

# ВЗАЄМОДІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Гриник О. І. викладач

*Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ*

Стрімкий розвиток цифрових технологій знаменує початок 21 століття. Штучний інтелект є ключовим фактором у досягненні максимального прогресу в цій сфері, оскільки він дозволяє комп'ютерам не лише виконувати рутинні завдання, але й навчатися самостійно. Основна мета штучного інтелекту полягає в тому, щоб підвищити корисність і розуміння шляхом розуміння основних принципів інтелекту. Оскільки суспільство стає все більш технологічно розвиненим, штучний інтелект стає невід'ємною частиною повсякденного життя. Відповідно, попит на професіоналів у цій галузі з кожним роком зростає. Визначення штучного інтелекту різниться залежно від його застосування та контексту, йому бракує точного пояснення як у літературних, так і в наукових джерелах. Те, що раніше вважалося лише фантазією, тепер стало реальністю завдяки передовим інформаційним і комунікаційним технологіям. Ці технології проникли в усі сфери нашого життя.

Бухгалтерський облік, як і багато інших сфер, не звільнений від впливу штучного інтелекту. Впровадження штучного інтелекту в бухгалтерський облік дозволяє швидко збирати, обробляти та аналізувати величезні обсяги інформації. Його застосування є особливо вигідним у таких сферах, як управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, кодування рахунків витрат і нагляд за

управлінням грошовими потоками. Завдяки інтеграції штучного інтелекту в систему бухгалтерського обліку можна значно підвищити продуктивність і ефективність бухгалтерського персоналу [1]. Незалежно від рівня програмного забезпечення та технологій, що використовуються в бізнес-процесах, відсутність людської участі забезпечує швидші та безпомилкові операції, які виконуються безперервно, 24/7, без потреби у перервах чи перервах. Отже, бухгалтерська робота перетворюється на більш інтелектуально стимулюючу та творчу справу.

Перехід до цифровізації бізнесу, в свою чергу, призводить до зростання попиту на спеціалістів, які вміють працювати в цифровому форматі, тобто до розширення кола професійних навичок сучасного бухгалтера. На практиці бухгалтеру доводиться самостійно добирати програмні й апаратні засоби для автоматизації роботи системи бухгалтерського обліку; налаштовувати бухгалтерське програмне забезпечення; самостійно шукати шляхи опанування новітніми програмними продуктами [2].

Програмне забезпечення має обмежену здатність сприймати лише шаблонно структуровані дані та виконувати завдання на основі чітко визначених параметрів, на відміну від людини, яка визначає шлях уперед у нестандартних сценаріях, підтверджує рішення за допомогою процесу ситуаційного аналізу.

Ось декілька прикладів використання штучного інтелекту у бухгалтерському обліку:

1. Автоматичне введення даних: штучний інтелект може автоматизувати введення даних з різноманітних джерел, таких як фактури, банківські виписки та інші документи, зменшуючи потребу в ручній роботі та знижуючи ризик помилок.

2. Класифікація витрат: Застосування машинного навчання дозволяє системам самостійно визначати категорії витрат на основі попередніх транзакцій, спрощуючи процес категоризації та аналізу витрат.

3. Прогнозування та бюджетування: штучний інтелект може аналізувати історичні фінансові дані для прогнозування майбутніх тенденцій, допомагаючи компаніям краще планувати свій бюджет та управляти грошовими потоками.

4. Виявлення шахрайства: Алгоритми машинного навчання можуть аналізувати транзакції в реальному часі, виявляючи незвичайну поведінку або відхилення, які можуть вказувати на шахрайство або фінансові зловживання.

5. Податкове планування та звітність: штучний інтелект може допомагати в ідентифікації оптимальних стратегій податкового планування на основі діючих податкових законів та правил, а також автоматизувати процес підготовки та подання податкових звітів.

6. Аналіз контрактів та угод: За допомогою технологій обробки

природної мови (NLP) системи можуть аналізувати та інтерпретувати умови контрактів, виявляючи важливі терміни та умови, що можуть вплинути на фінансовий стан компанії.

7. Персоналізовані фінансові поради: штучний інтелект може використовуватися для надання персоналізованих рекомендацій з оптимізації витрат та підвищення ефективності фінансових операцій компанії.

Тим не менш, співробітники, наділені справжніми емоціями, високопрофесійним судженням і винахідливістю розуму, ставляться до інформаційних потреб зацікавлених сторін як до незамінного скарбу. Свобода думки і високий професіоналізм – єдине, чого не вистачає комп'ютерам, щоб мати перевагу над людьми. Бухгалтерська система значно виграє від впровадження технології штучного інтелекту. Однак важливо враховувати той факт, що можуть бути і деякі недоліки. Почнемо з поганого законодавства та відсутності належних норм щодо цього питання. Кібератаки, програмні помилки, проблеми в алгоритмах та інші помилки – ці проблеми. Проте ризики не означають, що впровадження сучасних технологій не приносить позитивних результатів.

Використання штучного інтелекту у бухгалтерському обліку відкриває нові можливості для підвищення продуктивності, оптимізації процесів і забезпечення більш високої якості аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень.

## Список використаних джерел:

1. Застосування технологій штучного інтелекту. Deloitte : веб-сайт. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/ce-cfo-surveyautomation.html>.
2. Кулинич М., Шворак А., Жиленко Л. Впровадження цифрової грамотності в умовах майбутніх змін професії бухгалтера. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. №1. С. 216-224. DOI: <https://doi.org/10.29038/24114014-2020-01-216-224>.

### МЕТОДОЛОГІЯ AGILE ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ПАСАЖИРСЬКОМУ ТРАНСПОРТІ

Мельник Т.С., д.е.н.,

*Акціонерне товариство «Українська залізниця» (Україна)*

Мельник О.В., менеджер,

*Logistics Center «Allfresh Wholesale Limited» (Ірландія)*

Популярність новітньої методології agile-маркетингу, яка за нетривалий період вже отримала значний позитивний досвід в іноземних компаніях та привертає все більше уваги вітчизняних підприємств, обумовлюється зміною способів і методів ведення маркетингової діяльності. Це відбувається не тільки внаслідок цифровізації галузей вітчизняної економіки: величезне значення відіграють висока мінливість середовища і непередбачуваність ситуацій.

Характерною рисою agile-маркетингу та одночасно його перевагою є організація діяльності у такий спосіб: встановлення короткострокової цілі-завдання, планування, втілення, оцінка, адаптація або відхилення і початок нового циклу з новим завданням. Такий метод організації роботи дає можливість маркетинговим командам швидко реагувати на зміни у середовищі, швидко адаптуватись під них і приймати рішення, швидко

тестувати результати, швидко досягати цілей і рухатись далі.

Agile методологія має також інші переваги порівняно з традиційними методологіями, але, не дивлячись на це і свою відносну простоту, дещо повільно входить в практику діяльності вітчизняних підприємств, особливо у великих компаніях на кшталт АТ «Укрзалізниця».

Одним з визначальних рушійних чинників пошуку більш ефективного підходу до управління маркетинговою діяльністю є постійна і доволі швидка зміна уподобань споживачів, підвищення їх вимог до товарів і послуг та прагнення брати активну участь у процесах створення споживчої цінності [1]. Тому прийняття методології agile, зокрема, у сфері залізничного пасажирського транспорту стає все більш актуальним.

Вивчення літературних джерел з досліджуваної проблематики показало потребу в чіткому розмежуванні та упорядкуванні характеристик, цінностей, основних положень і