

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РОЗРОБЛЕННІ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ ТОВАРУ: МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ

Біловодська О.А., Довгань Б.О.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

Упаковка відіграє важливу роль у формуванні першого враження про продукт, впливає на рішення споживачів, а також повинна відповідати екологічним стандартам. У відповідь на зростаючі вимоги до дизайну упаковки все більше компаній інтегрують штучний інтелект (ШІ) у свої робочі процеси [1]. Можливостями застосування ШІ в дизайні упаковки є: 1) здатність обробляти великі обсяги даних про поведінку та вподобання споживачів, що дозволяє створювати дизайн, який резонує з цільовою аудиторією; 2) автоматичне генерування варіантів дизайну, оптимізуючи час та ресурси, необхідні для розробки упаковки; 3) підбір оптимальних колірних схем, шрифтів та композицій, що сприяє створенню привабливого та ефективного дизайну; 4) швидкість створення індивідуальних проєктів, адаптованих під специфічні вимоги бренду або продукту [2].

Генеративний ШІ здатен створювати різні види контенту, що підвищує ефективність маркетингових стратегій, знижує витрати та скорочує час на розробку креативів. Проте, разом із перевагами, застосування генеративного ШІ породжує низку ризиків, які потребують аналізу та управління.

Першим із ключових ризиків є втрата автентичності бренду. Надмірна стандартизація контенту, створеного ШІ, може призвести до втрати унікальності та впливати на сприйняття бренду споживачами. Для мінімізації цього ризику можна використовувати перевірку та редагування матеріалів людьми, впроваджувати чіткі бренд-гайдлайни, які зберігають унікальні риси компанії, а також комбінувати автоматизований контент із матеріалами, створеними людьми. Другий ризик стосується поширення некоректної або шкідливої інформації. Генеративний ШІ може створювати упаковки із помилками, упередженнями або навіть небезпечним змістом, що може зашкодити репутації компанії. Рішенням є впровадження систем перевірки фактів, дотримання етичних принципів під час створення контенту, навчання команди з управління ризиками, а також регулярний моніторинг усіх матеріалів перед випуском [3].

Література:

1. IBM watsonx.ai. *IBM - United States*. URL: <https://www.ibm.com/products/watsonx-ai> (date of access: 17.12.2024).
2. Штучний інтелект у верстці: автоматизація дизайну каталогів. URL: https://huss.com.ua/shtuchniy-intelekt-u-verstci-avtomatizaciya-dizaynu-katalogiv/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 20.12.2024).
3. Deeb G. Artificial Intelligence Is Taking Over Marketing. URL: <https://www.forbes.com/sites/georgedeeb/2023/09/06/artificial-intelligence-is-taking-over-marketing/?sh=64281aba5588> (дата звернення: 18.12.2024).