

УДК 642.5:004.738.5 (043.2)

*Марченко А.А., Легкий С.Ю.*

*Міжнародний науково-навчальний центр інформаційних технологій та систем НАН України і МОН України*

## **ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В РОЗПОДІЛЕНИХ АНАЛІТИЧНИХ СИСТЕМАХ СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

Великі дані все більше присутні в нашому повсякденному житті, навіть не усвідомлюючи цього більшу частину часу. Великі дані про харчову промисловість мають кілька переваг. Великі дані можуть суттєво змінити всю харчову промисловість і оптимізувати прибуток. Він допомагає харчовим підприємствам покращити їхні маркетингові кампанії та розробити продукти, які користуються попитом. Це може допомогти підприємствам створити нові продукти або змінити дизайн існуючих брендів. Це надає величезні можливості для створення нових підприємств, розробки нових продуктів і вдосконалення існуючих бізнес-операцій. Великі дані допомагають харчовим підприємствам розвивати інноваційні продукти, покращувати свої маркетингові кампанії, підвищувати ефективність продажів, підвищувати прибутковість і підвищувати рівень задоволеності клієнтів. Це також відіграє велику роль у прозорості ланцюга поставок.

Джерела великих даних про харчові продукти в основному включають регуляторні дані, дані харчових підприємств (включаючи дані, що генеруються на кожній ланці промислового ланцюга від посадки до ресторанів) і медіа-дані (включаючи новини, відео, зображення та аудіо, пов'язані з харчовими продуктами). Високоякісний аналіз великих даних може сприяти розвитку харчової промисловості.

Окрім відкритих баз даних, все частіше доводиться звертатись до аналізу відгуків користувачів, в яких може міститися інформація, яка потрапить у відкриті бази тільки за декілька місяців, а іноді і ніколи. Агрегатори відгуків на день налічують близько 2000 відгуків про роботу компаній у сфері громадського харчування тільки у місті Києві, що переводить обробки цих даних у формат Big Data.