**Предприятие быстрого питания**

**Быстрое питание**, **блюдо быстрого питания**, **пищевой продукт быстрого**[**приготовления**](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BF%D0%B8%D1%89%D0%B8), **фастфуд** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *fast* «быстрый» и *food* «пища») — [питание](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) с уменьшенным временем употребления и приготовления пищи, с упрощёнными или упразднёнными [столовыми приборами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%8B) или вне [стола](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%BE%D0%BB). Для [общественного](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) быстрого питания предназначены [рестораны быстрого питания](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8B_%D0%B1%D1%8B%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F), иногда также как и само питание называемые фаст-фудами.

**История быстрого питания**

Ресторан [Subway](https://ru.wikipedia.org/wiki/Subway_(%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C_%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2)" \o "Subway (сеть ресторанов)) в [Санкт-Петербурге](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%82-%D0%9F%D0%B5%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3). Subway — крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого обслуживания «[Макдоналдс](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B4%D1%81)» раньше являлся самой крупной в мире сетью фастфуда

Блюда быстрого приготовления существуют в национальной кухне различных стран мира (например, итальянская [пицца](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%86%D1%86%D0%B0)). В 1921 году в [Канзасе](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B7%D0%B0%D1%81) открылась компания White Castle, фирменным блюдом которой были диковинные в то время [гамбургеры](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%BC%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B5%D1%80). Устойчивая цена (5 центов вплоть до 1946 года) и диковинность привлекали покупателей, а сомнения в безопасности продукта были развеяны в результате хитрого хода владельца компании Билли Инграма (когда специально нанятые люди в белых халатах создавали впечатление, что даже врачи покупают гамбургеры). В конце 1940-х у компании White Castle стали появляться конкуренты, из которых самым серьёзным стал [McDonald’s](https://ru.wikipedia.org/wiki/McDonald%E2%80%99s" \o "McDonald’s).

Гонконгские [чхачханьтхэны](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D1%85%D0%B0%D1%87%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%8C%D1%82%D1%85%D1%8D%D0%BD" \o "Чхачханьтхэн) — азиатская разновидность ресторанов быстрого обслуживания, возникшая в 1950-х годах. В этих заведениях подают блюда, сочетающие в себе китайские и европейские черты, в частности, [смесь чая с кофе и сгущённым молоком](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AE%D0%B0%D0%BD%D1%8C%D1%8F%D0%BD_(%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA)), суп с лапшой быстрого приготовления и ветчиной, а также разнообразные варианты [сэндвичей](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%8D%D0%BD%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D1%87)[[1]](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%8B%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5#cite_note-1).

Развитие сети [McDonald’s](https://ru.wikipedia.org/wiki/McDonald%E2%80%99s" \o "McDonald’s) также показывает распространение фастфуда: в 1956 году в США было 14 ресторанов McDonald’s, в 1960 году — 228, в 1968 году — 1000, в 1975 году — 3076, в 1980 году — 6263, в 1984 году — 8300, в 1990 году — 11800. Сейчас у корпорации McDonald’s больше 30 тыс. заведений в 119 странах мира.

**Причины популярности**

Преимущество этих блюд является быстрота приготовления и употребления, дешевизна (относительно обычных ресторанов с официантами). С одной стороны, это находит отклик у потребителя (особенно в крупных городах с насыщенным ритмом жизни). С другой стороны, такая пища очень технологична, что позволяет сетям фастфуд быстро развиваться. Не последнюю роль играет агрессивная реклама в различных СМИ

**Ресторан быстрого питания** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *fast food restaurant*) или просто **фаст-фуд** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *fast food*), также — **ресторан быстрого обслуживания** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *quick service restaurant*), **предприятие быстрого питания** или **предприятие быстрого облуживания** — тип [предприятия общественного питания](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F), характеризующийся быстрым приготовлением пищи, а также минимальным, или отсутствующим обслуживанием посетителей официантом. Рестораны быстрого питания, как правило, является частью сети ресторанов или франшизы, которая предоставляют стандартизированные ингредиенты и/или частично готовые продукты и расходные материалы для каждого ресторана через контролируемые каналы поставок.

Среди наиболее распространенных за рубежом предприятий быстрого обслуживания можно выделить три следующих типа предприятий, работающих по технологическим схемам:

• «доготовка — комплектация — отпуск»;

• «хранение — разогрев — комплектация — отпуск»;

• «хранение — разогрев — отпуск».

**Предприятие общественного питания** – предприятие, предназначенное для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализации и (или) организации потребления (ГОСТ Р 50647).

**2 .Классификация предприятий**

Предприятия общественного питания классифицируют:

* по степени централизации производства (с законченным производственным циклом – работающие на сырье, на полуфабрикатах, заготовочные и не имеющие производства – раздаточные);
* по характеру обслуживаемого контингента (с изменяющимся контингентом – общедоступные, с постоянным контингентом – пищеблоки при школах заводах и т.п.);
* по признаку специализации (комплексные, общего типа, специализированные по выпуску определенных видов продукции);
* по методу обслуживания (обслуживание официантами, самообслуживание);
* по наценочной категории и уровню обслуживания (люкс – рестораны; высшей – рестораны, кафе, бары; первой – рестораны, кафе, специализированные предприятия; второй – общедоступные столовые, кафе, специализированные предприятия, буфеты; третьей – столовые и буфеты, обслуживающие рабочих, служащих, студентов и учащихся).

