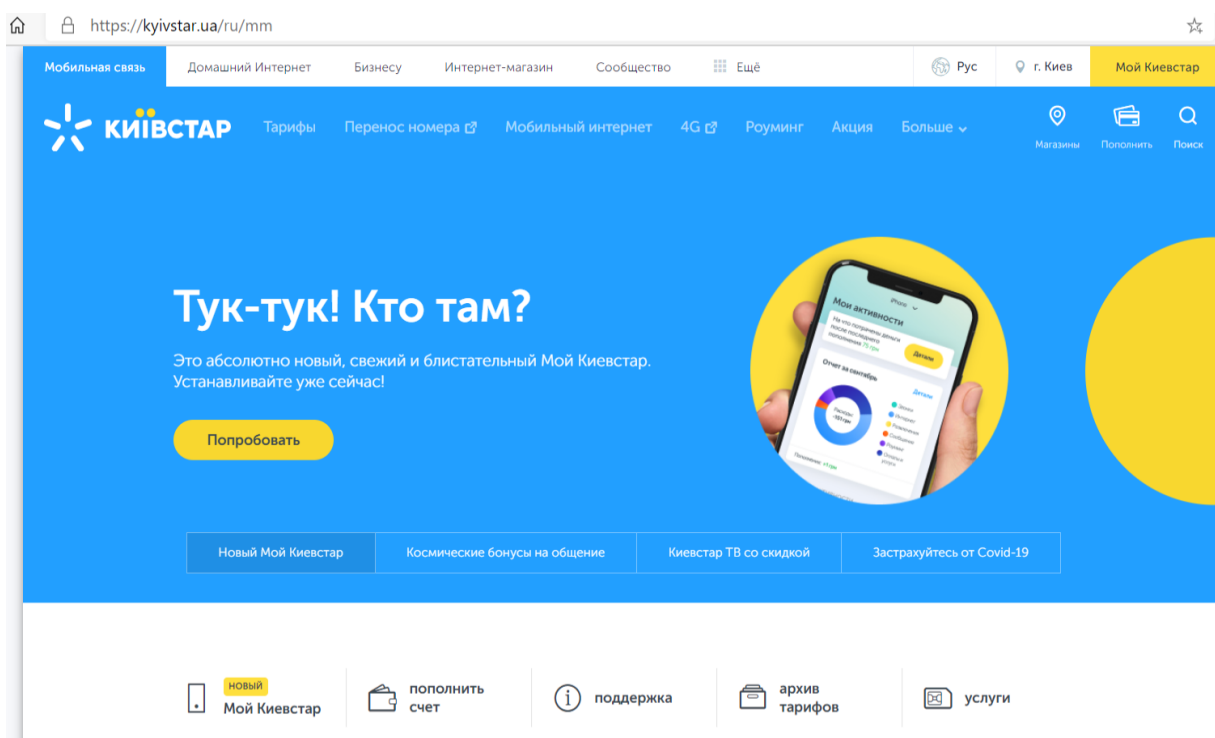
Київстар сьогодні – найбільший оператор телекомунікацій України, який надає послуги зв'язку та передачі даних на основі широкого спектра мобільних і фіксованих технологій, у тому числі 4G. Абонентами компанії є понад 26 млн клієнтів мобільного зв'язку і понад 1 млн клієнтів фіксованого широкопasmового інтернету.

Київстар входить до складу VEON, однієї з найбільших у світі інтегрованих телекомунікаційних компаній, з головним офісом у Нідерландах. Компанія працює на ринках країн СНД, Європи, Азії, Африки, а її акції знаходяться у вільному обігу на біржі NASDAQ (Нью-Йорк) та Euronext (Амстердам)<sup>LIII</sup>.

<sup>1</sup> komórkowy  
<sup>2</sup> jedna z najlepszych marek  
<sup>3</sup> firma zaczęła  
<sup>4</sup> grudnia  
<sup>5</sup> odbyła się pierwsza rozmowa  
<sup>6</sup> obecnie  
<sup>7</sup> największy  
<sup>8</sup> oferuje usługi łącznościowe i przesyłu danych  
<sup>9</sup> na bazie szerokiego spektrum  
<sup>10</sup> stacjonarnych  
<sup>11</sup> w tym  
<sup>12</sup> firmy jest ponad  
<sup>13</sup> szerokopasmowego Internetu stacjonarnego  
<sup>14</sup> wchodzi w skład  
<sup>15</sup> jednej z największych na świecie  
<sup>16</sup> siedzibą  
<sup>17</sup> działa  
<sup>18</sup> WNP (Wspólnoty Niepodległych Państw)  
<sup>19</sup> znajdują się w wolnym obrocie na giełdzie



Fotografia 67. Strona internetowa „Kyivstar” w języku ukraińskim.  
 Źródło: <https://kyivstar.ua/uk/mm> (dostęp: 07.09.2020).



Fotografia 68. Strona internetowa „Kyivstar” w języku rosyjskim.  
 Źródło: <https://kyivstar.ua/ru/mm> (dostęp: 07.09.2020).



### 3.17. „Mr. Scrubber”

# Mr. SCRUBBER

Fotografia 69. Logo marki „Mr. Scrubber”.

Źródło: <https://mrscribber.com/> (dostęp: 08.09.2020).

#### Ćwiczenie 21. Przetłumacz podane w nawiasach słowa:

Свою деятельность компания (rozpoczęła) ..... в 2015 году.

Компания (produkuje) ..... скрабы, маски, шампуни, мыла и гели.

Офіційні представництва (działają) ..... у Молдові, Польщі, Казахстані, Латвії, Румунії, Саудівській Аравії.

Всі засоби (są certyfikowane) ..... в Україні без тестування на тваринах.

**Mr. SCRUBBER** – это компания<sup>1</sup>, которая любит вашу кожу<sup>2</sup>, нежно заботится о её красоте<sup>3</sup> и молодости, неутомимо работает над улучшением состояния вашей кожи<sup>4</sup> и превращает уход в истинное удовольствие<sup>5</sup>.

Свою деятельность мы начали<sup>6</sup> в 2015 году с изготовления кофейных скрабов<sup>7</sup>, и уже сегодня ассортимент продукции насчитывает более<sup>8</sup> 350 позиций.

Наши скрабы, маски, мыла, гели<sup>9</sup>, кремы, шампуни, масла<sup>10</sup> стали любимыми<sup>11</sup> не только для украинцев. Официальные представительства действуют<sup>12</sup> в Молдове, Польше<sup>13</sup>, Казахстане, Латвии<sup>14</sup>, Румынии, Саудовской Аравии<sup>15</sup>.

Все средства сертифицированы<sup>16</sup> в Украине без тестирования на животных<sup>17</sup>, а также прошли нотификацию в Европе.

Вся косметика<sup>18</sup> Mr. SCRUBBER производится<sup>19</sup> в Украине (г. Луцк), имеет санитарно-гигиенические заключения и свидетельства о качестве от производителя<sup>20LIV</sup>.

**Mr. SCRUBBER** – це компанія, яка любить вашу шкіру, ніжно піклується про її красу і молодість, невтомно працює над покращенням стану вашої шкіри і перетворює догляд в істинне задоволення.

Свою діяльність ми почали в 2015 році з виготовлення кавових скрабів, і вже сьогодні асортимент продукції налічує більше 300 позицій.

Наші скраби, маски, мила, гелі, креми, шампуні, олії стали улюбленими не тільки для українців. Офіційні представництва діють у Молдові, Польщі, Казахстані, Латвії, Румунії, Саудівській Аравії.

Всі засоби сертифіковані в Україні без тестування на тваринах, а також пройшли нотифікацію в Європі.

Вся косметика Mr. SCRUBBER виготовляється в Україні (м. Луцьк), має санітарно-гігієнічні висновки і свідоцтва про якість від виробника<sup>LV</sup>.

<sup>1</sup> firma

<sup>2</sup> kocha waszą skórę

<sup>3</sup> troszczy się o jej piękno

<sup>4</sup> niestrudzenie pracuje

nad polepszeniem stanu

waszej skóry

<sup>5</sup> przekształca pielęgnację

w prawdziwą przyjemność

<sup>6</sup> swoją działalność

zaczęliśmy

<sup>7</sup> od wyprodukowania

kawowych peelingów

<sup>8</sup> asortyment wyrobów

liczy ponad

<sup>9</sup> maseczki, mydła, żele

<sup>10</sup> szampony, olejki

<sup>11</sup> stały się ulubionymi

<sup>12</sup> przedstawicielstwa

działają

<sup>13</sup> Mołdawii, Polsce

<sup>14</sup> Łotwie

<sup>15</sup> Arabii Saudyjskiej

<sup>16</sup> wszystkie środki

posiadają certyfikaty

<sup>17</sup> nie są testowane na

zwierzętach

<sup>18</sup> wszystkie kosmetyki

<sup>19</sup> są produkowane










<sup>20</sup> opinie i świadectwa


jakości od producenta





https://mrscrubber.com/ua/

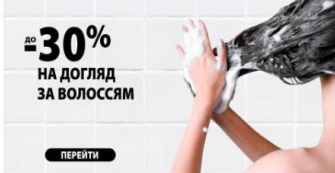
Популярні категорії


 Тіло  
 Акційні набори  
 Обличчя  
 Пов'язки косметичні  
 Ванна  
 Подарункові сертифікати  
 Крем для тіла  
 Сироватка для обличчя  
 Кокосова олія


**ДОГЛЯД ЗА ОБЛИЧЧЯМ**  
**до -30%**  
 ПЕРЕЙТИ


**-20%**  
**НА СКРАБИ**  
 ОБРАТИ СКРАБ


**ДОГЛЯД ДЛЯ ЧОЛОВІКІВ**











**до 30%**  
**НА ДОГЛЯД ЗА ВОЛОССЯМ**  
 ПЕРЕЙТИ



**HAND MADE**  
**ВІД 69 ГРН**  
 ПЕРЕЙТИ


Fotografia 70. Strona internetowa „Mr. Scrubber” w języku ukraińskim.  
 Źródło: <https://mrscrubber.com/ua/> (dostęp: 08.09.2020).


https://mrscrubber.com

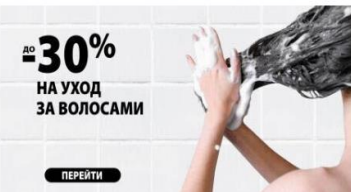
Популярные категории


 Тело  
 Акционные наборы  
 Лицо  
 Повязки косметические  
 Ванная  
 Подарочные сертификаты  
 Крем для тела  
 Сыворотка для лица  
 Кокосовое масло


**УХОД ЗА ЛИЦОМ**  
**до -30%**  
 ПЕРЕЙТИ


**-20%**  
**НА СКРАБЫ**  
 ВЫБРАТЬ СКРАБ


**УХОД ДЛЯ МУЖЧИН**


**до 30%**  
**НА УХОД ЗА ВОЛОСАМИ**  
 ПЕРЕЙТИ


**HAND MADE**  
**ОТ 69 ГРН**  
 ПЕРЕЙТИ

Fotografia 71. Strona internetowa „Mr. Scrubber” w języku rosyjskim.  
 Źródło: <https://mrscrubber.com/> (dostęp: 08.09.2020).



Fotografia 72. Peeling i olejek antycellulitowy „Mr. Scrubber”.  
Źródło: <https://mrscribber.com/antitsellulitnyy-skrab-antitsellulitnoe-maslo/> (dostęp: 08.09.2020).



Fotografia 73. Zestaw marki „Mr. Scrubber”.  
Źródło: <https://mrscribber.com/nabor-magic-unicorn-mr.scribber/> (dostęp: 08.09.2020).

### 3.18. „Uspich”. „Успех”. „Uspix”



Fotografia 74. Logo marki „Uspich”.

Źródło: <https://uspix.ua/> (dostęp: 08.09.2020).

#### Ćwiczenie 22. Przetłumacz podane słowa i zwroty:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>українська мова</i>
	косметика	
		косметичні засоби
założycielka marki		
	уход за кожей	
		склад
posiadać zapach		

Uspix (рус. Успех) – это украинский бренд<sup>1</sup>, который предлагает живую косметику ручной работы<sup>2</sup>. Основан<sup>3</sup> в 2014 году Петрусъ Натальей Фёдоровной.

Косметические средства Uspix изготавливаются основательницей бренда<sup>4</sup>, биохимиком по специальности. В основе этих продуктов<sup>5</sup> – аптекарская рецептура, которая существует уже более<sup>6</sup> 100 лет и сейчас<sup>7</sup> адаптирована под работу с новыми технологиями<sup>8</sup>.

Основную линию продукции<sup>9</sup> Uspix составляют косметические маски с живыми наполнителями<sup>10</sup>.

Живые маски Uspix не только предоставляют необходимый уход за кожей<sup>11</sup>, но и несут оздоравливающий<sup>12</sup> эффект, так как основы масок<sup>13</sup> – это фармацевтические продукты.

В состав средств<sup>14</sup> Uspix не входят эфирные масла<sup>15</sup>, парфюмированные добавки<sup>16</sup>. Маски имеют<sup>17</sup> запах натуральных наполнителей<sup>18</sup> и фармацевтических масел<sup>19</sup>.

Uspix (укр. Успіх) – це український бренд, який пропонує живу косметику ручної роботи. Заснований у 2014 році Петрусъ Наталією Федорівною.

Косметичні засоби Uspix виготовляються засновницею бренда, біохіміком за фахом. В основі цих продуктів – аптекарська рецептура, яка існує вже більше 100 років і зараз адаптована під роботу з новими технологіями.

Основну лінію продукції Uspix складають косметичні маски з живими наповнювачами.

Живі маски Uspix не тільки надають необхідний догляд за шкірою, але і несуть оздоровлюючий ефект, так як основи масок – це фармацевтичні продукти.

До складу засобів Uspix не входять ефірні масла, парфумовані добавки. Маски мають запах натуральних наповнювачів та фармацевтичних масел.

- <sup>1</sup> marka
- <sup>2</sup> oferuje żywe kosmetyki wykonane ręcznie
- <sup>3</sup> założona
- <sup>4</sup> są produkowane przez założycielkę marki
- <sup>5</sup> bazą tych wyrobów
- <sup>6</sup> istnieje już ponad
- <sup>7</sup> obecnie
- <sup>8</sup> została dostosowana do nowych technologii
- <sup>9</sup> główną linię wyrobów
- <sup>10</sup> stanowią maseczki kosmetyczne z żywymi wypełniaczami
- <sup>11</sup> nie tylko pielęgnują skórę
- <sup>12</sup> leczniczy
- <sup>13</sup> bazą maseczki
- <sup>14</sup> w skład środków
- <sup>15</sup> nie wchodzi olejki eteryczne
- <sup>16</sup> dodatki
- <sup>17</sup> mają
- <sup>18</sup> wypełniaczy
- <sup>19</sup> maści

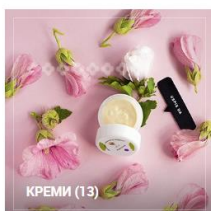


КАТАЛОГ НАТУРАЛЬНОЇ КОСМЕТИКИ USPİX

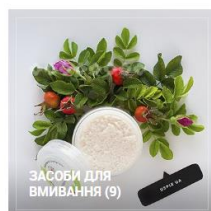
Головна / Продукція



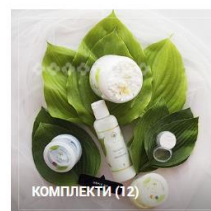
МАСКИ (42)



КРЕМИ (13)



ЗАСОБИ ДЛЯ  
ВМИВАННЯ (9)



КОМПЛЕКТИ (12)

Рекомендовані



СІРИЙ КРЕМ  
95 грн

Допомагає усунути подразнення та різні форми запалення шкіри.



