

ПИТАНИЕ. ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕПИТА

автомат, снековый	automat, prodejní na kusové cukrovinky
ажиотаж	shon
бар	1) bar; 2) barový pult; 3) bar (jednotka tlaku)
бариста (м.)	barista (odborník na přípravu kávy); kavárník
батончик, мюсли	müsli tyčinka
бизнес	1) obchod; byznys; 2) podnikání
бизнес, сетевой	prodej, síťový
блюдо, вегетарианское	jídlo, vegetariánské
брэнд / бренд, раскрученный	značka, populární
бульон с крутонами	bujón s krutony
встреча, деловая	schůzka, pracovní; obchodní
гипермаркет	hypermarket
дворик, ресторанный	restaurace, malá; food court
деньги, электронные	peníze, elektronické
досуг	čas, volný
заведение, развлекательное	podnik, zábavní
завсегдатай	host, stálý
закусочная	kantýna; bufet
заправка для салата	dressing
злаки, cerealные	cereálie
зраза	závitek; karbanátek
изделия, макаронные	těstoviny
индустрия питания	průmysl, restaurační
каппинг	ochutnávka kávy
капсула кофе, зернового	kapsle kávy, zrnkové
картофель по-американски	brambory, americké
картофель фри	hranolky; pomfrity
кафе (ср., нескл.)	kavárna
кинотеатр-мультиплекс	multikino
киоск	stánek; kiosk
кляр	těstíčko
комната, игровая детская	koutek, dětský
конфеты, лакричные	bonbóny, lékořicové
корн-дог	párek v těstíčku
кофейня	kavárna
крепость пива	stupeň piva
круассан	croissant
крылышки, куриные	křidélka, kuřecí
кубик, бульонный	kostka, bujónová
курица гриль	kuře, grilované
лапша из пакетика	nudle (široké) ze sáčku
микроволновка (разг.)	mikrovlnka (hov.)
малоприбыльный	málo výnosný
мясо в панировке	maso obalené ve strouhance
мясо, соевое	maso, sójové
наггетсы, мясные (мн.)	nugety, masové

напиток, газированный	nápoj, sycený
обед, комплексный	menu, polední
образ жизни	styl, životní; způsob života
общепит	stravování, hromadné; veřejné
ожирение	obezita; otylost
оладья (мн. – оладьи, род. – оладий)	lívánek
паб	hospoda; pivnice
палочка, крабовая / рыбная	tyčinka, krabí / prst, rybí
пастила	pastilka
печенье с наполнителем	sušenka s náplní
пивная	hospoda; pivnice
полуфабрикат	polotovar
продукт, расфасованный	výrobek, porcovaný
простой в обслуживании	s jednoduchou obsluhou
разношерстный (разг.)	různorodý; pestrý
рацион	stravování; jídelníček
резинка, жевательная	žvýkačka
решение, соломоново	řešení, šalamounské
сладкоежка	mlsálek
служащий	úředník, zaměstnanec
соломка	tyčinky
сотрудник магазина	pracovník; zaměstnanec obchodu
суп быстрого приготовления	polévka, instantní
тефтели (мн.)	těftěli (velký masový nok)
толчая	nával
тоффи (ср., нескл.)	karamela; toffee
точка быстрого питания	provozovna rychlého občerstvení
трапеца	hostina; jídlo, bohaté (přen.)
фрикаделька	knedlíček, masový
фуд-корт	food court
хлеб, зерновой	chléb, celozrnný
хлебец	suchar, křehký
хлопья, кукурузные	cornflakes
центр, торговый	centrum, obchodní
чай, холодный	ice tea
чайная	čajovna
чипс	chips
чипсон	snack; cracker
шипучка	bonbón; šumivý
шопер	kupující; zákazník
шопинг	nakupování
шорле (нескл.)	shorle (minerální voda s ovocnou šťávou)

ЗАИМСТВОВАННЫЕ СЛОВА, ПОДОБНО ЗВУЧАЩИЕ НА ОБОИХ ЯЗЫКАХ:

Бистро (нескл.), вариант (м.), дрессинг, кальмар, майонез, мюсли (мн., нескл.), пицца, спагетти (мн., нескл.), сэндвич, фаст-фуд, хот-дог.

