

Zuza Kwiatkowska .AI

AUTOMATYZACJA I ETYKA

Jak etycznie wprowadzić automatyzacje AI
w swojej firmie?



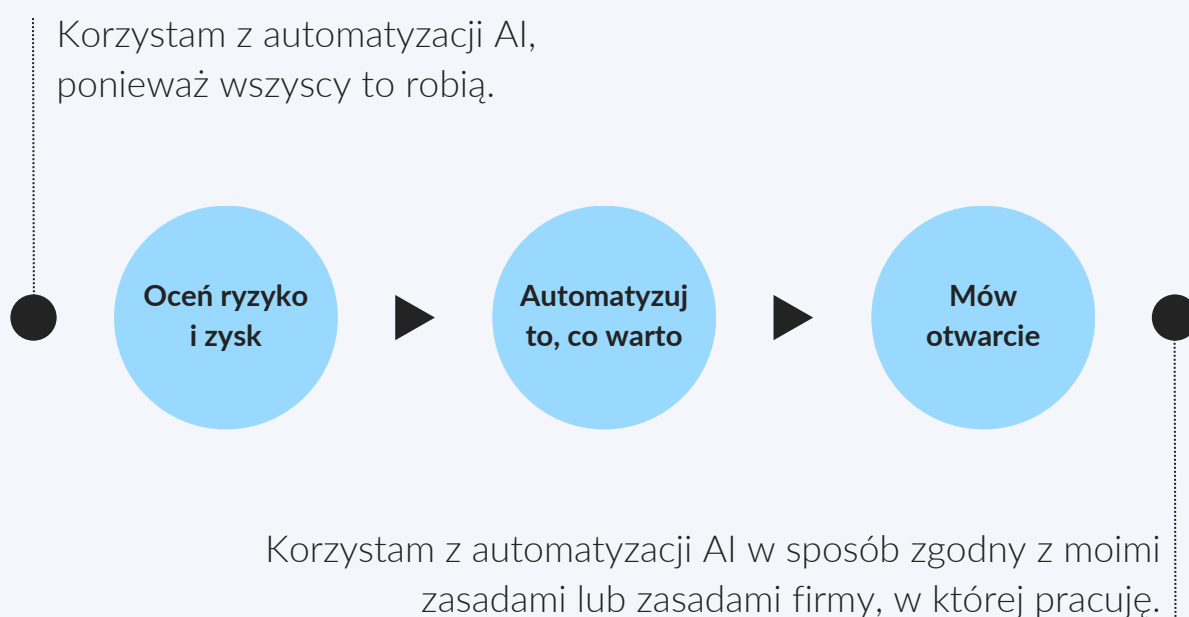
zuzakwiatkowska



zuzakwiatkowska_ai

1 ETYCZNE WDRAŻANIE AUTOMATYZACJI

Proces przedstawiony w tej części służy temu, aby dobrze **zrozumieć co chcemy automatyzować**, jakie **ryzyko i zyski** automatyzacja za sobą niesie i jak każdą taką **automatyzacją zarządzić**.



Krok 1: Wyznacz role, które chcesz objąć automatyzacją.

Przeanalizuj, które role chcesz wesprzeć w firmie zautomatyzowanymi zadaniami.

Krok 2: Spisz zadania przypisane tej roli.

Zacznij od rozpisania obszarów które są danej roli przypisane, a następnie wyznacz zadania w ramach tych obszarów.

Krok 3: Dla każdego zadania wyznacz ryzyko i zysk.

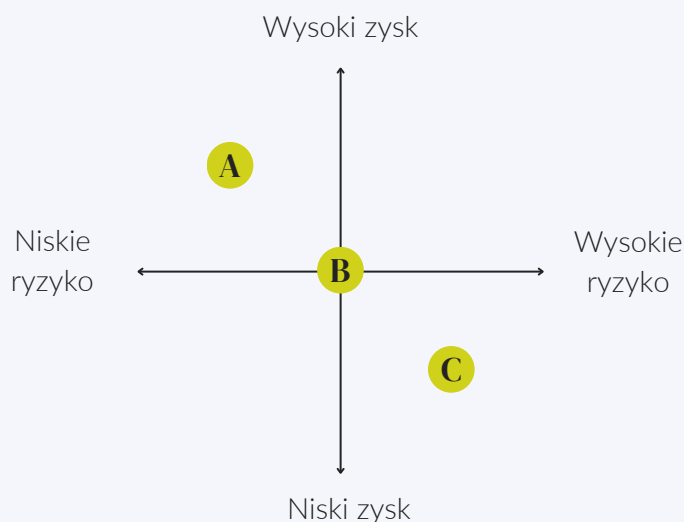
Zastanów się nad uzasadnieniem, dlaczego takie wartości zostały przypisane poszczególnym zadaniom (skorzystaj z pomocy w części 2).