В зависимости от времени функционирования предприятия общественного питания могут быть постоянно действующими и сезонными.

Предприятия подразделяются также на стационарные и передвижные.

В соответствии с ГОСТ 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» в составе индустрии питания выделены следующие типы предприятий: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. В составе указанных типов в последние годы большую популярность завоевали узкоспециализированные предприятия быстрого обслуживания.

**3. Характеристика предприятий**

**Кафе** – широко распространенный тип предприятия питания, отличающийся от ресторанов в первую очередь ассортиментом реализуемой продукции и, как следствие, организационными и проектными особенностями.

Кафе различают:

* по ассортименту реализуемой продукции – кафе-мороженное, кафе-кондитерская, кафе-молочная, кафе-пышечная;
* по контингенту потребителей – кафе молодежное, детское и др.

Меню кафе-пышечной может включать широкий ассортимент напитков (горячих и холодных), мучных изделий – пышек, мучных кондитерских изделий, десертов, а также холодные закуски и вторые горячие блюда. Холодные и горячие закуски и вторые горячие блюда, как правило, несложные в изготовлении, и для их производства чаще всего применяют различные полуфабрикаты.

Кафе, так же как и рестораны, сочетают производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха. Номенклатура услуг, предоставляемых кафе-пышечной может складываться из следующего перечня:

* изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей;
* организация и обслуживание торжеств (детские дни рождения);
* реализация кулинарной продукции и кондитерских изделий через магазин и отделы кулинарии;
* реализация кулинарной продукции вне предприятия.

Ограниченность ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции, а также несложность ее изготовления определяют и более ограниченные требования к архитектурно-планировочным решениям предприятия и его оформлению. Так, вывеска допускается обычная – без подсветки. Оформление залов и помещений для потребителей должно создавать только единство стиля, а микроклимат обеспечиваться системой вентиляции, создающей допустимые параметры температуры и влажности.

Обязательным в составе помещений для потребителей кафе являются: вестибюль, гардероб, зал, туалет с помещением для мытья рук.

Размер площадей для потребителей в кафе регламентируется только для зала и должен составлять не менее 1,6 м на одно место.

Размер зала напрямую связан с формой обслуживания – официантами или самообслуживанием. При обслуживании официантами размер залов следует предусматривать больших площадей, так как требуется устанавливать столики комплектации и иметь свободные проезды для сервировочных тележек.

Кафе в отличие от закусочной сочетает производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха и развлечений потребителей.

**Закусочная** – предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья или полуфабрикатов, предназначенное для быстрого обслуживания потребителей.

По ассортименту реализуемой продукции закусочные разделяют на две категории: общего типа и специализированные. Сеть специализированных закусочных достаточно широка и включает в себя сосисочные, пельменные, блинные, пирожковые, пончиковые, шашлычные, чайные, пиццерии. Специализация предприятия напрямую связана с преобладанием в ассортименте одного из блюд, а также сопутствующих ему горячих и холодных закусок, бутербродов, кондитерских изделий и разнообразных холодных и горячих напитков.

Большинство закусочных относят к предприятиям быстрого обслуживания, в которых действует система самообслуживания со свободным выбором блюд. Для сокращения площади торгового зала и увеличения пропускной способности здесь устанавливают высокие столы, за которыми потребители могут есть стоя.

Рациональной считается выносная торговля на специальных площадках, примыкающих непосредственно к предприятию. Такая работа организуется в весенне-осеннее время в зонах отдыха. На площадках устанавливают столы, стулья и специальные зонты над каждым столиком или тент над площадкой.

В крупных современных супермаркетах организуется широкая сеть кафетериев, продукция которых близка закусочным: бутерброды, сосиски, пицца, мучные кондитерские изделия, горячие и холодные напитки. В кафетерии организуют одно или два рабочих места и оснащают их микроволновыми печами, кофеварками, аппаратами для охлаждения соков, холодильниками. Продукция, как правило, отпускается в разовой посуде, что не требует наличия моечной посуды и значительно сокращает площади, занимаемые предприятием.

Требования к архитектурно-планировочным решениям закусочных включают в себя наличие вывески с обычным оформлением и системы вентиляции, обеспечивающей допустимые параметры температуры и влажности.

Состав помещений для потребителей регламентируется только по наличию зала, площадь которого должна быть организована из расчета 1,8 м на одно место с раздачей.

Кафе и закусочные, в отличие от ресторанов и баров, которые подразделяют на три класса, на классы не подразделяют.

**Предприятие питания смешанного типа**. В рамках кафе и закусочных также возможно проектирование двух торговых залов с отдельными входами. В каждом из них реализуют определенный вид продукции, например, кафе-пышечная – кафе-кондитерское, кафе-блинная – кафе-пирожковая, шашлычная – пельменная и т.д.

Такая организация работы дает возможность разделить поток потребителей определенного вида продукции и таким образом увеличить пропускную способность предприятия в целом.

Как видно из приведенного выше примера, совмещение кафе и закусочной основано на выпуске и реализации кулинарной продукции, близкой по технологии приготовления и имеющей в основе рецептур одинаковые продукты, такие как молоко, мука, яйца, мучные изделия, мучные кондитерские изделия и т.д.