Фразеологизмы

Седьмая вода на киселе (досл.: семь раз разбавленный напиток) – пер. дальний родственник.

Хлебом не корми (кого-л.), а дай (что-л. сделать) – ничего не надо кому-л., только бы иметь возможность получить или осуществить желаемое.

Ходить вокруг горячей каши – говорить, не касаясь сути дела, не решать острые, важные проблемы, заниматься мелкими проблемами.

Как сыр в масле кататься – жить очень хорошо.

Кормить (кого-л.) завтраками / обещаниями – обещать что-л. сделать на другой день, т. е. завтра, и не выполнять обещаний (здесь: „завтрак“ от слова „завтра“).

Крепкий орешек – трудный вопрос, тяжелый/сложный характер.

Водить (с кем-л.) хлеб-соль – дружить.

Вариться в собственном соку – не выходить за пределы своей ограниченной какими-л. узкими интересами жизни, работать без общения с другими.

Ни под каким соусом – ни при каких обстоятельствах.

Ни рыба ни мясо – ничем не выделяющийся средний, посредственный человек.

Медовый месяц – первое время после свадьбы, начальная пора супружеской жизни.

Метать икру – сердиться, ругаться.

(Хотеть) мёд ещё и ложкой – хотеть очень много

Посадить (кого-л.) на хлеб и воду / Сидеть на воде и хлебе – не давать есть / не иметь что есть или есть очень скудно.

Подливать масла в огонь – обострять отношения, разжигать неприязнь.

Набрать в рот воды – молчать.

Расти как грибы [после дождя] – очень быстро.

Попасть на язык / на зуб – стать предметом обсуждения, сплетен, критики, насмешек.

Разжевать и в рот положить – объяснить в очень простой, доступной форме.

Пословицы и поговорки

Кто не работает, тот не ест.

Голод – лучший повар.

Хрен редьки не слаще.

Надоело (что-л.) хуже горькой редьки.

И волки сыты, и овцы целы.

Как волка не корми, а он всё в лес смотрит.

Попал, как кур в ошип. (ошип = ощипать птицу для приготовления в пищу)

Каши маслом не испортишь.

Один с сошкой, а семеро с ложкой.

Всякому нужен и обед и ужин.

Брюхо не мешок – в запас не наешься.

Больному помогает врач, а голодному – калач. Ест за вола, а работает за комара.

Сытый голодного не разумеет.

Каждому овощу своё время.

Афоризмы

Женщины едят за разговорами, мужчины разговаривают за едой.

Не откладывай до ужина того, что можешь съесть за обедом.

Все грибы съедобны, но некоторые только раз в жизни.

Мы живем не для того, чтобы есть, а едим для того, чтобы жить.

Аппетит приходит во время еды.

Питание. Предприятия общепита

Регулярное питание – главная потребность человека. Именно поэтому среди других услуг наиболее динамично развивается индустрия питания.

Мы все привыкли, что можем пообедать в столовой или ресторане, перекусить в буфете, закусочной или бистро, выпить чашечку кофе в кафе или кондитерской...

Это было раньше.

Теперь жизнь набрала темпы, все спешат, экономят время на всём – и даже на еде. В последнее время широко распространились так называемые **предприятия быстрого питания – фаст-фуды**.

По мнению экспертов, в ближайшие несколько лет этот **сегмент ресторанов быстрого обслуживания** будет расти высокими темпами – на 20 – 25 % в год, оставаясь одним из самых привлекательных на **ресторанном рынке**. По темпам роста фаст-фуда российский рынок сопоставим разве что с китайским. В США сегмент фаст-фуда ежегодно увеличивается на 5 %, в Европе – на 10 %.

Фаст-фуд, как и любой **сетевой бизнес**, имеет ряд преимуществ перед независимыми ресторанами. Прежде всего, это возможность, благодаря разным **технологиям**, снижать **расход на содержание бизнеса**.