МАСКА ІЗ НАСІННЯ ЛЬОНУ  
140 грн

Сама унікальна маска для вирішення різноманітних



МАСКА ШИПШИНОВА  
165 грн

Зволожуюча маска для всіх типів шкіри. Гарно працює після



МАСКА ІЗ ПШЕНИЦІ  
140 грн

Чудово пом'якшує шкіру та відноситься до категорії масок

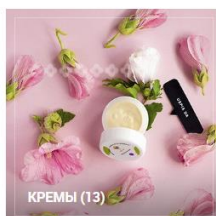
Fotografia 75. Strona internetowa „Uspich” z katalogiem w języku ukraińskim.  
Źródło: <https://uspix.ua/ua/produkcija/> (dostęp: 08.09.2020).

КАТАЛОГ НАТУРАЛЬНОЇ КОСМЕТИКИ USPİX

Главная / Продукция



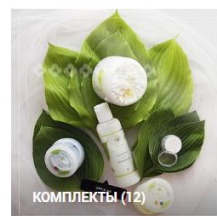
МАСКИ (42)



КРЕМИ (13)



СРЕДСТВА ДЛЯ  
УМЫВАНИЯ (9)



КОМПЛЕКТИ (12)

Рекомендуем



СЕРЫЙ КРЕМ  
95 грн

Помогает устранить раздражение и различные формы воспаления



МАСКА ЛЬНЯНАЯ  
140 грн

Самая уникальная маска для решения разнообразных



МАСКА ИЗ ШИПОВНИКА  
165 грн

Увлажняющая маска для всех типов кожи. Хорошо работает



МАСКА ПШЕНИЧНАЯ  
140 грн

Замечательно смягчает кожу и относится к категории масок

Fotografia 76. Strona internetowa „Uspich” z katalogiem w języku rosyjskim.  
Źródło: <https://uspix.ua/produkcija/> (dostęp: 08.09.2020).



Fotografia 77. Maseczka i mleczko marki „Uspix”.

Źródło: [http://smthaboutyou.blogspot.com/2015/02/uspix\\_19.html](http://smthaboutyou.blogspot.com/2015/02/uspix_19.html) (dostęp: 08.09.2020).



Fotografia 78. Maseczka ogórkowa marki „Uspix”.

Źródło: <https://iruldina.com/uspix-mask-a-iz-ogurcov/> (dostęp: 08.09.2020).

**BIAŁORUSKIE MARKI HANDLOWE.  
БЕЛОРУССКИЕ ТОРГОВЫЕ БРЕНДЫ.  
БЕЛАРУСКІЯ ГАНДЛЁВЫЯ БРЭНДЫ**



## 4. Rejestracja marki handlowej na Białorusi. Регистрация торговой марки в Беларуси. Рэгістрацыя гандлёвай маркі ў Беларусі

**Ćwiczenie 23.** Przeczytaj tekst i opowiedz krótko o procedurze rejestracji marki handlowej na Białorusi.

В этом государстве<sup>1</sup> торговые<sup>2</sup> марки зарегистрировать достаточно просто<sup>3</sup>, поскольку законодательство<sup>4</sup> этой страны максимально близко к привычному<sup>5</sup> российским бизнесменам законодательству Российской Федерации. Осуществляется регистрация<sup>6</sup> торгового знака в несколько этапов<sup>7</sup>:

1. Заявка подаётся<sup>8</sup> в Национальный центр интеллектуальной собственности<sup>9</sup> либо самим владельцем<sup>10</sup> торговой марки, либо юристами<sup>11</sup> специальной компании<sup>12</sup>;

2. Предварительная<sup>13</sup> экспертиза сотрудниками<sup>14</sup> национального центра Республики Беларусь проводится в течение<sup>15</sup> двух дней с целью допущения торговой марки к полноценной экспертизе или же отказа от последующей<sup>16</sup> регистрации; на этом этапе контролируется оплата пошлины<sup>17</sup> и правильность заполнения<sup>18</sup> документов;

3. Экспертиза заявленного обозначения<sup>19</sup> является основным этапом проверки<sup>20</sup>, который может затянуться<sup>21</sup> надолго, но после истечения<sup>22</sup> шести месяцев с момента начала рассмотрения заявки<sup>23</sup> можно оформить ходатайство<sup>24</sup> о проведении срочной<sup>25</sup> экспертизы, в таком случае срок<sup>26</sup> регистрации сократится<sup>27</sup> с трёх лет до одного года;

4. После проведения<sup>28</sup> экспертизы Национальный центр делает окончательное решение<sup>29</sup>, заключающееся или в выдаче подтверждающего<sup>30</sup> регистрацию свидетельства<sup>31</sup>, или же в отказе<sup>32</sup>, который в последующем можно обжаловать в течение<sup>33</sup> трёх месяцев после оглашения результатов<sup>34</sup>.

Как и в других странах<sup>35</sup> регистрация ТМ<sup>36</sup> в Республике Беларусь действует<sup>37</sup> десять лет после выдачи свидетельства<sup>38</sup>, в последующем этот срок можно продлить<sup>39</sup> без дополнительных<sup>40</sup> экспертиз, а лишь с повторной уплатой<sup>41</sup> специально предусмотренной пошлины<sup>42</sup>.

В таком случае<sup>43</sup> торговый знак остаётся зарегистрированным в специально подготовленном государственном реестре страны<sup>44</sup>LVIII.

<sup>1</sup> w tym państwie

<sup>2</sup> handlowe

<sup>3</sup> dość łatwo

<sup>4</sup> ponieważ prawodawstwo

<sup>5</sup> do znanego

<sup>6</sup> rejestracja odbywa się

<sup>7</sup> w kilku etapach

<sup>8</sup> wniosek składa się

<sup>9</sup> Narodowego Centrum Własności

Intelektualnej

<sup>10</sup> albo przez samego właściciela

<sup>11</sup> albo przez prawników

<sup>12</sup> firmy

<sup>13</sup> wstępna

<sup>14</sup> przez pracowników

<sup>15</sup> odbywa się w ciągu

<sup>16</sup> lub odmowy kolejnej

<sup>17</sup> zapłata opłaty skarbowej

<sup>18</sup> prawidłowość wypełnienia

<sup>19</sup> zgłoszonego oznaczenia

<sup>20</sup> jest głównym etapem kontroli

<sup>21</sup> przeciągać się

<sup>22</sup> ale po upływie

<sup>23</sup> od chwili rozpoczęcia

rozpatrywania wniosku

<sup>24</sup> sporządzić wniosek

<sup>25</sup> o dokonanie pilnej

<sup>26</sup> w takim przypadku okres

<sup>27</sup> skraca się

<sup>28</sup> po przeprowadzeniu

<sup>29</sup> podejmuje ostateczną decyzję

<sup>30</sup> polegającą albo na wydaniu

potwierdzającego

<sup>31</sup> zaświadczenia

<sup>32</sup> albo o odmowie

<sup>33</sup> którą potem można zaskarżyć w ciągu

<sup>34</sup> wyników

<sup>35</sup> innych krajach

<sup>36</sup> торговой марки – marki handlowej

<sup>37</sup> jest ważna

<sup>38</sup> po wydaniu zaświadczenia

<sup>39</sup> potem ten okres można przedłużyć

<sup>40</sup> dodatkowych

<sup>41</sup> powtórnie płacąc

<sup>42</sup> przewidzianą opłatę skarbową

<sup>43</sup> w takim przypadku

<sup>44</sup> przygotowanym rejestrze

państwowym kraju

## 5. Najpopularniejsze białoruskie marki handlowe. Самые популярные белорусские торговые бренды. Самыя папулярныя беларускія гандлёвыя брэнды

Ćwiczenie 24. Przeczytaj tekst i opowiedz, z jakich marek słynie Białoruś.

Красочная<sup>1</sup>, безопасная<sup>2</sup> и одна из самых чистых стран<sup>3</sup> Европы – Беларусь – является основателем известных мировых брендов<sup>4</sup>, которые ежедневно<sup>5</sup> можно увидеть, как в сфере лёгкой промышленности<sup>6</sup>, так даже в мире современных<sup>7</sup> IT-технологий. Белорусские бренды высоко ценятся за качество<sup>8</sup> и практичность, а также оригинальность и утончённость вкуса<sup>9LIX</sup>.

Бренды Беларуси – продукция<sup>10</sup>, известная далеко за пределами страны<sup>11</sup>. Это и косметика, и одежда, и обувь<sup>12</sup>, и галантерея, и часы<sup>13</sup>, и ювелирные изделия<sup>14</sup>, и многие другие товары<sup>15</sup> белорусского производства<sup>16</sup>, с которыми мы сталкиваемся каждый день<sup>17</sup>, не задумываясь<sup>18</sup> о том, как они ценятся за границей<sup>19LIX</sup>.

- <sup>1</sup> barwna
- <sup>2</sup> bezpieczna
- <sup>3</sup> jeden z najczystszych krajów
- <sup>4</sup> jest miejscem, gdzie powstały najslawniejsze światowe marki
- <sup>5</sup> codziennie
- <sup>6</sup> przemysłu lekkiego
- <sup>7</sup> jak i w świecie nowoczesnych
- <sup>8</sup> są cenione za jakość
- <sup>9</sup> wytworny gust
- <sup>10</sup> wyroby
- <sup>11</sup> znane daleko poza granicami kraju
- <sup>12</sup> odzież, obuwie
- <sup>13</sup> zegarki
- <sup>14</sup> wyroby jubilerskie
- <sup>15</sup> wiele innych towarów
- <sup>16</sup> produkcji
- <sup>17</sup> z którymi stykamy się każdego dnia
- <sup>18</sup> nie zastanawiając się
- <sup>19</sup> jak są cenione za granicą



Fotografia 79. Logo najpopularniejszych białoruskich marek handlowych.  
Źródło: <https://vetliva.ru/blog/beloruskie-brendy/> (dostęp: 08.09.2020).

## 5.1. „World of Tanks”. „Мир танков”. „Свет танкаў”



Fotografia 80. Logo gry „World of Tanks”.

Źródło: <https://www.3ona51.com/ru/news/2013/06/the-store-is-open-3ona51-brand-area-world-of-tanks/> (dostęp: 08.09.2020).

**Ćwiczenie 25.** Przeczytaj tekst i odpowiedz na pytania w języku rosyjskim i białoruskim:

1. Kto założył markę „World of Tanks”?
2. Kim byli bracia Strugaccy?
3. Jak powstają kolejne serie „World of Tanks”?

**World of Tanks** – масовая многопользовательская онлайн-игра<sup>1</sup>, посвящённая бронированным машинам середины<sup>2</sup> XX века – завоевала миллионы поклонников во всём мире<sup>3</sup>.

Проект „Мир танков” создан минской студией<sup>4</sup> „Гейм Стрим” – резидентом белорусского **Парка высóких технолóгий**<sup>5</sup> и одним из главных центров разработки компании<sup>6</sup> „Wargaming”.

Всемирно известная компания<sup>7</sup> „Wargaming” – крупнейший разработчик и издатель<sup>8</sup> онлайн-игр – основана<sup>9</sup> в 1998 году. Президент компании<sup>10</sup> „Wargaming” и главный соучредитель<sup>11</sup> – Виктор Кислый.

В 2007 году компания выпустила игру по мотивам<sup>12</sup> повести **братьев Стругацких** – „**Обитаемый остров: Послесловие**”<sup>13</sup> („Galactic Assault: Prisoner of Power”).

В 2008 г. компания испытала силы в новом жанре<sup>14</sup>, выпустив стратегию в реальном времени<sup>15</sup> „Операция „Багратион”, действие<sup>16</sup>

**World of Tanks** – масавая многакарыстальніцкая online-гульня, прысвечаная броніраваным машынам сярэдзіны XX стагоддзя – заваявала паклоннікаў ва ўсім свеце.

Праект „Свет танкаў” створаны мінскай студыяй „Гейм Стрым” – рэзідэнтам Парку высокіх тэхналогій і адным з галоўных цэнтраў распрацоўкі кампаніі „Wargaming”.

Сусветна вядомая кампанія „Wargaming” – буйнейшы распрацоўшчык і выдавец online-гульняў – заснавана ў 1998 годзе. Прэзідэнт кампаніі „Wargaming” і галоўны сузаснавальнік – Віктар Кіслы.

У 2007 годзе кампанія выпусціла гульню паводле матываў аповесці братоў Стругацкіх – „Населены востраў: Пасляслоўе” („Galactic Assault: Prisoner of Power”).

У 2008 годзе кампанія выпрабавала сілы ў новым жанры, выпусціўшы стратэгію ў рэальным часе „Аперацыя

<sup>1</sup> online gra dla wielu graczy

<sup>2</sup> wozom bojowym z połowy

<sup>3</sup> zdobyła miliony wielbicieli na całym świecie

<sup>4</sup> został stworzony przez studio z Mińska

<sup>5</sup> białoruski Park

Wysokich Technologii

<sup>6</sup> jeden z najważniejszych

ośrodków

programowania firmy

<sup>7</sup> znana na całym świecie

firma

<sup>8</sup> największy programista

i wydawca

<sup>9</sup> założona

<sup>10</sup> prezes firmy

<sup>11</sup> współzałożyciel

<sup>12</sup> na motywach

<sup>13</sup> „Przenicowany świat: Epilog”

<sup>14</sup> spróbowała swoich sił

w nowym gatunku

<sup>15</sup> w realnym czasie

<sup>16</sup> akcja

<sup>17</sup> toczy się

<sup>18</sup> obecnie

<sup>19</sup> jak to możliwe najbardziej

dokładnie i prawdziwie

<sup>20</sup> przekazujące

wydarzenia II wojny

światowej

котóрой прoисхóдит<sup>17</sup> на белору́сской землѣ лѣтом 1944 года. Сего́дня<sup>18</sup> в игрэ, как мóжно бóлее тóчно и достoвѣрно<sup>19</sup> переда́ющей собы́тия Второ́й миро́вой война́<sup>20</sup>, прису́тствует бóлее<sup>21</sup> 480 боев́ых маш́ин из СССР, Герма́нии, США, Кита́я<sup>22</sup>, Фра́нции, Великобри́тании, Япо́нии, Чехослова́кии, Шве́ции и Пóльши<sup>23</sup>. Разрабóтчики<sup>24</sup> „Ми́ра та́нков” консу́льтиру́ются с извѣстными исто́риками<sup>25</sup>, при создáнии<sup>26</sup> моде́лей учи́тывают мельча́йшие<sup>27</sup> дета́ли констру́кции боево́й тѣхники<sup>28</sup>, архитекту́ру зда́ний<sup>29</sup> и ру́ины бомбе́жек<sup>30</sup> воссозда́ют по кинофо́тодокумента́м<sup>31</sup> из архíвов и музе́ев<sup>32</sup>LXI.

"Баграціён", дзеянне якой адбываецца на беларускай зямлі летам 1944 года. Сёння ў гульні, якая вельмі дакладна і праўдзіва перадае падзеі Другой сусветнай вайны, прысутнічае больш як 480 баявых машын з СССР, Германіі, ЗША, Кітая, Францыі, Вялікабрытаніі, Японіі, Чэхаславакіі, Швецыі і Польшчы. Распрацоўшчыкі „Свету танкаў” кансультуюцца з вядомымі гісторыкамі, пры стварэнні мадэлей улічваюць самыя дробныя дэталі канструкцыі баявой тэхнікі, архітэктур будынкаў і руіны бамбэжак удакладняюць па кінафотадакументах з архіваў і музеяў<sup>LXII</sup>.

