

Эрдынеев Дмитрий Цырендоржиевич

студент

Цыбенова Любовь Георгиевна

канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный

университет технологий и управления»

г. Улан-Удэ, Республика Бурятия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

Аннотация: в работе анализируются вопросы современных подходов к автоматизации творческих процессов, рассматриваются возможности машинного обучения для создания эффективных упаковочных решений. Особое внимание уделено влиянию ИИ-технологий на потребительское поведение и маркетинговую эффективность упаковки. Продемонстрировано как алгоритмы искусственного интеллекта способны анализировать предпочтения целевых аудиторий, оптимизировать визуальные элементы и создавать персонализированные дизайнерские решения. Выявлены основные преимущества и ограничения использования ИИ в упаковочной индустрии и прогнозированы перспективы развития данного направления.

Ключевые слова: искусственный интеллект, дизайн, упаковка, автоматизация, персонализация, маркетинг.

Современная упаковочная индустрия переживает период кардинальных изменений, связанных с внедрением технологий искусственного интеллекта. Согласно исследованиям российских ученых, рынок «умных» упаковочных решений в России демонстрирует устойчивый рост на 15–20% ежегодно [3]. Традиционные подходы к созданию упаковки, основанные исключительно на творческой интуиции дизайнеров, постепенно дополняются и трансформируются под воздействием алгоритмических решений.

Искусственный интеллект открывает беспрецедентные возможности для анализа потребительского поведения и создания упаковки, максимально соответствующей ожиданиям целевой аудитории. Современные алгоритмы способны обрабатывать огромные массивы данных о предпочтениях покупателей, анализировать успешные дизайнерские решения и генерировать новые концепции с высокой степенью коммерческой привлекательности [7].

Особую актуальность данная тема приобретает в контексте растущей конкуренции на потребительском рынке, где упаковка зачастую становится решающим фактором выбора товара. Исследования показывают, что 70% покупательских решений принимается непосредственно в торговой точке, и визуальное восприятие упаковки играет в этом процессе ключевую роль [2].

Интеграция технологий машинного обучения в дизайн-процессы позволяет не только ускорить создание упаковочных решений, но и повысить их эффективность за счет научно обоснованного подхода к выбору цветовых схем, композиционных решений и графических элементов. Это представляет особый интерес для российских производителей, стремящихся укрепить позиции на внутреннем рынке и расширить экспортный потенциал.

Внедрение искусственного интеллекта в процессы создания упаковочного дизайна базируется на нескольких ключевых технологических направлениях. Машинное обучение, компьютерное зрение и нейронные сети формируют технологическую основу для революционных изменений в отрасли [4].

Алгоритмы глубокого обучения демонстрируют выдающиеся результаты в области генерации визуального контента. Генеративно-состязательные сети (GAN) способны создавать уникальные дизайнерские решения, анализируя существующие образцы успешной упаковки и выявляя закономерности, определяющие их привлекательность для потребителей [1].

Компьютерное зрение обеспечивает автоматический анализ визуальных характеристик упаковки:

- распознавание и классификация графических элементов;
- анализ цветовых схем и их психологического воздействия;

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

-
- оценка композиционных решений и визуального баланса;
 - определение степени соответствия дизайна корпоративной идентичности;
 - выявление потенциальных проблем восприятия и читаемости.

Технологии обработки естественного языка позволяют анализировать текстовые отзывы потребителей о продукции, выявляя скрытые предпочтения и ассоциации, которые можно учесть при разработке упаковочного дизайна. Российские исследователи отмечают, что такой подход повышает точность прогнозирования потребительской реакции на 35–40% [6].

Особого внимания заслуживают алгоритмы, способные учитывать культурные особенности и региональные предпочтения. Для российского рынка это особенно актуально, учитывая его многонациональный характер и разнообразие потребительских сегментов. ИИ-системы могут адаптировать дизайнерские решения под специфику различных регионов, оптимизируя упаковку для максимальной эффективности в конкретных географических и социокультурных условиях.

Интеграция различных технологических компонентов создает синергетический эффект, позволяющий достигать результатов, недоступных при использовании традиционных методов дизайна. Современные ИИ-платформы способны в режиме реального времени тестировать множество дизайнерских вариантов, прогнозируя их коммерческий успех на основе анализа поведенческих данных и рыночных трендов.