Расширению сегмента фаст-фуда способствует бурное строительство **торговых центров (ТЦ)**, практически в каждом из которых предусмотрен **фуд-корт*** (food court).

Большую популярность направление „фуд-корт“ получило на Западе, благодаря строительству **гипермаркетов** и разных торговых центров. Люди, приезжающие на **шопинг*** в выходные дни в такие магазины – это семьи. Они здесь, как правило, проводят почти целый день, осуществляя **покупки** на длительный срок. Поэтому владельцы этих **маркетов** делают всё возможное, чтобы **шоперы** как можно дольше проводили время в их магазинах. В таком торговом центре вы можете **сходить в кино**, сыграть в **боулинг** или **мини-гольф**, а также, что немаловажно, перекусить. Отсюда и выстраивается вся технология предприятия быстрого питания: это еда, приготовленная из **полуфабрикатов**, которая быстро подаётся посетителю и недорого стоит.

В последние годы в России в ТЦ активно обустраиваются **кинотеатры-мультиплексы.*** На их площадях представлены дополнительные развлечения – **игровые автоматы, детские игровые комнаты**, а также кафе и **бары**. Постепенно появляются **операторы,*** которые берутся за организацию не только **развлечений**, но и полноценного фуд-корта.

По оценкам экспертов, в среднем фуд-корты посещают 20 – 25 % **покупателей ТЦ**, а иногда и 50 %. И если магазины в будние дни страдают от недостатка покупателей (особенно утром и днём), то **ресторанные дворики**, пусть и неравномерно, но заполнены в течение всего дня. Ведь их услугами пользуются не только **посетители**, но и **сотрудники магазинов**, расположенных в ТЦ, **служащие соседних офисов** и просто случайные прохожие. После пяти вечера поток посетителей возрастает, многие приходят после работы семьями. Вечером и в выходные дни основные посетители ТЦ – люди, пришедшие именно на фуд-корт, для них это способ проведения **досуга**. Особенно хорошо работают фуд-корты, если в торговом комплексе есть детская игровая комната, **кинотеатр** и другие **развлекательные заведения**.

Обычно на фуд-корте представлены почти все компании, работающие на рынке фаст-фуда начиная от „Макдоналдса“ и заканчивая небольшими **кофейнями**. Фуд-корт представляет собой большой расположенный по кругу бар, в середине которого стоит много столиков, за которыми люди могут **перекусить**, отдохнуть и отправиться дальше за покупками. В России и в Чехии со строительством больших маркетов развитие фуд-кортов стало интересным и **выгодным бизнесом**.

Фуд-корт привлекает **клиентов**, если объединяет как минимум трёх операторов разной специализации. Хотя, конечно, число арендаторов зависит от площади ТЦ и места его расположения.

Естественно, что **популярностью пользуются самые раскрученные брэнды*** типа „Макдоналдс“ или „KFC“.

У молодёжи большой популярностью пользуются уличные фаст-фуды – передвижные (**мобильные**) или стационарные **точки (киоски) быстрого питания**, где вам быстренько

„соорудят“ (здесь: сделают) **хот-дог, корн-дог** или какой-нибудь **бургер**. Естественно, что **качество еды** в таких **точках** контролировать достаточно сложно, а вот в ресторанах постоянно находятся **управляющие**, которые следят за всем.

На фуд-кортах можно представлять самые разные концепции: горячие бутерброды и **выпечку**, кафе самообслуживания с холодными и горячими блюдами, колбасные и мясные изделия, пиво и копчёности, мороженое и кондитерские изделия, **коктейли** и фруктовые напитки... Однако важно создать и комфортные условия. Нехватка столиков, толчея, недостаток свободного пространства могут отпугнуть людей. Оптимально, когда на каждого оператора приходится по 20 – 40 столиков.

Дизайн ресторанный двора не менее важен, чем чистота вокруг. В любом случае проектировать фуд-корты желательнее так, чтобы, сидя за столиком, посетитель мог видеть как можно больше **витрин**. Многие **торговцы** отмечают, что продажи в магазинах с **привлекательно оформленными** витринами, расположенными поблизости ресторанный двора, увеличиваются.

