

12. Шиян Д.В. Критерії та показники ефективності фінансового моніторингу банку / «Економічні науки». 2012. Випуск 9 (33). Ч. 4. С. 424-437.

13. Борець М.В. Адміністративно-правовий статус державних регуляторів у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом: дис... к.юр.н. (12.00.07 – адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право). К.: Нац. техн. ун-т України «Київ. політех. ун-т ім. Ігоря Сікорського», 2017. 254с.

14. Дзедзик І.Б. Місце ризиків у системі фінансового моніторингу операцій банківської установи / Регіональна економіка. 2008. №4. С.109-114.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ «РОЗПІЗНАВАННЯ ОБЛИЧЧЯ» В ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ

Долматова В. І., студентка 5 курсу факультету менеджменту
Кононенко Т. П., канд. техн. наук, проф.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

На сьогоднішній день інновації в готельному бізнесі стрімко розвиваються. Це пов'язано з тим, що перед закладами стоять два основних завдання: максимізувати кількість споживачів і завоювати гостя, зробивши його постійним. Однак, здійснити ці завдання не можливо без інноваційних рішень. Боротьба за кожного гостя, особливо в умовах кризи, вимагає від готелів модернізації як в технології, так і в свідомості. Також інноваційні технології впливають на конкурентоздатність готелю. В умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг, розробляти та впроваджувати все новіші інновації.

Однією з таких інновацій можна вважати технологію розпізнавання обличчя. Розпізнавання обличчя – це практичне застосування теорії розпізнавання образів, в завдання якого входить автоматична локалізація обличчя на фотографії і, в разі необхідності, ідентифікація персони по обличчю. Функцію ідентифікації людей на фотографіях вже активно використовують в багатьох сферах діяльності. Модуль розпізнавання обличчя призначений для автоматичної ідентифікації особистості по відеозображенню. Він виробляє розпізнавання обличчя, захоплених детектором обличчя, порівнюючи їх із заздалегідь створеною базою еталонних зображень.

Технологія розпізнавання обличчя вже тестується в готелях Marriott International. Була запущена пілотна система реєстрації в готелі за допомогою технології розпізнавання осіб. На даний момент технологія тестується в двох китайських готелях мережі Marriott - Hangzhou Marriott Hotel Qianjiang and і Sanya Marriott Hotel Dadonghai Bay, з перспективою глобального використання в готелях мережі по всьому світу. Це зробить Marriott International першопрохідцем застосування технології розпізнавання осіб в готельній індустрії.

Головною перевагою використання цієї технології є значна економія часу. За допомогою нового методу реєстрації процес заселення в готель буде

здійснюватися за хвилину і навіть швидше, в той час як традиційний процес заселення гостей в готель займає не менше трьох хвилин.

Технологія користування не вимагає зусиль: гості готелів, що тестують нову технологію, повинні лише сфотографуватися і ввести контактні дані в терміналі самообслуговування. Далі термінал звіряє інформацію з номером бронювання і роздруковує ключ-карту для доступу в номер. Якщо тестування технології пройде успішно, в майбутньому гостей почнуть «впізнавати в обличчя» у всіх 6,5 тис. Об'єктів Marriott у всьому світі [1].

Ще одним прикладом використання технології розпізнавання обличчя в готельному бізнесі є готелі «Повітряний експрес» в аеропорту «Шереметьєво» і «Ареал» в Підмосков'ї, що почали використовувати систему розпізнавання осіб від стартапу VisionLabs для швидкої реєстрації клієнтів.

При в'їзді гості готелю можуть використовувати термінал для підтвердження особи – коли користувач підносить до сканера паспорт і QR-код для підтвердження бронювання, система звіряє його обличчя з фото в паспорті. Головною перевагою використання таких терміналів також є підвищення швидкості заселення, а також готелі роблять увагу на безпеці гостей. Особливістю системи є те, що постійних клієнтів система буде розпізнавати автоматично, проте через вимоги російського законодавства при цьому все одно потрібно буде показати паспорт. В майбутньому планується налаштування системи для автоматичного відкриття замків в номерах [2].