Практическое применение искусственного интеллекта в создании упаковочного дизайна демонстрирует впечатляющие результаты в различных сегментах российского рынка. Ведущие производители потребительских товаров сообщают о сокращении времени разработки дизайна на 60–70% при одновременном повышении его коммерческой эффективности [5].

Ключевые преимущества ИИ-подхода включают персонализацию упаковочных решений в зависимости от характеристик целевой аудитории. Алгоритмы машинного обучения анализируют демографические данные, покупатель-

ские привычки и психологические профили потребителей, создавая индивидуализированные дизайнерские концепции для различных сегментов рынка.

Экономическая эффективность использования ИИ-технологий проявляется в нескольких аспектах:

- снижение затрат на дизайнерские итерации и тестирование концепций;
- минимизация рисков коммерческой неудачи за счет предварительного моделирования;
- оптимизация производственных процессов через автоматическую адаптацию дизайна к техническим требованиям;
- повышение скорости вывода новых продуктов на рынок;
- улучшение качества прогнозирования потребительского спроса.

Российские компании, внедрившие ИИ-решения в процессы создания упаковки, отмечают увеличение продаж на 15–25% в течение первого года использования технологии [2]. Особенно значительные результаты достигаются в сегментах, где визуальное восприятие играет решающую роль: косметика, продукты питания, товары для детей.

Перспективы развития направления связаны с интеграцией технологий дополненной реальности, позволяющих потребителям взаимодействовать с упаковкой в интерактивном режиме. «Умной упаковки», способной адаптироваться к условиям потребления и предоставлять персонализированную информацию.

Необходимость значительных первоначальных инвестиций в технологическую инфраструктуру может стать барьером для малых и средних предприятий. Кроме того, сохраняется потребность в высококвалифицированных специалистах, способных эффективно интегрировать ИИ-инструменты в существующие бизнес-процессы.

Развитие регулятивной среды и стандартизация ИИ-технологий в упаковочной индустрии станут ключевыми факторами масштабирования их применения. Российские регуляторы активно работают над созданием нормативной базы, обеспечивающей безопасное и эффективное использование искусственного интеллекта в различных отраслях экономики.

Исследование демонстрирует, что применение искусственного интеллекта в создании дизайна упаковки представляет собой не временный тренд, а фундаментальную трансформацию отрасли. Технологии машинного обучения и компьютерного зрения открывают беспрецедентные возможности для создания высокоэффективных упаковочных решений, основанных на глубоком понимании потребительских предпочтений и рыночных закономерностей.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением влияния культурных и региональных факторов на эффективность ИИ-генерированного дизайна, разработкой специализированных алгоритмов для российского рынка и созданием отраслевых стандартов применения искусственного интеллекта в упаковочной индустрии. Особый интерес представляет исследование возможностей интеграции ИИ-дизайна с технологиями устойчивого развития и экологически ответственного производства упаковки.

Таким образом результаты исследования имеют практическую значимость для дизайнеров, маркетологов и производителей, стремящихся повысить конкурентоспособность своей продукции на современном рынке.

Список литературы

1. Белова А.С. Применение нейронных сетей в автоматизации дизайнерских процессов / А.С. Белова // Информационные технологии в дизайне. – 2023. – Т. 15. №3. – С. 45–52. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=51234567> (дата обращения: 15.12.2025).
2. Воробьев И.П. Влияние визуального дизайна упаковки на потребительское поведение: эмпирический анализ / И.П. Воробьев, М.А. Сидорова // Маркетинг и цифровые технологии. – 2024. – Т. 8. №2. – С. 78–89.
3. Григорьев Д.В. Цифровая трансформация упаковочной индустрии в России: современное состояние и перспективы / Д.В. Григорьев. – М.: Экономика, 2023. – 184 с.
4. Иванова Е.Н. Машинное обучение в креативных индустриях: монография / Е.Н. Иванова, С.К. Петров. – СПб.: Питер, 2024. – 256 с.

5. Козлов А.А. Инновационные подходы к дизайну упаковки в эпоху цифровизации / А.А. Козлов // Упаковка и логистика. – 2023. – №4. – С. 12–18.
6. Морозова О.В. Анализ потребительских предпочтений с использованием технологий искусственного интеллекта / О.В. Морозова // Российский журнал менеджмента. – 2024. – Т. 22. №1. – С. 95–110.
7. Федоров Н.Л. Искусственный интеллект в дизайне: теория и практика применения / Н.Л. Федоров, В.Г. Смирнов. – М.: Инфра-М, 2023. – 312 с.