Ну, а теперь поговорим собственно о том, как, что и где мы едим. Фуд-корт – это своего рода **шведский стол**. Тем не менее, перед тем, как заказать еду, мало, кто думает о том, что он **заказывает**. Для **завсегдатаев** фуд-кортов, чтобы не **набрать лишние килограммы**, рекомендуется исключить из своего **рациона** некоторые блюда. **Курица гриль** или **картофель фри**, конечно же, очень **вкусны** и **аппетитны**, но лучше выбрать овощные супы и салаты. Следуя этим незамысловатым советам, вы сохраните фигуру и проблемы, связанные с **избытком веса** или **ожирением**, вам не грозят.

В России, например, в последнее время **как грибы растут** новые **точки общественного питания**: **чайные, кофейни, пиццерии**, разные специализированные (американские, мексиканские, японские, вегетарианские и др.) рестораны, **суши-бары**...

Меню таких заведений тоже специфическое. Многие из них в обеденный перерыв предлагает большой выбор **горячих блюд, салатов, десертов**, а также **комплексных обедов**. Из первых блюд здесь чаще всего предлагают **бульоны с крутонами** или лапшой. Из мясных блюд преобладают блюда из цыплёнка и **блюда-минутки**. Из овощных блюд – **кукуруза в початках, картофельные дольки** (картофель по-американски или фри), овощные салаты, реже – макаронные изделия.

Пиццерии предоставляют огромный выбор – до 50 видов **пиццы** трёх сортов: на тонком тесте, на пышном тесте, **пицца с начинкой**.

Некоторые рестораны и пиццерии предлагают особые услуги – **службу доставки**, принимающую и доставляющую **заказы в офис** или **на дом** в течение 30 мин.

В последнее время у молодёжи и людей среднего поколения пользуются популярностью итальянские рестораны. В меню – **рыба, лазанья, равиоли, спагетти, куриные крылышки**, жареный картофель. Подаются горячие закуски, салаты, десерты. Есть и специальные предложения: блюда „**на вынос**“ или **бизнес-ланч**, состоящий из супа, пиццы и напитка.

Теперь несколько слов о **чайных** и **кофейнях** (не будем путать с обыкновенным кафе!). В наши дни они стремительно входят в моду и становятся неотъемлемой частью городской жизни. В них назначают **деловые встречи** и **свидания**, сюда приходят пообщаться с друзьями. Успех чайных и кофеен пришёл с изменением **образа жизни** людей. Некоторые **сладкоежки** и **кофеманы** специально посещают такие заведения, чтобы съесть кусочек любимого **торта** и выпить **чашечку кофе**.

Менеджеры кофеен подразделяют клиентов на разные категории. По утрам у них завтракают работники ближайших офисов и иностранные туристы, потом наступает время встреч **деловых людей**. После трёх часов дня приходят в основном студенты, а по вечерам собираются **разношёрстные компании**. В вечернее время в чайных и кофейнях больше всего молодёжи в возрасте 16 – 25 лет, причём почти треть столиков занята исключительно **женскими компаниями**.

Кстати, самая популярная и престижная в России работа для молодых людей – **бариста**. Бариста – это специалист, который варит кофе на **эспрессо-машине**. Профессия эта родилась в Италии. Вероятно, происхождение этого слова связано с единицей атмосферного давления – баром, так как **эспрессо** готовят **под давлением**. Бариста должен профессионально **готовить, оформлять и подавать кофе** и любой из **кофейных напитков**. А значит, он должен быть **кофеваром, шоуменом, дизайнером** и психологом в одном лице. Уникальная специальность!

Если вы решили зайти в какую-нибудь кофейню или бар на **каппинг**,* обязательно посмотрите на артистическую работу баристы. При этом можете заказать кофе эспрессо **соло*** или **демитассе**.*

У посетителей кофеен сформировались свои предпочтения: бизнес-аудитория заказывает эспрессо (в том числе **двойной**); студенты – **американский кофе**. „Капучино“, „латтэ“ и другие виды **напитков с молоком** пьют в основном женщины.