<sup>21</sup> jest obecne  
<sup>22</sup> ZSRR, Niemiec, USA, Chin  
<sup>23</sup> Polski  
<sup>24</sup> programiści  
<sup>25</sup> konsultują się ze znanymi historykami  
<sup>26</sup> przy tworzeniu  
<sup>27</sup> uwzględniają najdrobniejsze  
<sup>28</sup> sprzętu bojowego  
<sup>29</sup> budynków  
<sup>30</sup> bombardowań  
<sup>31</sup> odtwarzają na podstawie dokumentacji fotograficznej i filmowej  
<sup>32</sup> muzeów

## СІЕКАВОСТКА

**Belarus Hi-Tech Park (HTP)** to system podatkowo-prawny na Białorusi, przyczyniający się do korzystnego rozwoju biznesu IT. **To białoruski odpowiednik Doliny Krzemowej w USA.** Białoruś HTP działa na zasadzie eksterytorialności. Zarejestrowane w nim firmy mogą korzystać ze wszystkich oferowanych korzyści niezależnie od lokalizacji ich białoruskiego biura. Na dzień 30 października 2018 roku w HTP było zarejestrowanych 388 firm będących rezydentami, zatrudniających ponad 30 000 pracowników. Mieszkańcy Parku są zwolnieni z większości podatków, w tym podatku dochodowego. Łączny eksport usług mieszkańców HTP w 2019 roku przekroczył 2 mld dolarów. W styczniu 2020 roku HTP zarejestrowało 758 firm zatrudniających łącznie ponad 58 tys. pracowników. W kwietniu 2020 roku w Parku było 818 firm, które łącznie zatrudniały ponad 61 tys. pracowników. W lipcu 2020 roku liczba mieszkańców Parku wzrosła o 71 firm. W październiku 2020 roku rezydentami Hi-Tech Parku zostały kolejne 83 firmy. Tym samym w październiku 2020 roku liczba mieszkańców Parku wynosi 969 firm, które zatrudniają ponad 65 tys. specjalistów. Hi-Tech Park to organizacja w kraju, która ma prawo do systematycznego udzielania ulg podatkowych. Firmy będące rezydentami cieszą się ważnym wsparciem rządowym: są zwolnione z większości podatków, w tym podatku od wartości dodanej i podatku dochodowego. Ponadto pracownicy spółek będących rezydentami korzystają z 30% obniżki podatku dochodowego od osób fizycznych w porównaniu z innymi sektorami gospodarki. Wysoko wykwalifikowani specjaliści zwiększają konkurencyjność Białoruskiego HTP na rynkach zagranicznych. Uczestniczą w projektach informatycznych o dowolnej złożoności, począwszy od analizy systemów i doradztwa, a skończywszy na projektowaniu i tworzeniu złożonych systemów. Białoruscy specjaliści szkolą się w prestiżowych międzynarodowych ośrodkach edukacyjnych, takich jak IBM, Microsoft, SAP, Lotus, Sun, Novell. Kolejną zaletą białoruskich programistów jest to, że posiadają również głęboką wiedzę z zakresu matematyki, fizyki i innych nauk. HTP aktywnie angażuje się we wspieranie edukacji informatycznej i innowacyjnej przedsiębiorczości. Obecnie firmy będące rezydentami HTP obsługują ok. 80 wspólnych laboratoriów na białoruskich uczelniach technicznych. Przy udziale mieszkańców HTP powstało Centrum Edukacyjne Parku Hi-Tech, którego celem jest reedukacja osób dorosłych, chcących rozpocząć karierę w branży IT, a także szkolenia dla pracowników firm IT chcących poszerzać swoją wiedzę i umiejętności. W 2016 roku przeszkolono tam 1629 osób, z czego 340 znalazło pracę w firmach HTP. W ramach Centrum Edukacyjnego działa również iTeen Academy dla dzieci w wieku 6-15 lat.

Terytorium Hi-Tech Parku znajduje się w pobliżu głównych arterii stolicy: centralnej alei, obwodnicy Mińska, drogi do Międzynarodowego Portu Lotniczego (odległość do lotniska 40 km) oraz trasy Berlin-Mińsk-Moskwa linia kolejowa. Pomimo eksterytorialnej zasady rejestracji firm będących rezydentami, zgodnie z dekretem nr 12, HTP zajmuje ok. 50 ha terenu pod budowę infrastruktury fizycznej. Zgodnie z ogólnym planem zagospodarowania, Hi-Tech Park powinien stać się ucieleśnieniem idei miasta high-tech, którego mieszkańcy mieszkają, pracują i odpoczywają w komfortowych warunkach. W strefie badawczo-produkcyjnej znajdzie się zespół budynków naukowo-produkcyjnych dla mieszkańców HTP. Osiedle mieszkaniowe składa się już z kilku kilkupiętrowych budynków, a także przedszkola i szkoły podstawowej nr 31. W strefie biznesowo-edukacyjnej znajduje się centrum biznesowe, biura firm informatycznych, schronisko dla studentów IT hotel. W ogólnodostępnej strefie sportowej znajdują się wielofunkcyjne hale sportowe, basen, sauna, siłownia, ścieżka zdrowia, restauracja, kawiarnia oraz ośrodek zdrowia. Kolejne oddziały HTP zostaną otwarte w regionalnych centrach kraju<sup>LXIII</sup>.





Fotografia 81. Arkadij i Boris Strugaccy.

Źródło: <https://statekglupcow.pl/tag/arkadij-i-borys-strugaccy/> (dostęp: 11.11.2020).

#### CIEKAWOSTKA

**Arkadij Natanowicz Strugacki** (Аркадий Натанович Стругацкий 1925-1991) i **Boris Natanowicz Strugacki** (Борис Натанович Стругацкий, 1933-2012) – rosyjscy pisarze science fiction, bracia, piszący wspólnie, krytycy fantastyki.

Braci Strugackich zalicza się do klasyków światowej fantastyki. Zdobyli ogromną popularność zarówno w swej ojczyźnie, jak i poza jej granicami.

Ogromna większość utworów, które wyszły spod piór braci Strugackich, jest ich wspólnym dziełem. Na pracy literackiej skupili się oni w końcu lat 50., oficjalne uznanie – łączące się z możliwością druku w prestiżowych pismach literackich, czy też tworzenia scenariuszy do filmów na podstawie swych utworów – zdobyli dopiero na przełomie lat 70. i 80.

Twórczość Strugackich pod wieloma względami wyróżniała się na tle całości literatury fantastycznej powstającej w ZSRR. Bohaterowie tworzeni przez nich byli ludźmi z krwi i kości, z wszelkimi ludzkimi słabościami, wątpliwościami, lękami. Kosmos przedstawiony przez nich jest dla człowieka zagadką, próby jego poznawania to nie spektakularne, pełne sukcesów misje – droga do odkrycia choć skrawka prawdy o świecie gwiazd jest dla człowieka trudna, niebezpieczna i nie sposób poruszać się po niej szybko.

W swej prozie Strugaccy stawiają stopniowo coraz więcej pytań, m.in. o dobro i zło, naturę człowieka, granice ludzkiego poznania, tak w zakresie wiedzy o otaczającym świecie, jak i samowiedzy. Poruszają problemy etyki, odpowiedzialności władzy, kierunku rozwoju świata. Kreślone przez nich wizje, początkowo tchnące optymizmem, stają się coraz bardziej złożone, niepokojące, pozbawione prostych rozwiązań i niedopuszczające jednoznacznych interpretacji<sup>LXIV</sup>.

W styczniu 1958 roku w czasopiśmie „Technika – młodzież” opublikowano pierwsze wspólne dzieło braci – opowiadanie science fiction *Z zewnątrz*, później przerobione na tytułową powieść. W 1959 roku opublikowano pierwszą książkę Strugackich – powieść *W krainie purpurowych obłoków*. Projekt był gotowy w 1957 roku, ale przeszkody redakcyjne opóźniły publikację. Kontynuacje związane z tą historią przez popularnych bohaterów – *Lot na Amalteę* (1960), *Stażyci* (1962) położyły podwaliny pod wielotomowy cykl prac o przyszłym świecie południa, w którym autorzy chcieliby żyć. Pierwsze książki Strugackich odpowiadały wymogom realizmu socjalistycznego. Charakterystyczną cechą tych książek w porównaniu z próbami ówczesnej sowieckiej fantastyki naukowej byli „nieschematyczni” bohaterowie (intelektualiści, humaniści oddani badaniom naukowym i moralna odpowiedzialność wobec ludzkości), oryginalne i odważne fantastyczne idee dotyczące rozwoju nauki i technologii. Dzieła Strugackich pisane były bardzo artystycznie, z humorem, bohaterowie wyróżniają się indywidualizacją języka. Organicznie zbiegły się one z okresem „odwilży” w kraju i odzwierciedlają ówczesną wiarę w lepszą przyszłość i stały postęp w publicznych relacjach. Książką programową tego okresu była powieść *Południe, XXII wiek* (1962), która wielkimi pociągnięciami przedstawiła fascynującą perspektywę przyszłości ludzkości, której przedstawicielami są bystrzy, inteligentni ludzie, zapaleni badacze kosmosu, poszukiwacze, osobowości twórcze. Strugaccy napisali również takie powieści, jak *Przenicowany świat* (1969), *Koniec eksperymentu "Arka"* (1971), *Ekspedycja do piekła* (1974). Cenzura zwróciła szczególną uwagę na te prace (przygotowując *Przenicowany świat* do publikacji w pierwszych zebranych pracach w 1991 roku, autorzy musieli przywrócić ponad 900 zmian dokonanych w tekście zgodnie z wymogami cenzury). Historia *Piknik na skraju drogi* (1972), po 8 latach pierwszej publikacji w czasopiśmie, nie została opublikowana z różnych powodów, a dopiero w 1980 roku pojawiła się na krótkiej liście *Niezapowiedzianych spotkań*. „*Piknik na skraju drogi*” stał się inspiracją filmu Andrieja Tarkowskiego „*Stalker*” (Strugaccy byli współautorami scenariusza). Po prawdziwej katastrofie w Czarnobylu, kilka lat później studio GSC Game World, wzorując się na książce braci Strugackich, *Pikniku na skraju drogi*, rozpoczęło tworzenie gry, którą okazał się S.T.A.L.K.E.R.: Cień Czarnobyla. Podobnie w oparciu o *Trudno być bogiem* powstała gra oraz film o tym samym tytule<sup>LXV</sup>.)



## CIEKAWOSTKA

Akcja powieści *Przenicowany świat* zaczyna się w momencie, gdy statek Maksyma Rościśławskiego, młodego pracownika Grupy Otwartego Zwiadu, zostaje zniszczony na nieznanej planecie. Poziom promieniowania jest nadzwyczaj wysoki, a cały świat wydaje się powoli oddawać entropii. Chłopak nie popada jednak w panikę, a wręcz przeciwnie, wyobraża sobie w roli Robinsona Crusoe – to właśnie ze względu na możliwość przeżycia przygody wybrał taką pracę, a nie inną.

Główny bohater szybko dowiaduje się, że nieznana planeta jest zamieszkała przez, pomimo pewnych nieznacznych różnic w wyglądzie, ludzi. Na czele państwa, gdzie zostaje zaprowadzony Maksym, stoją Nieznani Ojcowie, wysoko postawieni wojskowi, którym udało się wyrwać władzę z rąk niegodziwych finansistów i wprowadzić system totalitarny. Sytuacja jest napięta – trwa nieustanna wojna z Imperium Chontyjskim, Wyspiarzami i mutantami zamieszkującymi pustynie na południu. Co więcej, okazuje się, że oprócz zagrożeń zewnętrznych, tubylcy muszą mierzyć się też z *wyrodkami* – ludźmi nienawidzącymi wszystkiego i wszystkich.

Dopiero po jakimś czasie Maksym zauważa, że ze światem stworzonym przez Nieznanych Ojców coś jest nie tak. Jako młody idealista bez zastanowienia postanawia uwolnić ciemniżonych mieszkańców. Co z tego wyniknie? O tym będziecie musieli się przekonać sami.

Bohaterowie powieści braci Strugackich wielokrotnie używają przekleństwa *massaraksz*, znaczącego ni mniej ni więcej *przenicowany świat*, a zatem świat zniekształcony, tendencyjny. Większość mieszkańców planety woli poddać się władzy Nieznanych Ojców, obdarzając ich niemal boską mocą, niż zmierzyć się z rzeczywistością. Sądzę jednak, że wspomniane zniekształcenie nie dotyczy tylko ich. Buntownicy są źle zorganizowani i poświęcają życie bez żadnego planu, a Ziemiańskie, chociaż dowiadujemy się o nich stosunkowo niewiele, wydają się być znudzoną, cywilizacją, w której podróże kosmiczne i poszerzanie wiedzy o Wszechświecie to zajęcie dla młodzieży, która nie umie robić niczego pożytecznego. Strugaccy zwracają uwagę na fakt, że człowiek desperacko szukający czegoś, w co może uwierzyć, nawet wbrew bijącym w oczy faktom, to idealna ofiara dla manipulatorów (tutaj Nieznanych Ojców). Wieże sygnałowe i codzienne komunikaty przedstawione w powieści bardzo łatwo skojarzyć z mediami, które bardzo często przy pomocy nawet najbardziej prymitywnych środków starają się włączyć ludności najgorsze brednie, pod przykrywką prawdy.

*Przenicowany świat* można potraktować też jako przestrożę przed fanatyzmem i ślepym podążaniem za ideami. Doskonałym przykładem na to jest tutaj sam główny bohater. Po kilku pierwszych rozdziałach czytelnik ma wrażenie, że Maksym bardziej przypomina Supermana niż zwykłego człowieka – potrafi wyczuwać promieniowanie, jego rany goją się z ogromną prędkością, a przeczytanie książki naukowej i przyswojenie sobie wiedzy w niej zawartej zajmuje mu kilka minut. Chociaż trudno odmówić mu dobrych intencji w kwestii obalenia Nieznanych Ojców, to właśnie tutaj można zauważyć niedojrzałość tego bohatera. Maksym chce wyzwolić mieszkańców nieznanej planety, ale nie oferuje nic ponadto – wbrew temu co uważa, działa podobnie jak niewolnicy, bez racjonalnego, długofalowego planu<sup>LXVI</sup>.

## 5.2. „BelAZ”. „БелАЗ”



Fotografia 82. Logo marki „BelAZ”.

Źródło: <https://gpfk.ru/spectehnika/belaz/> (dostęp: 08.09.2020).

### Ćwiczenie 26. Przetłumacz słowa i zwroty:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>беларуская мова</i>
	самосвал	
przemysł górniczy		будаўнічая прамысловасць
	грузоподъёмность	
sprzęt		

ОАО «БЕЛАЗ» – управляющая компания<sup>1</sup> холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ» – крупнейший мировой производитель<sup>2</sup> карьерных самосвалов<sup>3</sup> и транспортного оборудования<sup>4</sup> для горнодобывающей и строительной промышленности<sup>5</sup>:

– 30% мирового<sup>6</sup> рынка карьерных самосвалов особо большой грузоподъёмности<sup>7</sup> принадлежат компании<sup>8</sup>.

– >80 стран мира<sup>9</sup> составляет география поставок техники<sup>10</sup>.

– 450 тонн грузоподъёмность самого большого в мире карьерного самосвала<sup>11</sup> БЕЛАЗ-75710.

– >550 модификаций карьерной техники разработано для работы<sup>12</sup> в разных климатических условиях<sup>13</sup>.

ААТ «БЕЛАЗ» – кіруючая кампанія холдынгу «БЕЛАЗ-ХОЛДЫНГ» – буйнейшы сусветны вытворца кар’ерных самазвалаў і транспартнага абсталявання для горназдабываючай і будаўнічай прамысловасці:

– 30% сусветнага рынку кар’ерных самазвалаў асабліва вялікай грузапад’ёмнасці належыць кампаніі.

– >80 краін свету складае геаграфія паставак тэхнікі.

– 450 тон грузапад’ёмнасць самага вялікага ў свеце кар’ернага самазвала БЕЛАЗ-75710.

– >550 мадыфікацый кар’ернай тэхнікі распрацавана для работы ў розных кліматычных умовах<sup>13</sup>.

<sup>1</sup> firma zarządzająca

<sup>2</sup> największy światowy producent

<sup>3</sup> wywrotek

<sup>4</sup> sprzętu

<sup>5</sup> przemysłu górniczego i budowlanego

<sup>6</sup> światowego

<sup>7</sup> dużej nośności

<sup>8</sup> należy do firmy

<sup>9</sup> krajów na świecie

<sup>10</sup> stanowi geografii dostaw sprzętu

<sup>11</sup> największej na świecie

wywrotki

<sup>12</sup> opracowano do działania

<sup>13</sup> warunkach



*Fotografia 83.* Wywrotka „BelAZ-75710”.

Źródło: <https://chudo.tech/2019/08/21/kak-delayut-samyj-bolshoj-samosval-reportazh/> (dostęp: 08.09.2020).



