

Logischer dan het lijkt **ARTIFICIAL INTELLIGENCE & ACCOUNTING**

Hoewel artificial intelligence (AI) verre van een nieuwe-technologie is, wordt op dit gebied de laatste jaren enorme vooruitgang geboekt. Dat opent ook deuren naar nieuwe vormen van integratie van AI- en machine learning-technologie in nieuwe en bestaande toepassingen.

TEKST Peter Güldenpfennig



Judith Redi
Hoofd Data Science bij Exact

Neem nu accounting-software wat, met alle respect, nu niet bepaald spannende nieuwe technologie is. Maar pas je hier AI- en Machine Learning-technologie op toe dan wordt het ineens een ander verhaal. Dit biedt de software niet alleen nieuwe functies, maar opent ook de deuren voor organisaties om slimmer en efficiënter om te gaan met hun data.

Een van de grootste leveranciers van onder meer accountingsoftware is Exact. Ook zij zetten groot in op AI en Machine Learning (ML). We spraken erover met Judith Redi, hoofd data science bij Exact. Als voormalig hoofddocent aan de TU Delft heeft ze onder andere onderzoek gedaan naar AI en ML en hoe dit toe te passen in de praktijk. Daarmee is zij de aangewezen persoon om deze relatief nieuwe divisie van Exact te leiden.

ML binnen de producten van Exact

We kunnen er niet omheen en vragen Judith maar direct naar de meest prangende vraag: wat heeft accounting nu eigenlijk aan AI en ML? Volgens Judith denken de meeste mensen bij AI en ML vooral aan de typische zaken: videogames, virtual reality, de algoritmes van Google enzovoort. 'Best een misvatting', zegt Judith. 'Ik zit nu ongeveer tien jaar in onderzoek

naar dit soort zaken en in al die tijd worden deze technologieën al toegepast en gebruikt. Je moet goed begrijpen dat de fundering van deze technologie al 60 jaar oud is en al decennia lang wordt toegepast. 'Wat Exact betreft en de diensten die wij leveren: accounting en bijhorende zaken kunnen zoveel gemakkelijker en prettiger worden gemaakt. Bovendien wordt er voor accounting data gebruikt, data die veel meer kan betekenen voor een organisatie dan slechts een cijfer op een balans. Hoe dit te doen is nu de vraag, want er is veel, heel veel mogelijk. Waar het om gaat is dat we vanuit onze klanten moeten denken. Waar hebben zij iets aan, wat willen zij. Want voor ons als Exact is het gemakkelijk om high-tech features waarbij AI en ML gebruikt worden te implementeren. Als deze features echter geen meerwaarde bieden voor onze klanten, dan zijn het features die niets binnen onze producten te zoeken hebben.'

De menselijke input

We denken vaak over ML en AI als zaken die uiteindelijk ingezet kunnen worden om menselijke taken over te nemen. We vragen Judith hoe zij hierover denkt en haar antwoord

verrast ons. 'Ik zie meer waarde in menselijke intelligentie, ook waar het accounting betreft. Sinds ik onderzoek naar ML doe ben ik de menselijke input alleen maar meer en meer gaan waarderen. Ik ben er

van overtuigd dat dat niet alleen maar voor mij geldt, maar ook voor onze klanten. De accountant gaat niet verdwijnen, zijn taken zullen ook niet overgenomen worden door computers. Wel zullen zijn of haar taken veranderen, maar dat is onvermijdelijk voor elke baan, lijkt me.'

**'DATGENE WAT WE
IMPLEMENTEREN MOET
EEN FOCUS HEBBEN
OP DE WENSEN VAN
ONZE KLANTEN'**

Meerwaarde in samenwerking tussen mens en machine

Bang om aan de kant geschoven te worden door computers hoeven accountants dus niet te zijn. 'Integendeel', zegt Judith, 'een computer kan nog zo slim en intelligent zijn, zonder menselijke input is er geen waarde te bekennen in die intelligentie. Dat is juist het mooie eraan: de machine doet de vervelende zaken, het



berekenen en de saaie kanten van het werk. De mens kleurt de taak in, brengt een soort sparkle in het werk!

De roadmap van Exact

Hoewel echte harde resultaten nog niet aan te wijzen zijn binnen de producten van Exact, noemt Judith wel twee belangrijke punten die op de roadmap van Exact staan. 'Noem het het licht aan het einde van tunnel' lacht ze.

'Ten eerste hetgeen waar we het al over hadden: datgene wat we implementeren moet een focus hebben op de wensen en behoeftes van onze klanten. Ten tweede moeten onze klanten beslissingen kunnen maken op basis van de data die gegenereerd wordt en hen gepresenteerd wordt. Denk dan aan nieuwe types dashboards, voorspellende analyses, beschrijvende analyses enzovoort. Maar ook zaken die voor de hand liggen maar waar je wellicht niet aan denkt: het versimpelen van boekingen importeren bijvoorbeeld. Veel van zulke implementaties vind je trouwens al in onze producten. Het zijn wel

startpunten. Het is iets wat zich blijft ontwikkelen en waarmee we in de toekomst meer en meer naar buiten zullen treden wanneer we meer functionaliteiten implementeren op basis van AI en ML.'

GDPR

Uiteraard heeft Judith een idee wat er komen gaat voor de klanten van Exact, maar daar kan ze nog niet heel veel over zeggen. 'Van een technologisch standpunt kunnen we al veel doen en implementeren, maar we moeten eerst nagaan of dit wel strookt met de compliance die de GDPR van ons en onze klanten vraagt. In die zin is het even afwachten hoe het gaat lopen.'

En een nieuwe productcategorie waarvan de basis gevormd wordt door AI- en ML-technologie? Is dat geen optie voor Exact? 'Er is niets definitief, dus daar kan ik echt niets over zeggen, maar in ieder geval ziet onze nieuwe CEO (Phill Robinson, red.) zeer veel waarde en kansen op het gebied van AI en ML, dus staan op dit gebied gaat niet gebeuren.' ●



JUDITH REDI

- Voor haar PhD-onderzoek ontving ze de 'Best ICT Thesis Award' van de Universiteit van Genua
- In 2012 ontving ze de Vernieuwingsimpuls Veni van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO), een financiering van 250.000 euro voor opvallende talenten in het wetenschappelijk onderzoek
- Bij Eurecom (Frankrijk) deed ze een post-doctoral over Digital Image Forensics en 3D-gezichtsherkenning
- In 2015 werd ze Faculty Fellow bij het Benelux Center for Advanced Studies van IBM
- Ook werkte ze deeltijd als onderzoeker bij het Centrum Wiskunde en Informatica