В чайных можете заказать **чайник** ароматного чая, выбрав из 50 – 80 сортов (от зелёного до чёрного).

Сегодня становится модным придерживаться концепции **борьбы с курением** в общественных местах – **запрещать посетителям курить**. Однако многие хозяева **точек общепита** нашли **соломоново решение** и разделяют территорию на „**курящие**“ и „**некурящие**“ **зоны**, тем самым соблюдают интересы любых посетителей.

Если на Западе к кофейням и чайным относятся, как к обычным **общепитовским заведениям**, то в России на них всё ещё смотрят, как на **экзотику**.

Теперь любители пива в России могут вместо привычной когда-то **пивной** посетить современный **паб**. Здесь можно выпить **светлого** или **чёрного пива** разной **крепости**, побеседовать с друзьями. К пиву принято взять что-нибудь „**солёненькое**“.

Большой популярностью наравне с картофельными **чипсами** пользуются **чипсоны** и разного рода солёные закуски: **снеки, крабовые палочки** или **сушёные кальмары, крекеры, орешки, соломка** или **сухарики**.

ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРИК

***брэнд (бренд)** – это, прежде всего, торговая марка с устоявшимся имиджем.

***демитассе** – специальная маленькая чашка для подачи эспрессо, **фр.термин**, означающий „**полчашки**“.

***каппинг** – именно так на профессиональном языке называется дегустация кофе.

***мультиплекс** – кинотеатр, состоящий из нескольких небольших (на 60 – 150 мест) **кинозалов** ***оператор** – *здесь*: это лицо или фирма-организатор.

***соло** – название обычной порции эспрессо, ***фуд-корт** – ресторанный дворик.

Продукты быстрого приготовления

Супы быстрого приготовления, лапша и каши из пакетиков уже больше десяти лет пользуются в России успехом. „**Одноразовая**“ еда нравится всем, хотя далеко не все готовы в этом признаться. Продукты быстрого приготовления представлены на рынке в двух вариантах: **дегидрированные*** и **сублимированные.*** Первый вид – наиболее дешёвый и популярный, второй – **дорогостоящий** и малоизвестный широкому потребителю. В советские времена **супы в пакетиках** были изготовлены как раз из сублимированных продуктов – военные, космонавты, туристы питались именно такой едой, которую ещё тогда окрестили **сублиматом**. Что же касается **бульонных кубиков** и **растворимых пюре** иностранного производства, то они появились только в конце 80-х годов.

Самый продаваемый продукт быстрого приготовления – это лапша: стоит недорого и быстро готовится. В последнее время стали популярными упаковки лапши (вермишели) под названием „**Биг ланч**“, к которой, помимо **пакетика с пряностями**, прилагается **пакетик соуса**

или „элитный“ обед „Бизнес-ланч“ с пакетиком натурального тушёного мяса. Другое направление производства „быстрой“ еды непосредственно связано с приготовлением пищи. В последнее время производители делают основную ставку на **супы быстрого приготовления**, которые нужно варить, и продукты, помогающие в приготовлении пищи: **различные приправы, соусы, заправки (дресинги) для салатов, гранулированные и рассыпчатые бульоны**.

Кроме вышеперечисленных продуктов, есть ещё известное более 10 лет **растворимое картофельное пюре, каши быстрого приготовления** для завтрака и **солёные каши** для вторых блюд. Каши для завтрака стремительно завоевали рынок – они ассоциируются у граждан со **здоровым образом жизни** и потребляются с удовольствием даже самыми активными противниками еды быстрого приготовления.

НОВОЕ НА РЫНКЕ ПОЛУФАБРИКАТОВ

Темп жизни всё убыстряется, нет времени полдня стоять на кухне у плиты. Как помочь? Ответ простой – полуфабрикаты. Вот выход из положения!

