

## ОФОРМЛЕНИЕ УПАКОВОК ДЛЯ КОРМОВ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ

Гапеева У.О., Долгая В.В.

Научный руководитель: к. т. н., доцент Садовская А.В.  
Белорусский национальный технический университет

Объектом исследования в данной работе является изучение рынка кормов для домашних животных в Беларуси, анализ упаковок, разработка дизайна упаковки для корма. Исследование проводилось в марте-апреле 2024 года в торговой сети Green. Изученные торговые марки – Purina, Kitekat, Whiskas, Perfect fit, Royal Canin.

В основном в торговой сети представлена продукция зарубежного производства. Продукция белорусского производства представлена кормами Pet's Brunch. «Забота в каждом кусочке» – говорит о своем продукте производитель, так же обещает более 42% мясных ингредиентов, отсутствие глютена, натуральные экстракты и защиту иммунитета.

Корм для животных (кошек) выпускается в сухом, влажном и консервированном виде. Так же корм классифицируется в зависимости от породы, возраста, физического состояния и образа жизни: корм для котят, беременных и кормящих кошек, функциональный корм, корм для взрослых кошек с чувствительным пищеварением и т.д. На упаковках с кормом производители размещают рекламную информацию с различными обещаниями о том, что корм придает блеск шерсти, является сбалансированным питанием, содержит натуральные ингредиенты, витамины и минералы, поддерживает иммунитет и т.д.

Упаковки зеленых, синих, розовых цветов визуально выделяются на торговой полке, этому способствует также расположение продукции на стеллаже и использование яркого цвета в оформлении упаковки. Однако стоит отметить, что самой заметной является продукция, которая расположена на небольших отдельных стеллажах преимущественно на уровне глаз. Упаковки с бледными цветами в дизайне терялись на фоне ярких упаковок. Заметна на полке продукция «Дарлинг» (Purina Darling), в дизайне классической линейки ярко красные цвета, продукция размещается преимущественно блоками на торговых полках, что образует заметное «цветовое пятно».

Purina (от Nestle) – один из самых известных и узнаваемых брендов среди кормов для домашних животных, который существующий уже более 90 лет. Главный слоган Purina – «Ваш питомец – наше вдохновение». Данный слоган подчеркивает внимание производителя к питанию и уходу за

домашними животными. В разнообразной линейке кормов Purina представлены продукты для домашних питомцев разных возрастов и размеров, а также для животных с особенностями здоровья (Purina ONE, Fancy Feast, Pro Plan и т. д.), что предоставляет большой выбор для покупателя. Purina вкладывает значительные средства в маркетинг и рекламу, включая телевизионную, в социальных сетях и рекламные акции в магазинах. В сравнении с премиальными брендами, такими как Royal Canin, Purina часто рассматривается как более доступный вариант для массового рынка, привлекающий широкий круг покупателей. Компания Purina активно сотрудничает и содействует обмену знаниями с исследовательскими центрами в области питания домашних животных и позиционирует свою продукцию как рекомендованную ветеринарами, что повышает доверие к бренду.

В дизайне упаковки корма Purina Pro Plan выделяются логотип и торговая марка, а также используются яркие цвета (красный, синий, оранжевый), что выделяет продукт на переполненных полках зоомагазинов и торговых сетей. На лицевой стороне упаковки изображены ухоженные и элегантные кошки. Также на упаковке четко обозначены ключевые питательные характеристики и преимущества конкретной формулы, например «Высокое содержание белка» или «Для поддержания здоровья почек», что помогает владельцам домашних животных при выборе продукта найти то, что лучше соответствует потребностям их питомцев. По сравнению с более подробным и техническим подходом Royal Canin, в упаковке Purina Pro Plan используется более лаконичный и удобный для потребителя язык. Благодаря этому среднестатистическому владельцу домашнего животного легче понять основные преимущества и особенности продукта. В целом в дизайне упаковок Purina Pro Plan соблюдается баланс между визуальным воздействием, эмоциональной привлекательностью и четкой информацией о преимуществах продукта (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Корма для кошек «Дарлинг» и «Purina Pro Plan»

При разработке собственного дизайна упаковки для кормов домашних животных нами на упаковку вынесены ключевые преимущества продукта, особенности рецептуры (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Преимущества кормов, указанные на боковой части упаковок

За основу цветового решения взяли монохромное сочетание с цветовыми акцентами в виде цвета глаз кошки на лицевой части упаковки. Через цвет глаз отображен вкус корма: зелёные глаза-говядина, синие-лосось, жёлтые-курица. Использование данных ассоциаций делает выбор более удобным для покупателя. На лицевой части серии упаковок расположено графическое изображение кота определенной породы (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Разработанный дизайн упаковки для корма

В качестве основы для упаковки был выбран мелованный картон, он плотный, гибкий и пригоден для высококачественной печати, что создаст привлекательный внешний вид на полках. Специальное покрытие гарантирует водоотталкивающие свойства материала и приятную гладкость. Также из-за нераспространённости данного материала, он будет выделяться в отделе кормов и привлекать внимание покупателя.