*Fotografia 84.* Koparko-ładowarka „BelAZ MoAZ-4035”

Źródło: <http://belaz.by/products/products-belaz/machines-for-underground-work/machine-loading-and-delivering-a-series-of-moaz-4035/> (dostęp: 08.09.2020).



*Fotografia 85.* Holownik samolotów „BelAZ-7427”.

Źródło: <http://belaz.by/products/products-belaz/special-purpose-machines/aircraft%20tug-series-belaz-7427/> (dostęp: 08.09.2020).

### 5.3. „Fancy”



Fotografia 86. Logo marki „Fancy”.

Źródło: <https://www.ozon.ru/brand/fancy-7015169/> (dostęp: 09.09.2020).

#### Ćwiczenie 27. Przeczytaj tekst i dokończ zdania:

„Dream Makers” продаёт свои игрушки в

.....

„Fancy” – это бренд

.....

В состав бренда „Fancy” входят такие игрушки, как:

.....

Группа компаний<sup>1</sup> „Dream Makers” имеет свои производственные мощности<sup>2</sup> в России, Украине, Беларуси, а также более<sup>3</sup> 30 торговых предприятий<sup>4</sup> в России, Беларуси, Украине, Польше<sup>5</sup>, Болгарии, Латвии<sup>6</sup>, Литве, Великобритании<sup>7</sup> и других странах<sup>8</sup>.

Портфель включает бренды<sup>9</sup>: „Mommy Love”, „Dream Makers”, „Fancy”, „Genio Kids”, „Bubbleland”, „Миссия”, „Big Motors”, „Just Cool”, „Little you”, „Hit imagination”.

Группа компаний „Dream Makers” также является лицензиатом брендов<sup>10</sup> „Nickelodeon”, „The Simpsons”, „Союзмультфильм”, „Adventure time”, „Летающие звери” и дистрибьютором „Hasbro”<sup>LXIX</sup>.

„Fancy” – это бренд с 20-летней историей, завоевавший популярность во многих странах<sup>11</sup>. Игрушки<sup>12</sup> „Fancy” всегда улыбаются<sup>13</sup>. Добрые и весёлые, задорные<sup>14</sup> и смешные, они принесут в дом атмосферу вечного праздника<sup>15</sup>.

Бренд „Fancy” включает в себя следующие<sup>16</sup> коллекции: детские мягкие игрушки<sup>17</sup>, яркие сумочки<sup>18</sup>, весёлые красочные шапки<sup>19</sup>, классические медведи<sup>20</sup>, подарочные и событийные<sup>21</sup> коллекции, интерьерные<sup>22</sup> мягкие игрушки, подушки и брелоки<sup>LXX</sup>.

<sup>1</sup> firm

<sup>2</sup> posiada zakłady produkcyjne

<sup>3</sup> ponad

<sup>4</sup> przedsiębiorstw

handlowych

<sup>5</sup> Polsce

<sup>6</sup> Łotwie

<sup>7</sup> Wielkiej Brytanii

<sup>8</sup> innych krajach

<sup>9</sup> zawiera marki

<sup>10</sup> jest licencjobiorcą marek

<sup>11</sup> zdobył popularność

w wielu krajach

<sup>12</sup> zabawki

<sup>13</sup> są zawsze uśmiechnięte

<sup>14</sup> zabawki

<sup>15</sup> wiecznego święta

<sup>16</sup> zawiera następujące

<sup>17</sup> pluszaki

<sup>18</sup> jaskrawe torebeczki

<sup>19</sup> kolorowe czapki

<sup>20</sup> niedźwiedzie

<sup>21</sup> na prezent i związane

z wydarzeniami

<sup>22</sup> do wnętrza





*Fotografia 87. Zabawki marki „Fancy”.*

Źródło: [https://aif.by/vybor/proizvoditel\\_igrushek\\_fancy\\_rasskazal\\_kak\\_opredelit\\_kachestvennoe\\_izdelie](https://aif.by/vybor/proizvoditel_igrushek_fancy_rasskazal_kak_opredelit_kachestvennoe_izdelie) (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 88. Zabawki marki „Fancy Mimiki”.*

Źródło: <https://irecommend.ru/content/mimik-sobachka-s-blestyashchimi-glazkami-vsego-za-305r-igrushki-ot-fancy> (dostęp: 09.09.2020).



## 5.4. „Polesie”. „Полесье”



Fotografia 89. Logo marki „Polesie”.

Źródło: <https://www.polesie-toys.com/> (dostęp: 15.11.2020).

### Ćwiczenie 28. Przetłumacz podane w nawiasach słowa:

„Полесье” – это (producent) ..... пластмассовых игрушек.

В 2001 году компания была реорганизована в (spółkę joint venture)

..... с участием иностранного инвестора.

Бренду „Полесье” (ufaja) ..... родители в более чем 70 странах.

Фабрика „Полесье” более<sup>1</sup> 20 лет известна, как производитель<sup>2</sup> высококачественных пластмассовых игрушек<sup>3</sup>. История предприятия начинает свой отсчёт с<sup>4</sup> 1998 года. В небольшом старинном полесском городе<sup>5</sup> Кобрине на арендованной площадке<sup>6</sup> в 200 квадратных метров<sup>7</sup> коллектив из десяти человек<sup>8</sup> выдал первую продукцию<sup>9</sup> – пирамидки.

Поступательно, из года в год<sup>10</sup>, предприятие прирастало<sup>11</sup>, увеличивались производственные площади<sup>12</sup>, совершенствовалась<sup>13</sup> технология, рос<sup>14</sup> ассортимент выпускаемой продукции<sup>15</sup>.

С<sup>16</sup> 2001 года „Полесье” реорганизуется в **совместное предприятие** с участием иностранного инвестора<sup>17</sup>.

Сегодня<sup>18</sup> „Полесье” – торговая марка<sup>19</sup>, которой папы и мамы более чем в<sup>20</sup> 70 странах мира<sup>21</sup> доверяют самое дорогое – своих детей<sup>22</sup>.

Предприятие осуществляет выпуск продукции под торговыми марками<sup>23</sup> «Полесье», «Wader Quality Toys», «Molto», «Palau», «Coloma Y Pastor»<sup>LXXI</sup>.

<sup>1</sup> ponad

<sup>2</sup> jest znana jako producent

<sup>3</sup> wysokiej jakości zabawek plastikowych

<sup>4</sup> historia przedsiębiorstwa rozpoczęła się w

<sup>5</sup> w niewielkim starym miasteczku na Polesiu

<sup>6</sup> w wynajętym pomieszczeniu o powierzchni

<sup>7</sup> metrów kwadratowych

<sup>8</sup> grupa dziesięciu osób

<sup>9</sup> wyprodukowała pierwszy wyrób

<sup>10</sup> stopniowo, z roku na rok

<sup>11</sup> przedsiębiorstwo rozrastało się

<sup>12</sup> zwiększały się powierzchnie produkcyjne

<sup>13</sup> udoskonalano

<sup>14</sup> rozrastał się

<sup>15</sup> produkowanych wyrobów

<sup>16</sup> od

<sup>17</sup> zreorganizowano w spółkę joint venture

z udziałem zagranicznego inwestora

<sup>18</sup> obecnie

<sup>19</sup> marka handlowa

<sup>20</sup> której ojcowie i mamy w ponad

<sup>21</sup> krajach na świecie

<sup>22</sup> powierzają to, co mają najcenniejsze –

swoje dzieci

<sup>23</sup> przedsiębiorstwo prowadzi produkcję pod

markami

### СІЕКАВОСТКА

**Joint venture** jest to podmiot utworzony wspólnie przez dwa lub więcej niezależne przedsiębiorstwa w celu realizacji określonego projektu lub wspólnego celu. Współdziałowcy joint venture wnoszą kapitał zakładowy, jak również dzielą między siebie zyski i koszty z prowadzonej wspólnie działalności, których warunki wcześniej są zapisane w umowie powołującej joint venture.

Jednak nie w każdym przypadku joint venture jest osobno powołaną spółką. Niekiedy może to być jedynie bardzo bliska współpraca dwóch podmiotów, które przeznaczyły kapitał na daną wspólnie realizowaną działalność. Następnie podmioty te rozliczają się, dzieląc koszty i przychody zgodnie z umową zawartą w momencie powstania joint venture, ale nie tworzą oddzielnego podmiotu gospodarczego.

Spółki typu joint venture przynoszą wiele korzyści. Celami tworzenia przedsięwzięcia typu joint venture są: uzyskanie dostępu do nowych rynków, poszerzenie posiadanych rynków zbytu, efekt synergii, dywersyfikacja ryzyka, uzyskanie efektów skali, zapewnienie dostępu do tańszych źródeł zaopatrzenia, wspólne opracowanie i wymianę technologii, a także pokonanie barier celnych i administracyjnych utworzonych przez kraj jednego z partnerów.

Spółki joint venture dzielą się na narodowe (pochodzące z tego samego kraju), zagraniczne (z różnych krajów, ale bez udziału przedsiębiorstwa w kraju przyjmującym), międzynarodowe (pochodzące z różnych krajów wraz z przedsiębiorstwem w kraju przyjmującym) oraz mieszane (zagraniczne podmioty wraz z rządem kraju przyjmującego)<sup>LXXII</sup>.



*Fotografia 90.* Samochodzik „Super Car” marki „Polesie”.

Źródło: [https://www.polesie-toys.pl/catalog/jejazdiki/samochyudjejazdik\\_supercar\\_nr6\\_z\\_sygnalem\\_djiwiemkowym\\_czerwony/](https://www.polesie-toys.pl/catalog/jejazdiki/samochyudjejazdik_supercar_nr6_z_sygnalem_djiwiemkowym_czerwony/) (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 91.* Rowerek trójkołowy „Maluch” marki „Polesie”.

Źródło: [https://www.polesie-toys.com/catalog/seriya\\_malyish/velosiped\\_3h\\_kolyosnyiii\\_malyish/](https://www.polesie-toys.com/catalog/seriya_malyish/velosiped_3h_kolyosnyiii_malyish/) (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 92.* Lalka „Bobas zabawny” marki „Polesie”.

Źródło: [https://www.polesie-toys.com/catalog/kuklyipolese/pups\\_zabavnyiii\\_35\\_sm\\_s\\_soskoiiv\\_pakete/](https://www.polesie-toys.com/catalog/kuklyipolese/pups_zabavnyiii_35_sm_s_soskoiiv_pakete/) (dostęp: 15.11.2020).

## 5.5. „Conte Élégant”



Fotografia 93. Logo marki „Conte Élégant”.

Źródło: <https://conte.by/conte-elegant-about/> (dostęp: 09.09.2020).

**Ćwiczenie 29.** Przeczytaj tekst i odpowiedz na pytania:

1. Kiedy została założona firma „Conte Spa”?
2. Jakie towary są produkowane pod marką „Conte”?
3. Jakie towary są produkowane pod marką „Conte Elegant”?

Компанія<sup>1</sup> „Конте Спа” была основана<sup>2</sup> в 1997 году в г. Гродно, когда рынок только начинал своё развитие<sup>3</sup>. 20 лет неустанный развития<sup>4</sup> и эффективной работы вывели<sup>5</sup> „Конте Спа” на позицию лидера в производстве<sup>6</sup> одежды, белья, чулочно-носочных изделий<sup>7</sup> в Восточной Европе<sup>8</sup>LXXIII.

Торговая марка<sup>9</sup> „Conte” представлена<sup>10</sup> широким ассортиментом классических, фантазийных, тёплых, корректирующих колготок, чулок, носков<sup>11</sup>, а также брюк<sup>12</sup>, леггинсов, комбинезонов, купальников<sup>13</sup>.

Кроме того<sup>14</sup>, компания „Конте Спа” выпустила под брендом<sup>15</sup> „Conte elegant” линейку яркого трикотажа<sup>16</sup>: платья<sup>17</sup>, туники, футболки<sup>18</sup> и джемперы объединяют<sup>19</sup> максимальный комфорт и трендовый<sup>20</sup>, европейский характер<sup>LXXIV</sup>.

<sup>1</sup> firma

<sup>2</sup> była założona

<sup>3</sup> zaczynał się dopiero rozwój gospodarki rynkowej

<sup>4</sup> rozwoju

<sup>5</sup> efektywnej pracy wyprowadziły

<sup>6</sup> w produkcji

<sup>7</sup> odzieży, bielizny, skarpet i pończoch

<sup>8</sup> Europie Wschodniej

<sup>9</sup> marka handlowa

<sup>10</sup> jest reprezentowana

<sup>11</sup> rajtuz, pończoch, skarpet

<sup>12</sup> spodni

<sup>13</sup> strojów kąpielowych

<sup>14</sup> oprócz tego

<sup>15</sup> wyprodukowała pod marką

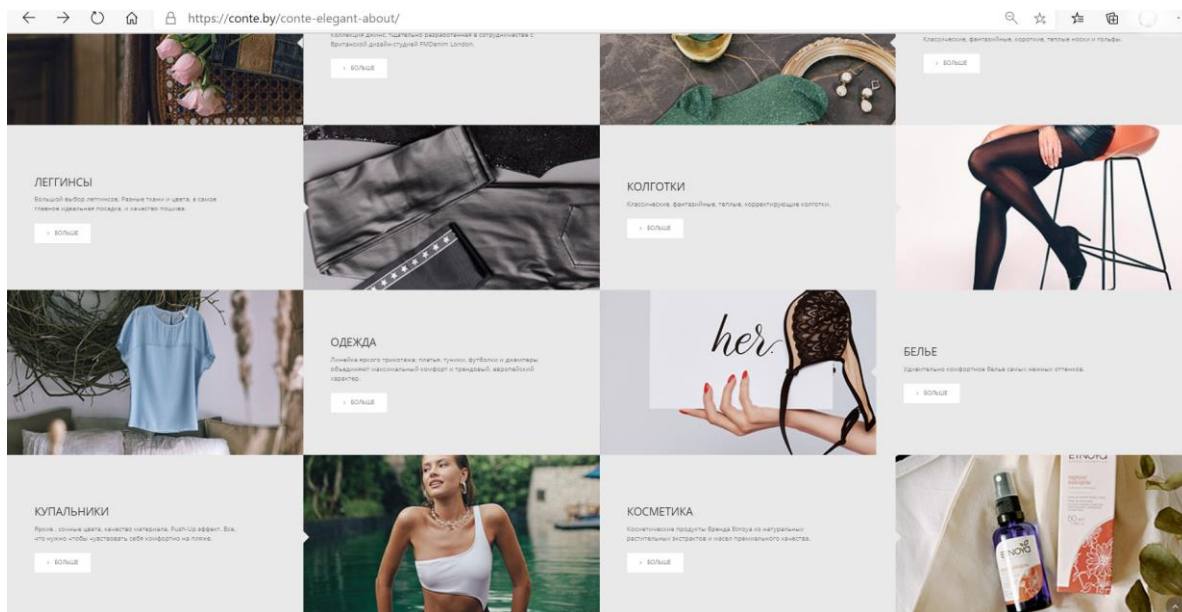
<sup>16</sup> jaskrawych wyrobów dziewiarskich

<sup>17</sup> sukienki

<sup>18</sup> podkoszulki

<sup>19</sup> swetry łączą

<sup>20</sup> zgodny z trendem



Fotografia 94. Strona internetowa z ofertą marki „Conte Éléphant”.  
 Źródło: <https://conte.by/conte-elegant-about/> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 95. Jeden z salonów firmowych „Conte Éléphant” w Mińsku.  
 Źródło: [https://yandex.ru/maps/org/conte\\_elegant/140639408336/gallery/?l=27.476978%2C53.858301&photos%5Bbusiness%5D=140639408336&photos%5Bid%5D=um%3Ayandex%3Asprav%3Aphoto%3AIAwecBLaBuCkIXTXJXU8iuoU1zhaRH&z=18](https://yandex.ru/maps/org/conte_elegant/140639408336/gallery/?l=27.476978%2C53.858301&photos%5Bbusiness%5D=140639408336&photos%5Bid%5D=um%3Ayandex%3Asprav%3Aphoto%3AIAwecBLaBuCkIXTXJXU8iuoU1zhaRH&z=18) (dostęp: 09.09.2020).