В настоящее время российский рынок насыщен полуфабрикатами как отечественного производства, так и импортными. Что может быть проще: пришёл домой, открыл пачку или пакет с уже почти готовой едой, положил содержимое в тарелку и поставил на 3 минуты в **микроволновку**, или за 5 минут **обжарил на сковородке**. Сейчас в магазинах можно купить овощные, мясные или рыбные **наггетсы**, цветную капусту, сыр или **мясо в панировке**, рыбные или мясные **палочки, зразы, тефтели, фрикадельки, пиццу, куриные крылышки, ножки, стейки** в панировке и **в кляре**, картофельные **крокеты, гамбургеры** и многое, многое другое.

Практически в любом супер- или гипермаркете продаются также **порционные охлажденные полуфабрикаты**, сухие и замороженные **соусы, гарниры и супы**, готовые смеси для десертов, **сухие смеси для тортов, пудингов, оладий, блинов** и т. д.

Большой популярностью пользуются так называемые „готовые завтраки“. Это **кукурузные хлопья** (корн флекс), **мюсли хлопья** и **мюсли батончики**, **шоколадные шарики**, **овсяные колечки**, или **каша-минутка** и прочая „вкуснятина“: залил молоком – и завтрак готов!

Для тех, кто придерживается здорового образа жизни и не хочет или не может есть хлеб, **круассаны**, булочки и т. д., предлагаются вместо обыкновенного хлеба – **хлебцы** (пшеничные, ржаные), **диетические сухарики**, **зерновой хлеб** или **хлеб с отрубями**. Из молочных продуктов – йогурты с мюсли или с cereальными злаками, для вегетарианцев – продукты из сои: **соевое мясо**, молоко, мука, майонез и т. д.

Российский рынок полон и новыми сладостями. В первую очередь это шоколад, шоколадные пасты (Нутелла), шоколадные и мюсли батончики, шоколадные яйца (Kinder Surprise), печенье с наполнителями, восточные сладости, леденцы, жвачки, гофры, вафли и вафельные трубочки, тоффи, шипучки, засахаренные орехи, пастила...

НАПИТКИ

Рынок алкогольных напитков также значительно расширился за счёт импортных товаров: абсент, бренди, виски, джин, граппа, мескаль, текила, кальвадос, sake, ром...

Чтобы перечислить все виды **безалкогольных напитков**, выпускаемых и ввозимых в Россию, можно было бы исписать несколько десятков страниц. Остановимся только на самых популярных: классические **газированные напитки**, **минеральная вода**, **соки**, **нектары**, **пепси-кола**, **кока-кола**, **шорле,* энергетические** и **изотонические напитки** (для спортсменов), **холодный чай**, **холодный кофе...**

АВТОМАТНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ

В последнее время распространился так называемый **вендинговый бизнес,*** который имеет **многомиллиардные обороты**. **Транснациональные** автоматные сети эксплуатируют

сотни тысяч автоматов. Мировым лидером по развитию **вендинга** является Япония. В ней установлено около 7,5 млн. автоматов. Некоторые из них даже умеют жарить яичницу. **Автоматическая торговля** появилась давно. Первым продаваемым товаром стала **жевательная резинка**. В 20-х годах XIX века с помощью автоматов начали продавать сигареты, в 30-х – **прохладительные напитки**.

В Советском Союзе вендинговый бизнес был хорошо развит. По всей стране были установлены **автоматы по продаже газированной воды**. Три копейки **стоила** вода с сиропом, а копейку – без сиропа. Также стояли **автоматы по продаже пива и бутербродов**. С началом перестройки торговля через автоматы **развалилась**. Одной из главных причин исчезновения автоматов стала **инфляция**.

Автоматная торговля в России стала возрождаться только во второй половине 90-х лет. На данный момент, по мнению специалистов, крупнейшими **операторами** рынка являются Coca-Cola и Nestlé.

Для автоматной торговли подходит далеко не каждый **товар**. Во-первых, он должен быть удобным для продажи. А во-вторых, это должен быть продукт „**моментального спроса**“. Именно поэтому основные товары, реализуемые через автоматы, – это жевательная резинка, **горячие напитки, чипсы, банки и бутылки с напитками, сигареты, шоколадки** и т. д. Наиболее **рентабельными** и популярными считаются **кофейные автоматы**, а самыми **малоприбыльными** – торгующие **расфасованными продуктами**.

