**ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Остапченко И.М., Дурунча Н.А.

ГНУ Всероссийский научно-исследовательский институт табака, махорки и

табачных изделий Россельхозакадемии, г. Краснодар

На стадии разработки или модификации марки сигарет существует два основных этапа для создания технических требований или спецификаций.

1. Проектирование характеристик продукции, необходимых для изготовления сигарет соответствующих требованиям безопасности, с определенными потребительскими свойствами и оригинальным эстетическим оформлением.
2. Проектирование производственных характеристик, необходимых для создания продукции с заданными физическими характеристиками.

Примерами первой группы являются:

- рецептура табачной мешки (компонентный состав, химический состав табачного сырья);

- масса табака в сигаретах;

- ширина волокна и влажность табака в сигаретах;

- конструктивные элементы сигарет (длина сигареты и фильтра, диаметр сигареты и фильтра, степень вентиляции сигареты и фильтра, сопротивление затяжке);

- контроль показателей табачного сырья, полуфабрикатов, готовой продукции и обеспечение отсутствия конструктивных отклонений и изъянов, таких, как например, слабая приклейка фильтров, различная интенсивность окраски пачек и т.д.

Примерами характеристик второй группы служат:

- технологические параметры производственных процессов;

- показатели качества нетабачных материалов (прочность и влажность бумаги и картона, ширина разрывной ленты, воздухопроницаемость сигаретной бумаги, тип и удерживающая способность фильтров и т.д.).

В некоторых случаях показатели качества в технических требованиях не могут быть выражены в числовых значениях. Например, требования к интенсивности цвета упаковки или печатного оттиска сигареты.

В этом случае должны быть установлены эталонные образцы и специалист, выполняющий визуальный контроль не должен пропустить ни одной упаковки или сигареты, выходящей за пределы, установленные в технических требованиях.

Так как технические требования являются первоисточником для установления качества и начальной точкой для контроля качества в сигаретном производстве, поэтому программа для разработки технических требований должна включать:

* производство;
* техническое оснащение;
* маркетинг;
* исследования рынка продукции;
* исследование рынка вспомогательных материалов.

Процесс создания технических требований начинается с маркетинга, изучения рынка и прогнозирования его развития. Это позволяет получить информацию необходимую для проектирования или улучшения марки сигарет, удовлетворяющей требованиям потребителей.

Термин «маркетинг» является одним из самых неверно трактуемых. В прошлом он определял совокупность различных видов деятельности, направленной на то, чтобы поток товаров и услуг от производителя достигал потребителя. Это определение в большей степени относилось к транспортировке и распределению товаров. В этот период в основном полагались на рекламу. Позже стало очевидно, что силовое давление рекламы не сдвинет с места сбыт товаров, в которых потребители не нуждаются или нуждаются в объемах гораздо меньших, чем произведено товаров.

Сегодня сфера маркетинга включает гораздо большее число видов деятельности ввиду перенасыщения рынков товарами и конкурентной борьбой производителей за рынки сбыта.

Производители продукции осознали, что гораздо выгоднее определить заранее, пристрастия покупателей, в каких объемах прогнозируется спрос и только потом производить то, что удовлетворит их желания.

Маркетинг - деятельность, направленная на изучение спроса, прогнозирование объемов продаж, направленного регулирования потоков рынка, продвижение товара.

Для предприятий и компаний, работающих на основе данной концепции, задача маркетинга состоит в том, чтобы поддерживать цикл «маркетинг-обмен», так как маркетинг начинается и заканчивается потребителем.

Примерный список вопросов, которые должен поставить перед собой производитель на стадии создания или усовершенствования марки сигарет и специалисты, в функции которых входит поиск ответов на поставленные вопросы, приводится ниже:

|  |  |
| --- | --- |
| Поставленные вопросы | Направление деятельности специалистов |
| 1 | 2 |
| - | Физические параметры сигареты: длина, диаметр, длина ободковой бумаги (типпинга)  | Маркетинг и исследование рынка |
| - | Параметры сигареты: с фильтром или без фильтра, содержание смолы и никотина (полный вкус, легкие и т.д.), направление аромата и вкуса ароматизированные или нет  | Маркетинг и исследование рынка |
| - | Физические параметры упаковки: размер и вид упаковки, тип фольги, тип разрывной ленточки и т.д. | Маркетинг и исследование рынка |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 |
| - | Дизайн сигареты, упаковки и печатного оттиска, вид фольги (блестящая или матовая), дизайн разрывной ленты, ее цвет и т.д. | Маркетинг и исследование рынка |
| - | Характеристики сигареты: состав мешки, уровень влажности, планируемое сопро-тивление затяжке (сигареты, табачного жгута и фильтра), диаметр, масса, уровень вентиляции, тип вентиляции и т.д.  | Служба главного табачного мастераСлужба качества |
| - | Требования к сырью и материалам: характеристики табачного сырья в ассортименте, воздухопроницаемость сигаретной бумаги, фицеллы и ободка, масса упаковки, ее размер и влажность, такие же параметры для пачки, короба и блока и т.д. | Отдел закупок, включая закупку листового табака |

Если ответы на поставленные выше вопросы уже найдены и цели определены, то следующий этап – определение производственных и механических функций, которые касаются характеристик машин и требований к ним.

Затем происходит сопоставление производственных технических требований с требованиями в торговли, что обеспечивает обратную связь относительно возможностей сбыта.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Поставленные вопросы | Направление деятельности специалистов |
| - | Производительность машины и возможность выпуска требуемого объема продукции с определенными физическими параметрами и их сочетанием | Отдел технического обеспечения |
| - | Обеспечение возможности контроля установленных характеристик продукции. Например: какие колебания могут быть по уровню влажности, массе, диаметру, степени вентиляции или сопротивлению затяжке. | Служба качества и лабораторного контроля |
| - | Гарантируемая поставка необходимого качества и количества табачного сырья и нетабачных материалов, в соответствии с установленными требованиями по качеству и объему производства | Отдел закупок, включая закупку листового табака |

После решение всех вышеизложенных вопросов составляются технические требования на марку сигарет, с указанием конкретных характеристик и значений, а также стандартных отклонений.

Технические требования на каждую марку сигарет утверждаются руководителем предприятия, контроль соблюдения их возлагается на инженерно-технический персонал производства. Внесение любых изменений в установленные требования может быть произведено на основании процедуры, установленной на предприятии и утвержденной руководителем.

Разработка технических требований на каждую марку сигарет и их выполнение являются гарантией выпуска конкурентоспособной продукции.

**Литература**

1. Федеральный Закон от 22 декабря 2008 г. № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию»

2. Практический маркетинг № 48 (№2 2001 г.) - М.,2001.

3. Практический маркетинг № 52 (№6 2001 г.) - М.,2001.

4. Лабораторный контроль табачного сырья, нетабачных материалов и табачной продукции. Методическое пособие. - Краснодар, 2012.