## 5.6. „Santa Bremor”. „Санта Бремор”



Fotografia 96. Logo marki „Santa Bremor”.

Źródło: <https://www.santabremor.com/brands/> (dostęp: 09.09.2020).

**Ćwiczenie 30.** Dopisz słowa we właściwej formie:

„Санта Бремор” производит (красная рыба) .....,  
(икра) ....., (морепродукты) ....., (вода)  
....., (напитки) .....  
Компания была (основать) ..... в 1998 (год) .....

„Санта Бремор” – стратегический бизнес-юнит<sup>1</sup> группы компаний<sup>2</sup> „Санта”, один из крупнейших производителей<sup>3</sup> продуктов питания<sup>4</sup> в Европе.

Компания начинала свою работу<sup>5</sup> в 1998 году, с переработки сельди<sup>6</sup>. Сегодня выпускает более<sup>7</sup> 1000 наименований продуктов питания<sup>8</sup> в 13 категориях: сельдь<sup>9</sup>, красная рыба<sup>10</sup>, икра<sup>10</sup> натуральная, икра мойвы в соусе<sup>11</sup>, морепродукты<sup>12</sup>, сурими, консервы, салаты<sup>13</sup>, водоросли<sup>14</sup>, полуфабрикаты<sup>15</sup>, мороженое<sup>16</sup>, вода и напитки<sup>17</sup>. Продукция предприятия реализуется<sup>18</sup> в 37 странах мира<sup>19LXXV</sup>.

<sup>1</sup> podmiot biznesowy

<sup>2</sup> firm

<sup>3</sup> jeden z największych producentów

<sup>4</sup> żywności

<sup>5</sup> rozpoczęła swoją działalność

<sup>6</sup> od przetwórstwa śledzi

<sup>7</sup> produkuje ponad

<sup>8</sup> rodzajów żywności

<sup>9</sup> śledzie

<sup>10</sup> kawior

<sup>11</sup> gromadnika w sosie

<sup>12</sup> owoce morza

<sup>13</sup> sałatki

<sup>14</sup> glony

<sup>15</sup> półfabrykaty

<sup>16</sup> lody

<sup>17</sup> napoje

<sup>18</sup> wyroby przedsiębiorstwa są sprzedawane

<sup>19</sup> krajach na świecie





*Fotografia 97. Śledź tradycyjny w oleju marki „Santa Bremor”.*

Źródło: <https://www.santabremor.com/products/seldi/file-seldi-santa-bremor-traditsionnoe-v-masle/> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 98. Pstrąg podwędzany marki „Santa Bremor”.*

Źródło: <https://www.santabremor.com/products/krasnaya-ryba/forel-podkopchennaya-file-lomtiki/> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 99. Mieszanka owoców morza klasyczna w oleju marki „Santa Bremor”.*

Źródło: <https://www.santabremor.com/products/moreprodukty/kokteyl-iz-moreproduktov-v-rastitelnom-masle-klassik/> (dostęp: 09.09.2020).

## 5.7. „Sawuszkin”. „Савушкин”



Fotografia 100. Logo marki „Sawuszkin”.

Źródło: <https://www.savushkin.by/> (dostęp: 09.09.2020).

### Ćwiczenie 31. Przetłumacz słowa i zwroty:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>беларуская мова</i>
	производитель	
preferencje konsumenckie		
		прадпрыемства
	молочные продукты	
		рэйтынг
domowy smak		

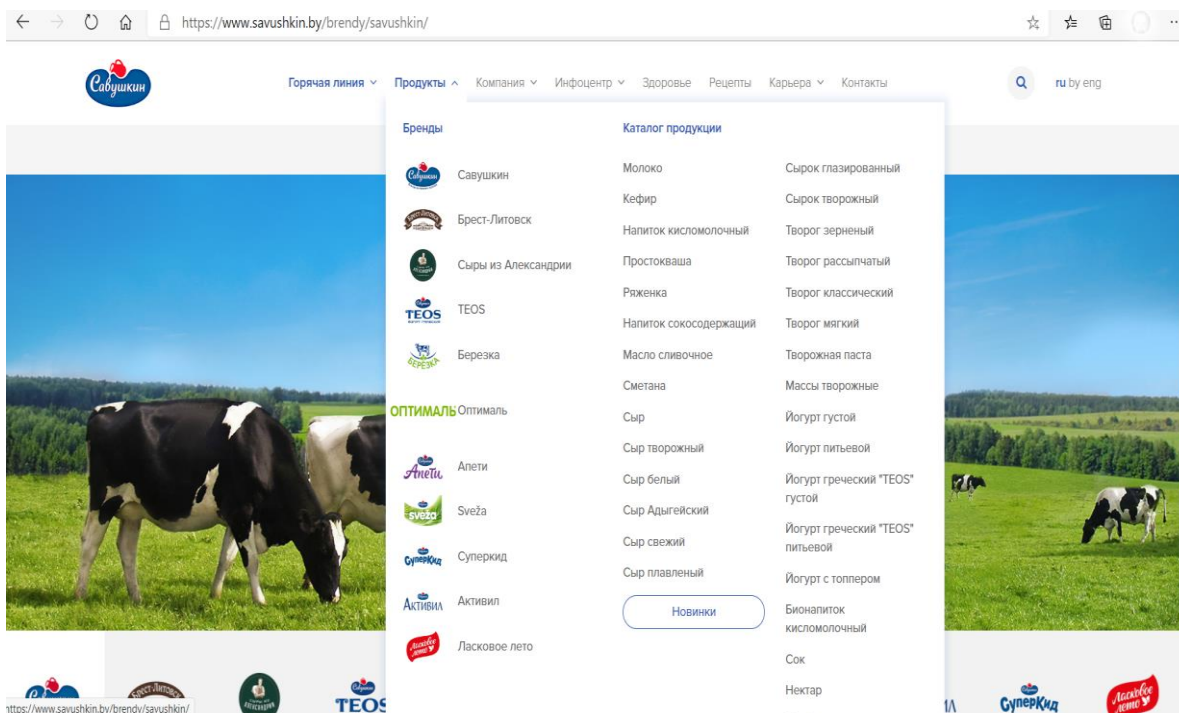
ОАО „Савушкин продукт” – лидер молочной отрасли<sup>1</sup> Республики Беларусь, один из крупнейших производителей<sup>2</sup> натуральной молочной продукции<sup>3</sup> Восточноевропейского<sup>4</sup> региона. Компания не только возглавляет рейтинг<sup>5</sup> эффективно работающих предприятий<sup>6</sup> пищевой отрасли страны<sup>7</sup>, но и вот уже более<sup>8</sup> 18-ти лет является<sup>9</sup> фаворитом потребительских предпочтений белорусов<sup>10</sup>. А продукция компании<sup>11</sup> получает признание на международном уровне<sup>12</sup> и высшие награды<sup>13</sup> в таких авторитетных конкурсах<sup>14</sup>, как Superior Taste Award (Бельгия)<sup>LXXVI</sup>.

„Савушкин” – это серия натуральных молочных продуктов<sup>15</sup>, в которой соединены<sup>16</sup> натуральность, хорошо знакомый «домашний» вкус<sup>17</sup>, лучшие традиции прошлого и современные технологии<sup>18</sup>LXXVII.

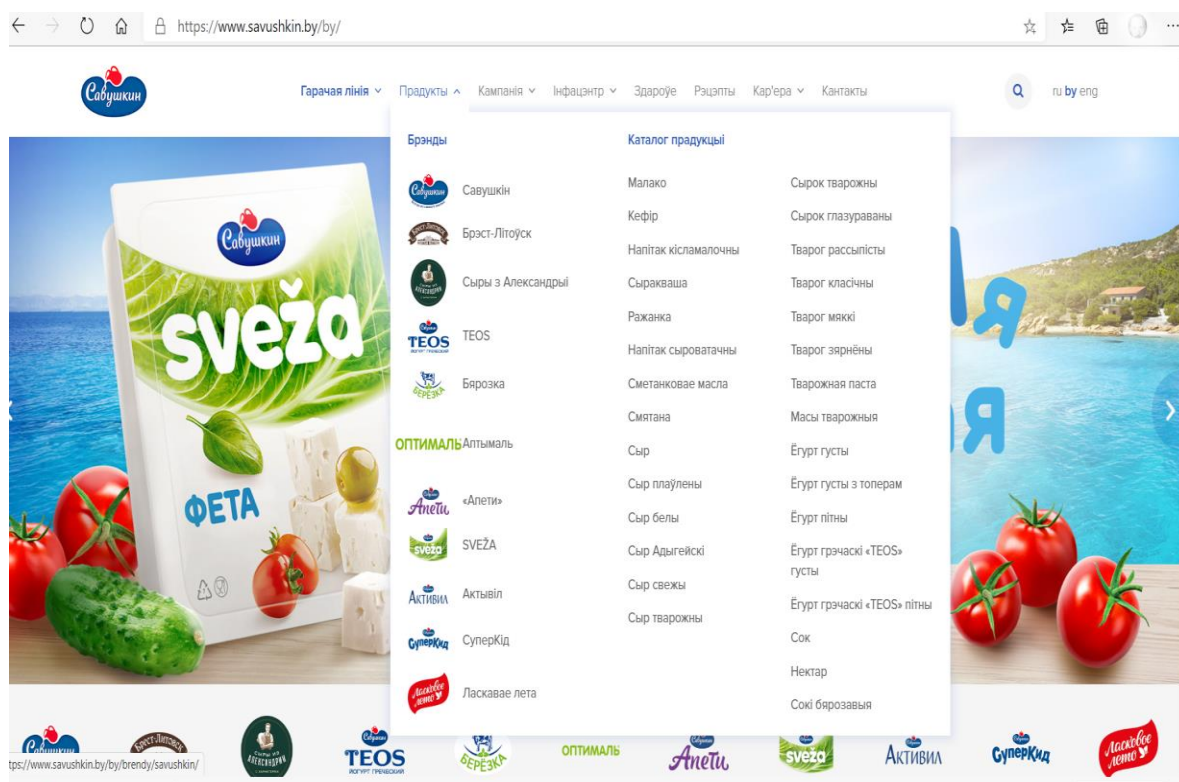
ААТ „Савушкин продукт” – лідар малочнай галіны Рэспублікі Беларусь, адзін з буйнейшых вытворцаў натуральнай малочнай прадукцыі Ўсходне-Еўрапейскага рэгіёну. Кампанія не толькі ўзначальвае рэйтынг эфектыўна працуючых прадпрыемстваў харчовай галіны краіны, але і вось ужо звыш 18-ці гадоў з’яўляецца фаварытам спажывецкіх пераваг беларусаў. А прадукцыя кампаніі атрымлівае прызнанне на міжнародным узроўні ў такіх аўтарытэтных конкурсах, як Superior Taste Award, Бельгія<sup>LXXVIII</sup>.

„Савушкін” – гэта серыя натуральных малочных прадуктаў, у якой спалучаюцца ў нязменным выглядзе натуральнасць, добра знаёмы «хатні» смак, найлепшыя традыцыі мінулага і сучасныя тэхналогіі<sup>LXXIX</sup>.

<sup>1</sup> branży mleczarskiej  
<sup>2</sup> jeden z największych producentów  
<sup>3</sup> wyrobów mlecznych  
<sup>4</sup> Europy Wschodniej  
<sup>5</sup> firma nie tylko stoi na czele rankingu  
<sup>6</sup> działających przedsiębiorstw  
<sup>7</sup> branży spożywczej kraju  
<sup>8</sup> ale już ponad  
<sup>9</sup> jest  
<sup>10</sup> preferencji konsumenckich Białorusinów  
<sup>11</sup> wyroby firmy  
<sup>12</sup> zdobywają uznanie na poziomie międzynarodowym  
<sup>13</sup> najwyższe nagrody  
<sup>14</sup> w prestiżowych konkursach  
<sup>15</sup> wyrobów mlecznych  
<sup>16</sup> połączone są  
<sup>17</sup> dobrze znany „domowy” smak  
<sup>18</sup> najlepsze tradycje przeszłości i nowoczesne technologie



Fotografia 101. Strona internetowa firmy „Sawuszkin” z markami i ofertą w języku rosyjskim.  
 Źródło: <https://www.savushkin.by/brendy/savushkin/> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 102. Strona internetowa z markami i ofertą firmy „Sawuszkin” w języku ukraińskim.  
 Źródło: <https://www.savushkin.by/by/> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 103.* Mleko 1,5% marki „Sawuszkin”.

Źródło: <https://www.savushkin.by/brendy/savushkin/?id=17&index=0> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 104.* Śmietana 20% marki „Sawuszkin”.

Źródło: <https://rost.produktoff.com/molochnye-produkty-syry-yajjca-6/smetana-slivki-60/smetana-20-savushkin-produkt-180-gr-66569799.html> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 105.* Jogurt truskawkowy marki „Sawuszkin”.

Źródło: <https://www.perekrestok.ru/catalog/moloko-syr-yaytsa/yogurty-i-deserty/sav-yog-fr-nap-klub-2-120g--431058> (dostęp: 09.09.2020).



## 5.8. „Babuszkin krynka”. „Бабушкіна крынка”



Fotografia 106. Logo marki „Babuszkin krynka”.

Źródło: <https://vk.com/babushkinakrynka> (dostęp: 15.11.2020).

**Ćwiczenie 32.** Przeczytaj tekst i odpowiedz na pytania po rosyjsku i po białorusku:

1. Kiedy została założona firma Mohylewski Kombinat Mleczarski?
2. Kiedy firma zmieniła nazwę na „Babuszkin krynka”?
3. Co produkuje się pod marką „Babuszkin krynka”?

Могилёвский молочный комбинат (ММК) был построен для переработки сырья (молока)<sup>1</sup> в регионе и производства основных видов продукции<sup>2</sup> (1979).

Решением Могилёвского облисполкома<sup>3</sup> № 5-12 ОАО «Могилёвский молочный комбинат» было переименовано в открытое акционерное общество<sup>4</sup> «Бабушкіна крынка» (2006)<sup>LXXX</sup>.

Компания сегодня<sup>5</sup>: лидер по объёмам перерабатываемого сырья<sup>6</sup>, самый дорогой бренд молочной промышленности<sup>7</sup>, компания<sup>8</sup>, использующая в производстве<sup>9</sup> только натуральное экологически чистое сырьё<sup>10</sup>, ассортиментный ряд, насчитывающий более<sup>11</sup> 250 наименований<sup>12</sup> молочной продукции<sup>LXXXI</sup>.

Магілёўскі малочны камбінат (ММК) быў пабудаваны для перапрацоўкі сыравіны (малака) у рэгіёне і вытворчасці асноўных відаў прадукцыі (1979). Рашэннем Магілёўскага аблвыканкама № 5-12 ААТ «Магілёўскі малочны камбінат» была перайменавана ў адкрытае акцыянернае таварыства «Бабушкіна крынка» (2006)<sup>LXXXII</sup>.

Кампанія сёння – лідэр па аб'ёмах перапрацоўваемай сыравіны, самы дарагі брэнд малочнай прамысловасці, кампанія, якая выкарыстоўвае ў вытворчасці толькі натуральную экалагічна чыстаю сыравіну, асартыментны шэраг, які налічвае больш за 250 найменняў малочнай прадукцыі<sup>LXXXIII</sup>.

<sup>1</sup> wybudowano do przetworzenia surowców (mleka)  
<sup>2</sup> i do produkowania głównych rodzajów wyrobów  
<sup>3</sup> decyzją Mohylewskiego Obwodowego Komitetu Wykonawczego  
<sup>4</sup> przekształcony w spółkę akcyjną jawną  
<sup>5</sup> obecnie  
<sup>6</sup> pod względem ilości przetwarzanych surowców  
<sup>7</sup> najdroższa marka przemysłu mlecznego  
<sup>8</sup> firma  
<sup>9</sup> wykorzystująca w produkcji  
<sup>10</sup> ekologiczne surowce  
<sup>11</sup> asortyment liczy ponad  
<sup>12</sup> rodzajów





*Fotografia 107.* Mleko pasteryzowane 1,5% marki „Babuszkinia krynka”.