Вторыми по популярности являются **механические автоматы** для продажи жевательной резинки, мелких игрушек и леденцов. Механические автоматы очень **просты** как **в обслуживании**, так и в установке, они не требуют электричества, а благодаря небольшим размерам и весу очень **мобильны**.

В последнее время всё большее распространение имеют **автоматы по продаже** всевозможных **карточек** – от обыкновенных **телефонных карт** и **карт оплаты сотовых операторов** до **электронных денег**.

Также стали появляться **автоматы по продаже газет**. Ещё один **сегмент рынка** – это **полуавтоматы** для приготовления кофе, установленные в офисах. Кофемашины бесплатно предоставляются компаниям с условием, что они будут ежемесячно выкупать у поставщика не менее определенного количества **капсул зернового кофе**. Это очень удобно: **потребителю** достаточно вставить в кофейный аппарат капсулу и получить на выходе готовый **качественный напиток**.

ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРИК

*вендинг – подача товаров и услуг через торговый автомат.

*дегидрированные продукты – приготовленные с помощью технологии термического высушивания.

*снековый автомат – автомат по продаже штучного товара.

*сублимированные продукты – процесс обезвоживания продуктов в вакуумных установках.

*шорле – смесь минеральной воды и сока.

Зависимость переводного эквивалента от лексической сочетаемости слова

Слово „mezi“ переводим:

– между (двумя): почтой и вокзалом, столовой и рестораном...;

– среди (многих): девушек, друзей, закусок, напитков...

Слово „pracovník“ переводим:

- работник (охраны, рекламы, связи, административный, внештатный, временный, рядовой, сезонный, социальный, технический, штатный...);
- сотрудник (газеты, Интуриста, консульства, посольства, таможни, управления...).

Слово „společnost“ переводим:

- компания (зарубежная, ипотечная, консалтинговая, лизинговая, промышленная, строительная, транспортная, холдинговая, частная...);
- общество (акционерное, благотворительное, инвестиционное, научно-техническое, с ограниченной ответственностью...).

Слово „rozšířit“ переводим:

- распространить (действие, информацию, слухи, опыт, результаты...);
- расширить (ассортимент, дорогу, клиентуру, потребление, полномочия, продукцию, рынок, связи, цех...).

Слово „přestávka“ переводим:

- перерыв (биржевой, обеденный, технологический, на перекур, на работе...);
- перемена (большая, в школе); – антракт (в театре).

Слово „služba“ переводим:

- служба (аварийная, библиотечная, военная, курьерская, охранная, полицейская, справочная, сыскная, телеграфная, доставок, поставки, связи...);
- услуга (услуги) (встречная, дружеская, специфическая, банковские, бесплатные, денежные, депозитные, жилищные, коммерческие, комплексные, личные, нотариальные, общественные, платные, посреднические, ремонтные, сервисные, торговые, транспортные, финансовые, юридические, банка, врача, переводчика...).

Слово „zařízení“ переводим:

- оборудование (гаража, кухни, лабораторное, помещения, рабочего места, офисное...);
- установка (дождевальная, испытательная, контрольная, машинная, отопительная...);
- устройство (аварийное, загрузочное, измерительное, копировальное, печатающее...);
- учреждение (детское, жилищное, культурное, лечебное, спортивное, школьное...).

Русско-чешские омонимы

а) русское слово „век“ = století (dvacáté, minulé, příští...);

б) чешское слово „věk“ = возраст (брачный, зрелый, школьный, участников...).

а) русское слово „заказать“ = objednat (hovor, lístky, oběd...);

б) чешское слово „zakázat“ = запретить (деятельность, импорт, книгу, стоянку...).

а) русское слово „значение“ = „význam“ (informace, historický, právní, zvláštní...);

б) чешское слово „značení“ = маркировка (наружная, специальная, транспортная...).

а) русское слово „народ“ = lid (prostý, pracující, všechen...);

б) чешское слово „národ“ = нация (чешская, жизнеспособная...).