Неподалік від Нагасакі, Японія нещодавно відкрився готель, головною особливістю якого є те, що половина співробітників в ньому – роботи. Всього в готелі працює 20 осіб, 10 з яких роботи. У цьому готелі задіяна велика кількість технічних інновацій, однією в яких є технологія розпізнавання обличчя. В готелі не існує ключів, а замість них на кожних дверях використовується система розпізнавання осіб [3].

Технологія розпізнавання обличчя дуже поширена в Китаї. Вона використовується в ресторанній, транспортній сферах та навіть в банках. За інформацією Китайського інституту передової промисловості, в 2016 р обсяг ринку технологій розпізнавання осіб Китаю перевищив 1 млрд юанів (близько 150 млн. доларів США). Очікується, що до 2021 року він досягне позначки в 5,1 млрд. юанів.

В готельній сфері своє використання вона знайшла у китайському туристичному місті Учжень, де використовують систему розпізнавання осіб для виявлення людей, які зупиняються в готелях. Система, яка буде перевіряти до п'яти тисяч відвідувачів в день, була створена компанією Baidu, яку називають «китайським Google». Коли гості заселяються в готелі туристичної зони, їх фотографують і заносять в центральну базу даних. При в'їзді і виїзді людини з готелю програма за допомогою камери перевіряє, чи дійсно він є гостем готелю. Перевірка відбувається протягом секунди. Якщо комп'ютер знаходить людину в базі даних, двері відкриваються, в зворотному випадку – залишаються закритими. Ця технологія підтримує безпеку в готельній сфері, адже програмне забезпечення розпізнає усі мімічні рухи, тому її не можна обійти, наприклад, тримаючи перед собою фотографію іншої людини [4].

Отже, як можна побачити, науково-технічний прогрес вже давно став складовою частиною готельного бізнесу. Комп'ютерні технології стрімко змінюють індустрію гостинності. Застосування інноваційних технологій в роботі готелю, підвищує його конкурентоздатність, якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку підприємством. На прикладі готелів з усього світу можна зробити висновок, що використання технології розпізнавання обличчя позитивно впливає на функціонування готелю, а саме на якість послуг – скорочення швидкості обслуговування та покращення безпеки готелю в цілому, також, завдяки введенню нової для споживача технології, впливає на рейтинг серед споживачів, адже сьогодні людство весь час перебуває в пошуку чогось нового.

Література:

1. Тестування готелем Marriott реєстрації в готелі за допомогою технології розпізнавання осіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com/2018/07/marriott-facial-recognition-check-in/>
2. Встановлення стартапом VisionLabs терміналу з розпізнаванням осіб в двох російських готелях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rb.ru/news/ai-for-hotels/>
3. У Японії відкрився перший у світі готель, де працюють роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.obozrevatel.com/ukr/tech/news/>
4. Розпізнавання обличчя гарантує комфортні подорожі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://russian.news.cn/2017-10/06/c_136661947.htm

ШЛЯХИ ЗАХИСТУ ВІД ШУМУ СЕЛЬБИЩНОЇ ЗОНИ МІСТА

Живолупова Т. С., студентка 7 курсу факультету заочного навчання

Гориславський Д. К., студент 6 курсу факультету транспортних систем та технологій

Хворост М. В., директор ННІ ПОЗДН та ПК, зав. каф. охорони праці та безпеки життєдіяльності

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Зростання якості проживання у місті нерозривно пов'язано із необхідністю нормалізації рівнів небезпечних та шкідливих факторів, серед яких основними є запиленість, загазованість та шум.

Шум – це будь-який небажаний звук чи сукупність звуків різної частоти та інтенсивності, що заважають праці та відпочинку людей, погіршують умови їх перебування на певній території та призводять до негативних наслідків.

Населення мегаполісів вже давно звикло до шуму, який оточує людей у процесі діяльності. Основними джерелами шуму у місті є: транспорт, підприємства, розважальні заклади та ін. Зовнішній шум проникає до