Źródło: <http://babushkina.by/ru/catalog/item/moloko-pitevoe-sterilizovannoe-linejka-babushkina-krynka> (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 108.* Śmietana 20% marki „Babuszkinia krynka”.

Źródło: <http://babushkina.by/ru/catalog/item/smetana-babushkina-krynka-zhirnost-20> (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 109.* Ser „Holenderski nowy” 45% marki „Babuszkinia krynka”.

Źródło: <http://babushkina.by/ru/catalog/item/syr-gollandskij-novyj-zhirnost-45> (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 110.* Masło śmietankowe „Elitarne” 84% marki „Babuszkinia krynka”.

Źródło: <http://babushkina.by/ru/catalog/item/maslo-elitnoe> (dostęp: 15.11.2020).

## 5.9. „Bellakt”. „Беллакт”



Fotografia 111. Logo marki „Bellakt”.

Źródło: <http://www.bellakt.com/> (dostęp: 15.11.2020).

**Ćwiczenie 33.** Podane w nawiasach zwroty i słowa przetłumacz i wstaw w odpowiedniej formie:

1. „Беллакт” – единственный в Беларуси производитель (żywność w proszku dla dzieci) .....
2. Компания производит также питание для (kobiety w ciąży i karmiące) .....
3. „Беллакт” является производителем молока, сливок, (śmietana, kaszki mleczne i desery) .....

Компани́я<sup>1</sup> «Белла́кт» – еди́нственны́й в Белару́си и о́ди́н из крупне́йших на террито́рии СНГ<sup>2</sup> произво́дителей сухо́го де́тского пита́ния<sup>3</sup>. Э́то совреме́нное, высо́котехноло́гичное предприя́тие<sup>4</sup>, произво́дящее де́тское пита́ние<sup>5</sup>, мо́лочные проду́кты<sup>6</sup>, пита́ние для бере́менных и кормя́щих же́нщин<sup>7LXXXIV</sup>.

Волко́вы́ский мо́лочно-консе́рвны́й комбину́т де́тских проду́ктов<sup>8</sup> нача́л рабо́ту<sup>9</sup> в 1970 го́ду. В 1986-1990 го́дах бы́ла прове́дена<sup>10</sup> реконстру́кция предприя́тия совме́стно с<sup>11</sup> францу́зской компани́ей. В 1995 го́ду заво́д преобро́ван в о́ткрытое акцио́нерное о́бщество<sup>12</sup>, в 1999 го́ду – под совреме́нным назва́нием<sup>13</sup>.

Предприя́тие произво́дит де́тские сме́си<sup>14</sup>, проду́кты для бере́менных и кормя́щих матере́й<sup>15</sup>, мо́локо, сли́вки<sup>16</sup>, ря́женку<sup>17</sup>, кефи́р, сме́тану, тво́рог, ма́сло, йо́гурты, мо́лочные ка́ши<sup>18</sup>, де́серты<sup>19</sup> и па́сты де́сертны́е<sup>20LXXXV</sup>.

<sup>1</sup> firma

<sup>2</sup> jeden z największych na terenie WNP

<sup>3</sup> producentów żywności w proszku dla dzieci

<sup>4</sup> nowoczesne, zaawansowane technologicznie przedsiębiorstwo

<sup>5</sup> produkujące żywność dla dzieci

<sup>6</sup> wyroby mleczne

<sup>7</sup> żywność dla kobiet w ciąży i kobiet karmiących

<sup>8</sup> Wołkowyski Kombinat Mleczno-Konserwowy Produktów dla Dzieci

<sup>9</sup> rozpoczął działalność

<sup>10</sup> przeprowadzono

<sup>11</sup> przedsiębiorstwa wspólnie z

<sup>12</sup> zakład przekształcono w spółkę akcyjną jawną

<sup>13</sup> pod obecną nazwą

<sup>14</sup> przedsiębiorstwo produkuje mieszanki dla dzieci

<sup>15</sup> dla kobiet w ciąży i karmiących

<sup>16</sup> śmietankę

<sup>17</sup> zsiadłe mleko

<sup>18</sup> kaszki mleczne

<sup>19</sup> desery

<sup>20</sup> pasty deserowe



Fotografia 112. Mleko w proszku „Komfort” dla dzieci w wieku do 12 miesięcy.

Źródło: [https://mamashop.by/catalog/molochnaya\\_smes\\_bellakt\\_komfort\\_0\\_12m\\_350\\_g/](https://mamashop.by/catalog/molochnaya_smes_bellakt_komfort_0_12m_350_g/) (dostęp: 15.11.2020).



Fotografia 113. Jogurt czereśniowy „Wunderkinki”.

Źródło: [http://www.bellakt.com/catalog/vunderkinki/vund\\_yogurt/yogurt\\_obogashchenny\\_vitaminami\\_v1\\_v6\\_d\\_i\\_kaltsiem\\_chereshnya/](http://www.bellakt.com/catalog/vunderkinki/vund_yogurt/yogurt_obogashchenny_vitaminami_v1_v6_d_i_kaltsiem_chereshnya/) (dostęp: 15.11.2020).



Fotografia 114. Herbatka z anyżem dla karmiących mam.

Źródło: [http://www.bellakt.com/catalog/dlya\\_beremennykh\\_i\\_kormyashchikh\\_zhenshchin/napitok\\_chaynyy\\_dlya\\_kormyashchikh\\_mam/](http://www.bellakt.com/catalog/dlya_beremennykh_i_kormyashchikh_zhenshchin/napitok_chaynyy_dlya_kormyashchikh_mam/) (dostęp: 15.11.2020).

## 5.10. „Kommunarka”. „Коммунарка”



Fotografia 115. Logo marki „Kommunarka”.

Źródło: <https://export.by/company/14257> (dostęp: 09.09.2020).

### Ćwiczenie 34. Dokończ zdania:

„Коммунарка” – это .....  
На фабрике действуют .....  
Компания производит: .....

Фабрика „Коммунарка” является одним из крупнейших производителей<sup>1</sup> кондитерских изделий<sup>2</sup> в Республике Беларусь.

Ежегодно на предприятии выпускается свыше<sup>3</sup> 27 тыс. тонн сладкой продукции<sup>4</sup>. Широкий ассортимент фабрики насчитывает более<sup>5</sup> 350 наименований кондитерских изделий.

В настоящий момент<sup>6</sup> на фабрике действуют три основных цеха<sup>7</sup>: конфетный цех<sup>8</sup>, шоколадный цех<sup>9</sup>, конфетно-шоколадный. Конфеты<sup>10</sup>, шоколад<sup>11</sup>, карамель<sup>12</sup>, какао-порошок<sup>13</sup> – всё это выпускает<sup>14</sup> «Коммунарка».

Порядка<sup>15</sup> 20 процентов выпускаемой продукции отправляется<sup>16</sup> на экспорт: в Россию, Китай<sup>17</sup>, Азербайджан, Казахстан, Армению, США<sup>18</sup>, Канаду, Германию<sup>19</sup>, Израиль и другие страны<sup>20</sup>.

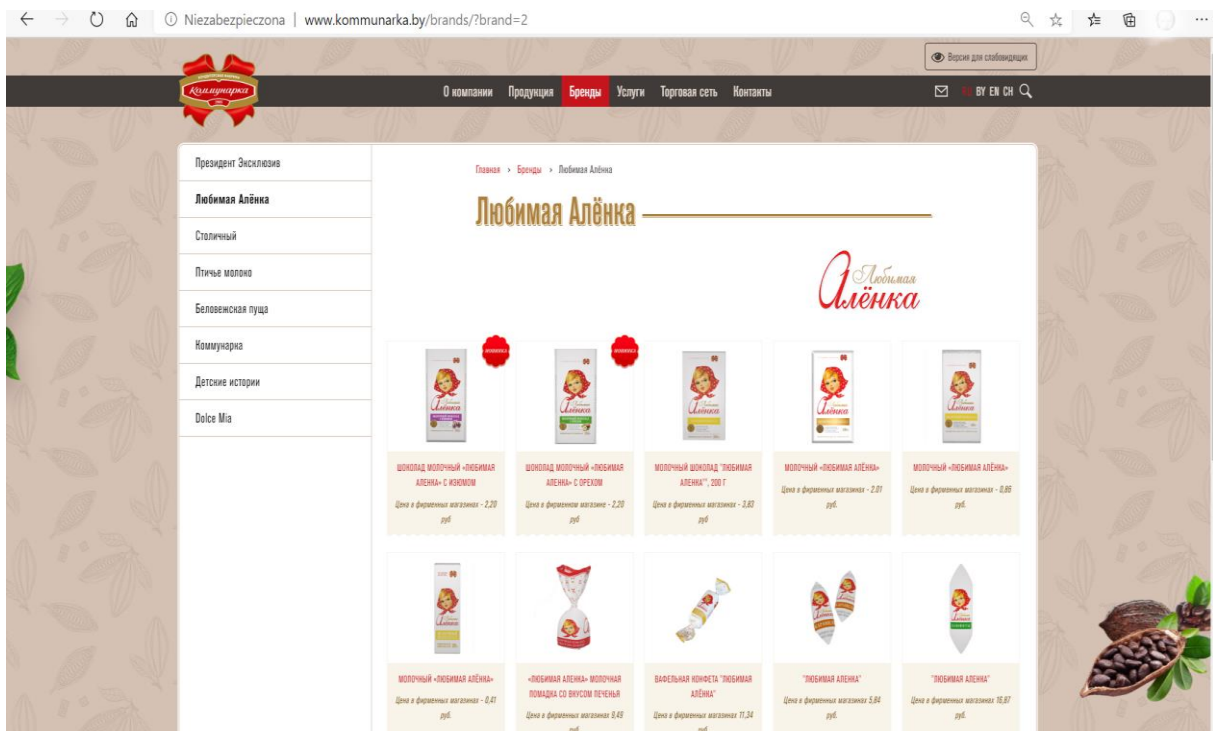
Фабрика „Камунарка” является одним из крупнейших производителей<sup>1</sup> кондитерских изделий<sup>2</sup> в Республике Беларусь.

Штат на предприятии выпускается больше<sup>3</sup> за 27 тыс. тонн сладкой продукции. Широкий ассортимент фабрики насчитывает больше<sup>4</sup> за 350 наименований кондитерских изделий.

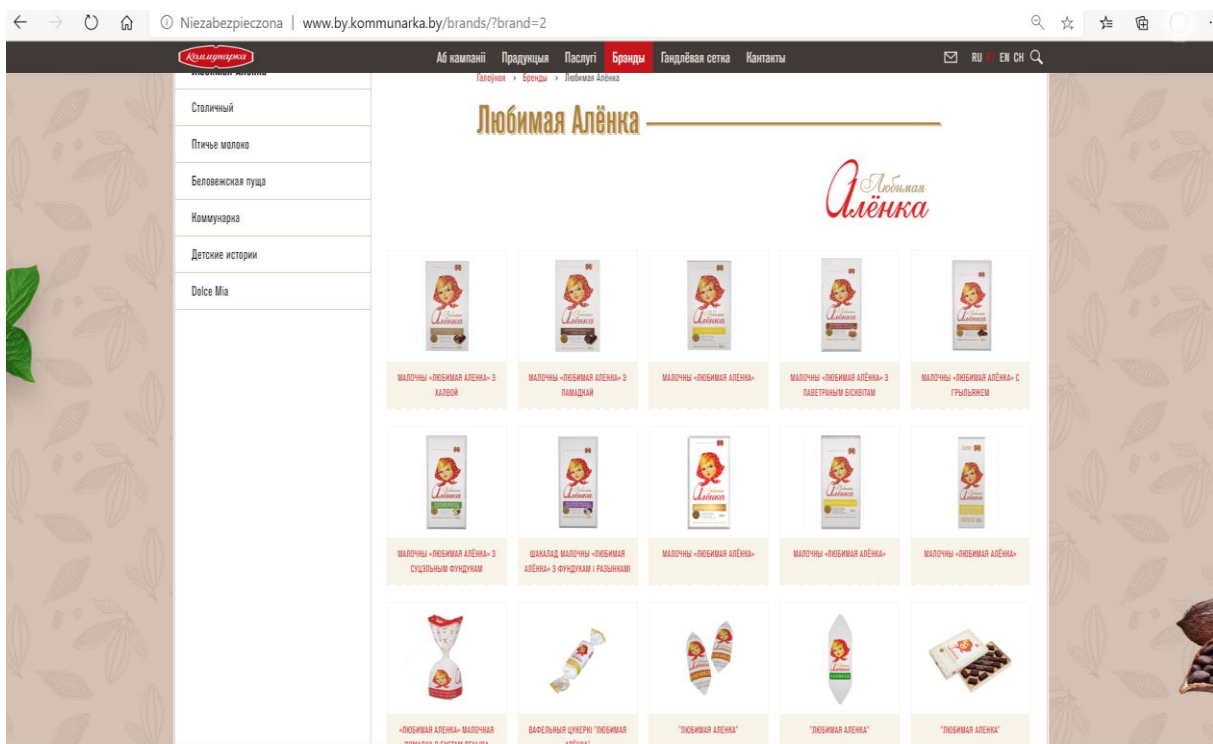
У предприятия на фабрике действуют три основных цеха: кондитерский цех, шоколадный цех, конфетно-шоколадный. Конфеты, шоколад, карамель, какао-порошок – всё это выпускает „Камунарка”.

Каждый год 20 процентов выпускаемой продукции отправляется на экспорт: в Россию, Китай, Азербайджан, Казахстан, Армению, США, Канаду, Германию, Израиль и другие страны.

- <sup>1</sup> jest jednym z największych producentów
- <sup>2</sup> wyrobów cukierniczych
- <sup>3</sup> corocznie w przedsiębiorstwie produkuje się ponad
- <sup>4</sup> słodczy
- <sup>5</sup> liczy ponad
- <sup>6</sup> obecnie
- <sup>7</sup> działają trzy główne działy
- <sup>8</sup> dział produkcji cukierków
- <sup>9</sup> dział produkcji czekolady
- <sup>10</sup> cukierki
- <sup>11</sup> czekolada
- <sup>12</sup> karmel
- <sup>13</sup> kakao w proszku
- <sup>14</sup> wszystko to produkuje
- <sup>15</sup> około
- <sup>16</sup> produkowanych wyrobów jest wysyłane
- <sup>17</sup> Chin
- <sup>18</sup> USA
- <sup>19</sup> Niemiec
- <sup>20</sup> i do innych krajów



Fotografia 116. Strona internetowa firmy „Kommunarika” z nazwami marek i wyrobów w języku rosyjskim. Źródło: <http://www.kommunarika.by/brands/?brand=2> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 117. Strona internetowa firmy „Kommunarika” z nazwami marek i wyrobów w języku białoruskim. Źródło: <http://www.by.kommunarika.by/brands/?brand=2> (dostęp: 09.09.2020).





Fotografia 118. Czekolada „Ulubiona Alonka” marki „Kommunarka”.

Źródło: <https://irecommend.ru/content/yazyk-mozhno-proglotit-samyi-vkusnyi-shokolad-v-belarusi> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 119. Czekolada mleczna „Dziecięce historie” marki „Kommunarka”.

Źródło: <http://muffin-group.com/project/dizajn-upakovki-shokolada-dlya-detej> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 120. Cukierki marki „Kommunarka”.

Źródło: <https://www.olx.kz/obyavlenie/luchshie-belorusskie-konfety-kommunarka-IDhdEgT.html> (dostęp: 09.09.2020).

## 5.11. „Krasnyj pischzewik”. „Красный пищевик”



Fotografia 121. Logo marki „Krasnyj pischzewik”.  
Źródło: <https://export.by/company/12914> (dostęp: 15.11.2020).

**Ćwiczenie 35.** Podane w nawiasach słowa i zwroty wstaw we właściwej formie:

„Красный пищевик” – это предприятие (пищевая промышленность) .....  
.....  
История компании (начинаться) ..... в 1870 году.  
Компания несколько раз (менять) ..... владельцев.  
Сегодня компания производит зефир, мармелад, (пастила) .....