а) русское слово „овощи“ = zelenina (kořenová, listová, v octě...);

б) чешское слово „ovoce“ = фрукты (засахаренные, мороженые, семечковые...).

а) русское слово „потребовать“ = využít si (doklady, potvrzení, údaje...);

б) чешское слово „potřebovat“ = нуждаться (в информации, в помощи, в средствах).

- а) русское слово „старость“ = *stáří* (*vysoké, zařízení...*);
 б) чешское слово „starost“ = забота (материнская, о детях, о здоровье...).

- а) русское слово „следовать“ = *jet* (*naprázdno, přes hranice, s nákladem...*);
vyplývat (*z dohody, z rozhodnutí, ze zákona...*);
 б) чешское слово „sledovat“ = следовать (за действием, за политикой, за ходом...).

Паронимы (слова по форме близкие, но семантически различные)

- экономия (*úspora, hospodárnost*) – (годовая, материальная, ожидаемая, чистая...);
- экономика (*ekonomika, hospodářství*) – (динамическая, директивная, либеральная, рыночная, теневая, убыточная...).
- отметить (*zaznamenat, poznamenat*) – (в протоколе, дату, ответ, платёж, рост...);
oslat – (годовщину, день рождения, событие, юбилей...);
- заметить (*zpozorovat, všimnout si*) – (дефект, недостатки, ошибку, расхождения...).

- доставить (*dopravit, doručit*) – (авиатранспортом, багаж, груз, информацию, на дом, по почте, посылку, товар...);
způsobit – (радость, удовольствие...);
- поставить (*dodat*) – (в сеть, в срок, груз, на рынок, нефть, по запросу, против оплаты, с просрочкой, товар фирме...);
dát – (в зависимость, в связь, в пример, в скобки, градусник, на голосование, на повестку дня, на ремонт, отметку...);
uvést – (на сцене, оперу, пьесу, спектакль...).

- представить (*předložit, podat*) – (арбитражу, доказательства, документы, к акценту, концепцию, на подпись, на заверение, на рассмотрение, на утверждение, отчет, предложение, руководству, свидетельство, счёт, требование...);
navrhnout – (к награде, к торгам...);
- предоставить (*poskytnout*) – (бесплатно, в залог, возмещение, гарантию, жильё, клиенту, кредит, отпуск, под залог, сведения, скидку, услуги...).

- перекусить (*sníst narychlo*) – (гамбургером);
- закусить (*pojíst, nasvačit se*) – (бутерброд)

- в течение (*během*) – (года, сезона, срока годности, осени...);
- в течении (*v proudu*) – (верхнем, нижнем, реки, событий...).

Зависимость перевода от лексико-семантического варианта многозначного слова:

1) mít

řipomínky	быть у кого: замечания	informace	владеть информацией
následky	влечь последствия	v úschově	держат на хранении
užitek	извлечь пользу	možnost	иметь возможность
odpovědnost	нести ответственность	právo	обладать правом
potíže	испытывать затруднения	projev	выступить с речью
přednášku	читать лекцию	účinek	оказать действие

autoritu prostředky	пользоваться авторитетом располагать средствами	havárii nouzi	потерпеть аварию терпеть нужду
--------------------------------	--	--------------------------	---

2)nabýt

moci splatnosti hodnoty účinnosti	вступить в силу наступить: срок платежа принять значение стать действенным	jmění práva občanství na hodnotě	нажить имущество получить право приобрести гражданство увеличиться в стоимости
--	---	---	---

3)najmout si

kancelář právníka	заарендовать офис нанять юриста	lod' místnost	зафрахтовать судно снять помещение
------------------------------	--	--------------------------	---

4)nastoupit

do řady do práce do tramvaje dovolenou	выстроиться в ряд выйти на работу войти в трамвай уйти в отпуск	do funkce do služby do vlaku trest	вступить в должность поступить на службу сесть в поезд начать отбывать наказание
---	--	---	---

5)nechat

kouření předjet hlasovat	бросить курить дать обогнать поставить на голосование	ležet na skladě vzkaz na sebe čekat	выдержать на складе оставить записку заставить ждать себя
---	--	--	--