ОАО «Красный пищевик» – старейшее предприятие<sup>1</sup> кондитерской отрасли пищевой промышленности<sup>2</sup> Республики Беларусь. История фабрики начинается с<sup>3</sup> 1870 года. Тогда, в городе<sup>4</sup> Бобруйске купец Хонон Райцин основал дрожжевой завод<sup>5</sup>. В 1890 году он продал<sup>6</sup> фабрику Зусьману Рабиновичу. За следующие годы<sup>7</sup> ещё несколько раз менялись владельцы<sup>8</sup>. После революции завод был национализирован<sup>9</sup>. В 1928-1929 гг. завод был преобразован<sup>10</sup> в фабрику «Красный пищевик».

Фабрика сегодня – это свыше<sup>11</sup> 250 наименований выпускаемой продукции<sup>12</sup>, не менее 40 торговых марок<sup>13</sup>LXXXVIII.

«Красный пищевик» является<sup>14</sup> лидером страны в производстве пастило-мармеладных изделий<sup>15</sup>. Бобруйский **зефир**, мармелад, **пастила**, стали главным сладким угощением<sup>16</sup>, без которого не обходится<sup>17</sup> ни одно чаепитие или поездка за рубеж<sup>18</sup>LXXXIX.

- <sup>1</sup> najstarsze przedsiębiorstwo
- <sup>2</sup> branży cukierniczej przemysłu spożywczego
- <sup>3</sup> rozpoczyna się w
- <sup>4</sup> wówczas, w miasteczku
- <sup>5</sup> założył zakład produkcji drożdży
- <sup>6</sup> sprzedał
- <sup>7</sup> w ciągu kolejnych lat
- <sup>8</sup> jeszcze kilka razy zmieniali się właściciele
- <sup>9</sup> po rewolucji zakład znacjonalizowano
- <sup>10</sup> zakład przekształcono
- <sup>11</sup> obecnie – to ponad
- <sup>12</sup> rodzajów produkowanych wyrobów
- <sup>13</sup> nie mniej niż 40 marek handlowych
- <sup>14</sup> jest
- <sup>15</sup> kraju w produkcji pastyli i marmolady
- <sup>16</sup> stały się głównym słodkim poczęstunkiem
- <sup>17</sup> nie obejdzie się
- <sup>18</sup> ani jedno picie herbaty, ani wyjazd za granicę

## CIEKAWOSTKA

**Zefir** to jeden z najslynniejszych wyrobów cukierniczych w Rosji. Jest przygotowywany z musów owocowych np. jabłkowych lub wiśniowych, białka jajek oraz pektyn. Zefir jest zdrowy dzięki sporej zawartości właśnie pektyn i niewielkiej tłuszczu. Swoją nazwę zawdzięcza porównaniu jego smaku do czulego i lekkiego wiatru. Głównymi ośrodkami produkcji tych znanych ciastek są Rosja i Łotwa<sup>XC</sup>.

## CIEKAWOSTKA

**Herbata** jest nieodzowną częścią rosyjskiej kultury. Mówi się, że kto nie pije herbaty, ten nie ma siły.

Europę przecinają widzialne i niewidzialne granice. Jedną z nich jest granica smakowa pomiędzy światem herbaty i kawy, przebiegająca wzdłuż zachodniej granicy Rosji, Białorusi i Ukrainy, a zarazem wschodniej granicy Polski. W Rosji nikomu nie przyszłoby do głowy, aby żona przyniosła rolnikowi na pole kawę. W Polsce – jak najbardziej. W Rosji mówi się nawet, że Rosjanin, który nie pije herbaty, jest tak rzadko spotykany jak ten, który nie pije wódki.

Herbata znana była w Rosji od bardzo dawna. W 1617 roku trafiła na dwór cara Aleksego jako dar od chińskiego cesarza. Przedtem cieszył się tu dużą popularnością inny gorący napój – zbiecień. Była to mieszanka miodu, korzeni i traw zaparzonych we wrzątku. W XIX wieku przepis na zbiecień został utracony, ale wówczas na terenie Imperium królowała już herbata.

W ZSRR były dwa główne obszary, na których produkowano herbatę – Krasnodarski Kraj i Gruzja oraz Azerbejdżan. Mimo to o dobrą herbatę trzeba się było starać. W latach 70. i 80. na rosyjskim rynku królowały tzw. „herbaty cyfrowe”, które zamiast nazwy miały na opakowaniach numer. Szczególnie poszukiwany był numer 36 – mieszanka herbaty indyjskiej, uważanej za najlepszą, i herbaty gruzińskiej lub krasnodarskiej, w proporcji 1:1.

Rosyjska tradycja picia herbaty jest osobliwa – np. Rosjanie uważają, że o jakości herbaty świadczy kolor. Według nich im ciemniejsza barwa, tym herbata lepsza. Mieszą ją też różne gatunki herbat w słoiku albo metalowym pojemniczku. Pije się tu herbatę czarną, liściastą i, zgodnie z tradycją, najczęściej parzoną w małym czajniczku.

Na całym świecie picie herbaty w Rosji kojarzone jest z samowarem. I rzeczywiście, samowar to rosyjski wynalazek. Pierwszy powstał w warsztacie metalowym braci Lisycynowów w 2 poł. XVIII wieku. Pod koniec XIX wieku produkowano je już na szeroką skalę i w przeróżnych kształtach. Najbardziej powszechny stał się samowar kielichowy, wewnątrz którego przyspawana była rura do rozpalania ognia. W naczyniach o takim kształcie trudno podtrzymać ogień. Może to brzmieć zabawnie, ale rolę miecha pełnił niejednokrotnie skórzany but o długiej cholewie, nakładany na czubek rury. Paliwo samowara stanowiły często szyszki sosny.

Na samowarze stawiano mały, zwykle porcelanowy czajniczek do tzw. zawarki. Gdy zawarka, czyli przygotowany w czajniczku napar, nabierała mocy, nalewano trochę do szklanki i zalewano całość wrzącą wodą z samowara. W niektórych zakątkach Rosji istniał pochodzący z Azji Środkowej zwyczaj „żenienia herbaty”, czyli kilkukrotnego przelewania zawarki do szklanki i ponownego wlewania jej do czajniczka. Miało to przyspieszyć osiągnięcie właściwej mocy naparu.

Herbatę w Rosji pije się w szklankach (stakanach) lub filiżankach. Jako że lubiana jest herbata bardzo gorąca, szklanki wyposażone są w specjalny uchwyt, tzw. podstakannik.

Na zachodzie herbata rosyjska postrzegana jest jako „herbata z cytryną”, tymczasem sposobów picia herbaty w Rosji jest pewnie tyle, ile gustów jej miłośników. Pija się oczywiście herbatę z cytryną, której skórkę tylko się sparza, a nie odcina, tak jak to bywa czasami w Polsce. Panuje tam powszechny zwyczaj słodzenia herbaty dżemami owocowymi, najczęściej dżemem malinowym. Słodzi się również miodem i cukrem.

Do kanonu opowieści o rosyjskich szpiegach weszły już te o nie wyjmowaniu łyżeczki ze szklanki, ale są i inne. Pod koniec XIX wieku np. wśród woźniców pojawił się zwyczaj picia herbaty ze spodeczka. Wylewało się troszeczkę na spodek i „siorbało” czaj, który szybciej tracił swą bardzo wysoką temperaturę. Jest także kilka sposobów na picie herbaty z cukrem: w nakładku (troszkę cukru rozpuszcza się w herbacie), w prikusku (koniuszek kostki cukru macza się w herbacie, odgryza i popija gorzkim naparem) oraz w prigrładku (popijając gorzki napar, obserwuje się kostki cukru położone na talerzyku).

Rosja leży w granicach świata wyznaczonego przez tradycje herbaciane. Herbata jest napojem bardzo towarzyskim, pozwala się delektować, prowadzić długie rozmowy z przyjaciółmi, dyskutować o sensie życia. Być może właśnie ona jest jednym z elementów stanowiących o tajemnicy rosyjskiej duszy<sup>XCI</sup>.



*Fotografia 122.* „Zefir z aromatem róży” marki „Krasnyj piszczewik”.

Źródło: <https://www.zefir.by/product/zefir/vesovoi-zefir/zefir-s-aromatom-rozy/> (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 123.* „Bobrujska pastyla jabłkowa z jagodą” marki „Krasnyj piszczewik”.

Źródło: <https://www.zefir.by/product/pastila/pastila-vesovoy-produkt/bobruyskaya-yablochnaya-pastila-s-chemikoy/> (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 124.* Cukierki „Bielarusaczka” z poziomką.

Źródło: <https://www.zefir.by/product/konfety/belarusachka/konfety-tm-belorusochka-zemlyanichnye/> (dostęp: 15.11.2020).

## 5.12. „Atlant”. „Атлант”



Fotografia 125. Logo marki „Atlant”.

Źródło: <http://m.holodilnik.info/articles/istoriya-predpriyatiya-atlant/> (dostęp: 09.09.2020).

Ćwiczenie 36. Przetłumacz podane słowa i zwroty:

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>беларуская мова</i>
	ЗОЛОДИЛЬНИК	
		пральная машина
niezawodny sprzęt		
	бытовая техника	
republiki poradzieckie		
		спажывецкія запыты

ATLANT извѣстен как производитель<sup>1</sup> популярных холодильников<sup>2</sup>, морозильников<sup>3</sup> и стиральных машин<sup>4</sup>. С конвейеров предприятия<sup>5</sup> сходит практичная и надёжная техника<sup>6</sup>, отвечающая высоким потребительским запросам<sup>7</sup>. Недаром бытовая техника<sup>8</sup> из Минска известна не только в стране<sup>9</sup> и других постсоветских<sup>10</sup> республиках, но и во многих европейских странах<sup>11</sup> и даже в далёкой<sup>12</sup> Австралии<sup>XСII</sup>.

ATLANT вядомы як вытворца папулярных халадзільнікаў, маразільнікаў і пральных машын. З канвейераў прадпрыемства сыходзіць практычная і надзейная тэхніка, якая адпавядае высокім спажывецкім запяпам. Нездарма бытавая тэхніка з Мінска вядомая не толькі ў нашай краіне ды іншых постсавецкіх рэспубліках, але і ў многіх еўрапейскіх краінах і нават у далёкай Аўстраліі<sup>XСIII</sup>.

<sup>1</sup> słynny producent

<sup>2</sup> lodówek

<sup>3</sup> zamrażarek

<sup>4</sup> pralek

<sup>5</sup> z taśmy przedsiębiorstwa

<sup>6</sup> niezawodny sprzęt

<sup>7</sup> odpowiadający wysokim wymaganiom klientów

<sup>8</sup> nie na darmo sprzęt AGD

<sup>9</sup> znany jest nie tylko w kraju

<sup>10</sup> innych poradzieckich

<sup>11</sup> w wielu krajach europejskich

<sup>12</sup> i nawet odległej





*Fotografia 126.* Lodówka „Atlant XM-4624-141-ND”.

Źródło: <https://atlant.by/kholodilnik-dvukhkamernyy-khm-4624-141-nd-130295-p> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 127.* Zamrażarka marki „Atlant M-7184-030”.

Źródło: <https://atlant.by/morozilnik-m-7184-030-121618-p> (dostęp: 09.09.2020).



*Fotografia 128.* Pralka marki „Atlant CMA 60Y1010-00”.

Źródło: <https://atlant.by/stiralnaya-mashina-sma-60u1010-00-121695-p> (dostęp: 09.09.2020).

### 5.13. „Bielita-Vitex”. „Bielita-Витэкс”. „Bielita-Вітэкс”



Fotografia 129. Logo marki „Bielita-Vitex”.

Źródło: <https://erevan.flagma.am/en/kosmetika-belita-viteks-cosmetics-belita-o1763861.html> (dostęp: 14.11.2020).

#### Ćwiczenie 37. Opowiedz o historii firmy i jej produkcji.

В ноябрé<sup>1</sup> 1989 гóда, было сóздано совмéстное совéтско-итальянское предприятие<sup>2</sup> «Белита», президентом правлénия<sup>3</sup> был избран<sup>4</sup> директор предприятия «Белбыткомплэкт» – Виктор Терещенко. С белорусской стороны учредителем выступило предприятие<sup>5</sup> «Белбыткомплэкт» (в настоящее время ЗАО<sup>6</sup> «Витэкс»), с итальянской<sup>7</sup> – фирма по производству<sup>8</sup> косметических препаратов «GVF». Итальянская сторона обеспечила поставки оборудования<sup>9</sup> и передала формулы нескольких косметических средств<sup>10</sup>, белорусская – обеспечила новое предприятие кадрами<sup>11</sup> и производственными площадями<sup>12</sup>ХСIV.

Сегóдня<sup>13</sup> ЗАО «Витэкс» и СП<sup>14</sup> «Белита» ОО<sup>15</sup> – признанные<sup>16</sup> лидеры по производству отечественной косметики<sup>17</sup>, в том числе<sup>18</sup> профессиональных средств для парикмахерских<sup>19</sup> и косметических салонов, а также средств гигиены полости рта<sup>20</sup> и товаров бытовой химии повседневного спроса<sup>21</sup>ХCV.

- <sup>1</sup> listopadzie
- <sup>2</sup> utworzono radziecko-wloskie joint venture
- <sup>3</sup> prezesem zarzadu
- <sup>4</sup> wybrano
- <sup>5</sup> zalozyicielem bylo przedsiebiorstwo
- <sup>6</sup> obecnie Spólka Akcyjna Niejawna
- <sup>7</sup> z wloskiej strony
- <sup>8</sup> produkujaca
- <sup>9</sup> zapewnila dostawy sprzetu
- <sup>10</sup> kilku srodkow kosmetycznych
- <sup>11</sup> zapewnila kadry
- <sup>12</sup> powierzalnie produkcyjne
- <sup>13</sup> obecnie
- <sup>14</sup> joint venture
- <sup>15</sup> Sp. z o.o.
- <sup>16</sup> sa uznanymi
- <sup>17</sup> produkujacymi kosmetyki krajowe
- <sup>18</sup> w tym
- <sup>19</sup> srodki dla salonow fryzjerskich
- <sup>20</sup> higieny jamy ustnej
- <sup>21</sup> chemii gospodarczej codziennego uzytku

### Лицо

Основа под макияж  
 BB, CC, DD крем  
 Тональные кремы  
 Корректор и консилер  
 Румяна  
 Хайлайтер, стробинг, люминайзер  
 Скульптор  
 Пудра  
 Фиксатор макияжа



### Глаза

Тушь для ресниц  
 Подводка для глаз  
 Карандаши для глаз  
 База под тени  
 Тени для век  
 Уход для ресниц и бровей



### Брови

Карандаш для бровей  
 Тени для бровей  
 Помадка для бровей  
 Гель для бровей



### Губы

Бальзамы для губ  
 Карандаш для губ  
 Блески для губ  
 Помады для губ  
 Тинт для губ



### Аксессуары и кисти

Кисти для глаз и бровей  
 Кисти для лица  
 Кисти для губ  
 Спонжи для макияжа



### Ногти

Лаки для ногтей  
 Средства для укрепления ногтей  
 Уход за ногтями и кутикулой  
 Жидкость для снятия лака  
 Аксессуары для ухода за ногтями



Fotografia 130. Strona internetowa firmy „Bielita-Vitex” z katalogiem kosmetyków.  
 Źródło: <http://vitex.by/dekorativnaya-kosmetika/> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 131. Puder matujący marki „Bielita-Vitex”.  
 Źródło: <http://vitex.by/katalog/novinki/matiruyushchaya-kompaktnaya-pudra-dlya-litsa-vitex-mattifying-compact-powder-spf20.html> (dostęp: 09.09.2020).



Fotografia 132. Lakier do włosów marki „Bielita-Vitex”.  
 Źródło: <http://vitex.by/katalog/ukhod-za-vołosami-2/687.html> (dostęp: 09.09.2020).

#### 5.14. „Milavitsa”. „Милавица”. „Мілавіца”



Fotografia 133. Logo marki „Milavitsa”.

Źródło: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Милавица> (dostęp: 15.11.2020).

**Ćwiczenie 38.** Wypisz nazwy wyrobów, które produkuje „Milavitsa” i przetłumacz je na język rosyjski oraz białoruski.

<i>język polski</i>	<i>русский язык</i>	<i>беларуская мова</i>

В 1908 году в Мінске французы – братья Турнё – создали галантерейную фабрику по производству дамских грёбней<sup>1</sup>. После национализации артели<sup>2</sup> создана<sup>3</sup> фабрика «Белоруска» – первое государственное галантерейное предприятие в СССР<sup>4</sup>. В 1932 г. переименовано в<sup>5</sup> «Фабрику им. Фрунзе». Фабрика становится головным предприятием<sup>6</sup> Мінского производственного швейного объединения<sup>7</sup> «Комсомолка» (1970). Новое название предприятия<sup>8</sup> – «Мілавіца» (1991)<sup>XCVI</sup>.

Продуктовый портфель<sup>9</sup> «Мілавіцы» включает корсетные изделия, корректирующее бельё, купальники, бельё для сна и отдыха<sup>10</sup>.

Коллекция «Milavitsa» делится на: классическую, модную и коллекцию купальников<sup>11</sup>. В основе<sup>12</sup> классической коллекции – большое разнообразие<sup>13</sup> моделей для каждого дня<sup>14</sup>, сочетающих основы классического дизайна<sup>15</sup>, комфортные конструкции и функциональные материалы. Коллекции модного белья и купальников создаются для каждого сезона<sup>16</sup>, следуя модным тенденциям в дизайне, материалах и аксессуарах<sup>17XCVII</sup>.

<sup>1</sup> założyli fabrykę pasmanterii produkującą damskie grzebienie  
<sup>2</sup> po znacjonalizowaniu kartelu  
<sup>3</sup> założono  
<sup>4</sup> pierwsze państwowe przedsiębiorstwo pasmanteryjne w ZSRR  
<sup>5</sup> przemianowano na  
<sup>6</sup> stała się głównym przedsiębiorstwem  
<sup>7</sup> Mińskiego Produkcyjnego Zjednoczenia Szwalniczego  
<sup>8</sup> nowa nazwa przedsiębiorstwa  
<sup>9</sup> asortyment wyrobów  
<sup>10</sup> zawiera gorsety, bieliznę korekcyjną, stroje kąpielowe, bieliznę do spania i odpoczynku  
<sup>11</sup> strojów kąpielowych  
<sup>12</sup> bazę  
<sup>13</sup> duża różnorodność  
<sup>14</sup> na każdy dzień  
<sup>15</sup> łączących podstawy projektów klasycznych  
<sup>16</sup> tworzone są na każdy sezon  
<sup>17</sup> podążając za modowymi tendencjami w projektowaniu, materiałach i akcesoriach



*Fotografia 134. Strój kąpielowy „Rzymskie wakacje”.*

Źródło: <http://www.milavitsa.com/collections/sweemwear/572.html> (dostęp: 15.11.2020).



*Fotografia 135. Bluza „Megapolis”.*

Źródło: <http://www.milavitsa.com/collections/tricotazh/594.html> (dostęp: 15.11.2020).



## 5.15. „Aliwaryja”. „Аливария”. „Аліварыя”



Fotografia 136. Logo marki „Aliwaryja”.  
Źródło: <https://alivaria.by/ru/> (dostęp: 15.11.2020).

### Ćwiczenie 39. Dokończ zdania:

„Аливария” – это .....  
Компания представляет на белорусском рынке .....  
Бренды компании .....

Пивоваренная компания<sup>1</sup> «Аливария» берёт начало в<sup>2</sup> 1864 году и является старейшим действующим пивоваренным предприятием<sup>3</sup> Беларуси. Сегодня<sup>4</sup> «Аливария» – часть Carlsberg Group – третьей по величине пивоваренной Группы в мире<sup>5</sup>.

Сегодня «Аливария» имеет исключительное право<sup>6</sup> представлять бренды<sup>7</sup> Carlsberg Group на территории Беларуси. В портфеле компании<sup>8</sup> 13 брендов, среди которых<sup>9</sup> «Аливария», «Балтика», «Zatecky Gus», «Tuborg», «Carlsberg», «Grimbergen» и другие<sup>10</sup>.

«Аливария» – бренд-лидер благодаря<sup>11</sup> инновациям и экспертизе пивоваров, бренд национальной гордости<sup>12</sup>. В копилке бренда больше<sup>13</sup> 50 национальных и международных<sup>14</sup> наград, в том числе<sup>15</sup>, уникальный пивной «Оскар» – Diamond Taste Award, который пиво «Аливария Золотое» получило<sup>16</sup> в 2019 году<sup>XCVIII</sup>.

<sup>1</sup> browar  
<sup>2</sup> miał swój początek  
<sup>3</sup> jest najstarszym działającym browarem  
<sup>4</sup> obecnie  
<sup>5</sup> trzeciej co do wielkości Grupy browarów na świecie  
<sup>6</sup> posiada wyłączne prawo  
<sup>7</sup> do reprezentowania marek  
<sup>8</sup> w asortymencie firmy  
<sup>9</sup> marek, wśród których  
<sup>10</sup> i inne  
<sup>11</sup> marka-lider dzięki  
<sup>12</sup> marka dumy narodowej  
<sup>13</sup> marka zgromadziła ponad  
<sup>14</sup> krajowych i międzynarodowych  
<sup>15</sup> w tym  
<sup>16</sup> zdobyło



Fotografia 137. Piwo „Złote” marki „Aliwaryja”.

Źródło: <https://alivaria.by/ru/products/alivariya/alivariya-zolotoe/> (dostęp: 15.11.2020).



Fotografia 138. Piwo Porter „Aliwaryja”.

Źródło: [https://ryady.ru/zh\\_b\\_temnoe\\_pasterizovannoe\\_3007080222767/pivo\\_alivariya\\_porter\\_temnoe\\_6\\_5\\_zh\\_b\\_0\\_5l\\_00000000004003069/](https://ryady.ru/zh_b_temnoe_pasterizovannoe_3007080222767/pivo_alivariya_porter_temnoe_6_5_zh_b_0_5l_00000000004003069/) (dostęp: 15.11.2020).

## Źródła tekstów. Источники текстов. Джерела текстів. Крыніцы тэкстаў

- 
- <sup>I</sup> <https://www.inventa.ua/ru/services/registratsiya-torgovykh-marok-v-ukraine/> (dostęp: 03.09.2020).
- <sup>II</sup> <https://www.ids.ua/ru/company/description/> (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>III</sup> <https://www.ids.ua/uk/company/description/> (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>IV</sup> <https://www.morshynska.ua/about> (dostęp: 28.06.2020).
- <sup>V</sup> <http://morszynska.pl/o-wodzie-morszynskiej/> (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>VI</sup> <https://www.borjomi.com/pl/water/history/facts/> (dostęp: 18.09.2020).
- <sup>VII</sup> [http://pepsico.ua/ru/company/pepsico\\_in\\_ukraine/](http://pepsico.ua/ru/company/pepsico_in_ukraine/) (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>VIII</sup> [http://pepsico.ua/company/pepsico\\_in\\_ukraine/](http://pepsico.ua/company/pepsico_in_ukraine/) (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>IX</sup> [https://novaposhta.ua/ru/istoriya\\_kompanii](https://novaposhta.ua/ru/istoriya_kompanii) (dostęp: 04.09.2020).
- <sup>X</sup> [https://novaposhta.ua/istoriya\\_kompanii](https://novaposhta.ua/istoriya_kompanii) (dostęp: 04.09.2020).
- <sup>XI</sup> <https://rozetka.com.ua/about/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XII</sup> <https://rozetka.com.ua/ua/about/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XIII</sup> <https://privatbank.ua/ru/about> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XIV</sup> <https://privatbank.ua/about> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XV</sup> <https://ru.wikipedia.org/wiki/Рошен> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XVI</sup> [https://www.roshen.com/ru/o-roshen\\_](https://www.roshen.com/ru/o-roshen_) (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XVII</sup> [https://www.roshen.com/ru/o-roshen/o-produktsyy/torty\\_](https://www.roshen.com/ru/o-roshen/o-produktsyy/torty_) (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XVIII</sup> <https://uk.wikipedia.org/wiki/Рошен> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XIX</sup> [https://www.roshen.com/pro-roshen\\_](https://www.roshen.com/pro-roshen_) (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XX</sup> [https://www.roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/torty\\_](https://www.roshen.com/pro-roshen/pro-produktsiyu/torty_) (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXI</sup> <https://wiadomosci.onet.pl/petro-poroszenko> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXII</sup> <http://zapieleni.pl/tort-kijowski/> (dostęp: 18.09.2020).
- <sup>XXIII</sup> [https://lb.ua/file/company/3528\\_svitoch\\_fabrika.html](https://lb.ua/file/company/3528_svitoch_fabrika.html) (dostęp: 18.09.2020).
- <sup>XXIV</sup> <https://www.nestle.ua/brands/pastry/svitoch> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXV</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Chortyca> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXVI</sup> <https://khortytsa.com/about/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXVII</sup> <https://khortytsa.com/products/horticya-de-luxe/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXVIII</sup> <https://khortytsa.com/products/horticya-premium/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXIX</sup> <https://khortytsa.com/products/horticya-red-berry/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXX</sup> <https://khortytsa.com/products/horticya-absolutna/> (dostęp: 05.09.2020).
- <sup>XXXI</sup> <https://bayaderagroup.com/ru/> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXII</sup> <http://bayaderagroup.com/ru/catalogue/vodka/khlibnyi-dar> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXIII</sup> <https://bayaderagroup.com/uk/> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXIV</sup> <http://bayaderagroup.com/uk/catalogue/vodka/khlibnyi-dar> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXV</sup> <https://www.nemiroff.vodka.ua/ru/about-us> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXVI</sup> <https://www.nemiroff.vodka.ua/uk/about-us> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXVII</sup> Nemiroff Vodka. Nemiroff jest to marka... - Pastries, Recipes and Drinks by Karolina | Facebook (dostęp: 24.11.2020).
- <sup>XXXVIII</sup> <https://abinbevefes.ru/> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XXXIX</sup> <https://abinbevefes.ru/chernigovskoe-natsionalnye/> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XL</sup> <https://abinbevefes.com.ua/> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XLI</sup> <https://abinbevefes.com.ua/chernigivske/> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XLII</sup> <https://www.mhp.com.ua/ru/consumers/brands/nr> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XLIII</sup> <https://www.mhp.com.ua/uk/consumers/brands/nr> (dostęp: 07.09.2020).
- <sup>XLIV</sup> <https://dziendobry.tvn.pl/a/czym-jest-halal-i-jakie-jedzenie-mozna-spozywac-wedlug-szariatu> (dostęp: 08.11.2020)

- 
- XLV <https://www.nestle.md/ru/nashi-marki/kulinarnaja-produkcija/torchin> (dostęp: 07.09.2020).
- XLVI <https://www.nestle.ua/brands/culinary/torchin> (dostęp: 07.09.2020).
- XLVII <https://ru.chumak.com/history> (dostęp: 08.11.2020).
- XLVIII <https://ru.chumak.com/history> (dostęp: 08.11.2020).
- XLIX <https://pl.wikipedia.org/wiki/Czumactwo> (dostęp: 08.11.2020).
- L <https://www.atbmarket.com/ru/about/o-kompanii> (dostęp: 07.09.2020).
- LI <https://www.atbmarket.com/about/o-kompanii> (dostęp: 07.09.2020).
- LII [https://kyivstar.ua/ru/about/about/kyivstar\\_today](https://kyivstar.ua/ru/about/about/kyivstar_today) (dostęp: 07.09.2020).
- LIII [https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar\\_today](https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar_today) (dostęp: 07.09.2020).
- LIV <https://mrscrubber.com/o-nas/> (dostęp: 08.09.2020).
- LV <https://mrscrubber.com/ua/o-nas/> (dostęp: 08.09.2020).
- LVI <https://uspix.ua/o-nas> (dostęp: 08.09.2020).
- LVII <https://uspix.ua/ua/o-nas> (dostęp: 08.09.2020).
- LVIII <https://lawstrust.com/tm/eu/belarus> (dostęp: 08.09.2020).
- LIX <https://statusname.ru/articles/rejtingi-brendov/samyje-znamenitye-belorusskie-b/> (dostęp: 08.09.2020).
- LX <https://vetliva.ru/blog/belorusskie-brendy/> (dostęp: 08.09.2020).
- LXI <https://www.belarus.by/ru/business/case-studies/world-of-tanks> (dostęp: 08.09.2020).
- LXII <https://www.belarus.by/by/business/case-studies/world-of-tanks> (dostęp: 08.09.2020).
- LXIII [https://pl.qaz.wiki/wiki/Belarus\\_High\\_Technologies\\_Park](https://pl.qaz.wiki/wiki/Belarus_High_Technologies_Park) (dostęp: 11.11.2020).
- LXIV [https://pl.wikipedia.org/wiki/Arkadij\\_i\\_Boris\\_Strugaccy](https://pl.wikipedia.org/wiki/Arkadij_i_Boris_Strugaccy) (dostęp: 24.09.2020).
- LXV [https://stalker.fandom.com/pl/wiki/Bracia\\_Strugaccy](https://stalker.fandom.com/pl/wiki/Bracia_Strugaccy) (dostęp: 24.09.2020).
- LXVI <https://fantasmarium.com/2018/09/23/przenicowany-swiat-strugaccy-recenzja/> (dostęp: 11.11.2020).
- LXVII <http://belaz.by/about/> (dostęp: 11.11.2020).
- LXVIII <http://belaz.by/by/about/?redirectcustom=Y> (dostęp: 11.11.2020).
- LXIX <http://dream-group.biz/about/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXX <http://dream-group.biz/brands/fancy/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXI <https://www.polesie-toys.com/about/> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXII <https://praca.money.pl/wiadomosci/joint-venture-czym-jest-jakie-daje-korzysci-6554993512565248a.html> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXIII [https://conte.by/about\\_conte\\_spa/](https://conte.by/about_conte_spa/) (dostęp: 09.09.2020).
- LXXIV <https://conte.by/conte-elegant-about/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXV <https://www.santabremor.com/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXVI <https://www.savushkin.by/about/today/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXVII <https://www.savushkin.by/brendy/savushkin/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXVIII <https://www.savushkin.by/by/about/today/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXIX <https://www.savushkin.by/by/brendy/savushkin/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXX <http://babushkina.by/ru/history> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXI <http://babushkina.by/ru/company-today> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXII <http://babushkina.by/by/history> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXIII <http://babushkina.by/by/company-today> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXIV <http://www.bellakt.com/> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXV <https://ru.wikipedia.org/wiki/Беллакт> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXVI <http://www.kommunarka.by/about/kommunarka-segodnja/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXXVII <http://www.by.kommunarka.by/about/kommunarka-segodnja/> (dostęp: 09.09.2020).
- LXXXVIII <https://www.zefir.by/company/history/> (dostęp: 15.11.2020).
- LXXXIX <https://www.zefir.by/company/index.php> (dostęp: 15.11.2020).
- XC <https://www.matrioszka.waw.pl/zefir> (dostęp: 15.11.2020).
- XCI <https://restauracjaluneta.wordpress.com/2016/02/17/herbaciana-tajemnica-rosyjskiej-duszy/> (dostęp: 16.11.2020).

- 
- <sup>XCVII</sup> <https://atlant.by/about/> (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>XCVIII</sup> <https://by.atlant.by/about/> (dostęp: 09.09.2020).
- <sup>XCV</sup> <http://vitex.by/about/history/> (dostęp: 14.11.2020).
- <sup>XCVI</sup> <http://vitex.by/about/today/> (dostęp: 14.11.2020).
- <sup>XCVII</sup> <http://www.milavitsa.com/about/history/> (dostęp: 15.11.2020).
- <sup>XCVIII</sup> <http://www.milavitsa.com/about/brends/> (dostęp: 15.11.2020).
- <sup>XCVIII</sup> <https://alivaria.by/ru/> (dostęp: 15.11.2020).