Ryzyko to możliwość wystąpienia niepożądanego zdarzenia, które może spowodować straty lub negatywne skutki. Nadaj ryzyku jedną z wartości: niskie, średnie, wysokie.

Zysk to rezultat działania, który przynosi przewagę, wartość lub poprawę sytuacji – nie tylko finansową, ale też emocjonalną, społeczną czy zdrowotną. Nadaj mu jedną z wartości: niskie, średnie, wysokie.

ZAUWAŻ! Na tym etapie możesz zebrać tę wiedzę w jeden dokument i tym sposobem wytworzyć politykę zasad korzystania z AI, którą inni pracownicy mogą wykorzystywać w Twojej firmie.

Krok 4: Umieść te zadania w przedstawionym niżej układzie.



Przykłady zadań:

- A** Wysoki zysk, Niskie ryzyko
- B** Średni zysk, Średnie ryzyko
- C** Niski zysk, Wysokie ryzyko

Krok 5: Wybieraj zadania do automatyzacji zgodnie z poniższymi zasadami.

W zależności od ryzyka i zysku, czyli tego, w której części układu się znajdujemy, powinniśmy względem danego zadania zastosować inne reguły.

- a** Zadania o **wysokim zysku** i **niskim ryzyku** idealnie nadają się do wdrożenia jako pierwsze, choć rekomenduję pozostawić je pod nadzorem człowieka.
- b** Kiedy masz do czynienia z **wysokim ryzykiem** i **wysokim zyskiem** to zrób pilotaż efektów na małej grupie. Taki pilotaż pozwoli Ci wykryć nieprawidłowości, zebrać dane o działaniu AI i poprawić je zanim wdrożysz je na szerszą skalę.

Możesz w szczególności przeprowadzać pilotaże w obrębie firmy, na pozyskanych grupach fokusowych, albo jeśli dotyczy to Twoich prywatnych social mediów - daj to do weryfikacji grupie swoich znajomych.

- c** W przypadku zadań **niskiego ryzyka** i **niskiego zysku** zastanów się czy jesteś w stanie ten zysk zwiększyć i tym sposobem przesunąć zadanie do grupy, którą warto automatyzować.
- d** Zadania o **niskim zysku** i **wysokim ryzyku** zignoruj, ponieważ ich automatyzacja Ci się nie opłaci.

W przypadku wartości średnich, zastanów się z zespołem, którą z dwóch pasujących kategorii zastosować lub pogłęb wiedzę o zadaniu.

Krok 6: Na odpowiednich etapach wdrożenia poinformuj swoich klientów i odbiorców o wykorzystaniu AI do automatyzacji danego obszaru.

2 OKREŚLANIE RYZYKA I ZYSKU

W tej części dowiesz się więcej o kroku 3 procesu, czyli jak dokładnie wyznaczać zysk oraz ryzyko.

Pierwszy framework, który możesz wykorzystać, przedstawiłam podczas swojej prezentacji. Drugi framework, który znajdziesz poniżej, został przedstawiony m. in. na łamach Harvard Business Review [[zerknij tutaj](#)]. Decyzja, który z nich wykorzystasz, należy do Ciebie.

Framework 1: Grunt to autentyczność!



Jak dobrze oszacować zysk?

Niski

Możesz przypisać zadaniu niski zysk jeśli ma ono marginalne znaczenie w codziennej działalności firmy, a jego automatyzacja przyniesie niewielką wartość dodaną. Automatyzacja w tym przypadku nie wpłynie znacząco na efektywność, jakość obsługi ani koszty.

Będzie to również dotyczyło przypadku, w którym efekt wdrożenia będzie trudny do zauważenia w codziennej pracy, a koszty wytworzenia i utrzymania automatyzacji będą niewspółmiernie wysokie do zysku, jaki ona przyniesie.

Średni

Nadając tę wartość możesz stwierdzić, że automatyzacja przyniesie odczuwalne usprawnienia w wybranych obszarach, jak np. oszczędność czasu, lepsze dopasowanie treści, większa wygoda pracy. Korzyści pojawią się stopniowo, w dłuższym horyzoncie.

Wysoki

Wysoki zysk przypiszesz, jeśli zadanie ma potencjał do generowania realnej przewagi – np. poprzez zwiększenie sprzedaży, znaczącą redukcję kosztów, poprawę doświadczenia klienta czy wzrost produktywności zespołów. Automatyzacja może być również łatwo skalowalna na inne procesy.



Jakie kryteria ryzyka rozważyć?

Jakość

Zastanów się, czy automatyzacja danego zadania wpłynie na jakość tego, co oferujesz, przez co może również wpłynąć na zadowolenie użytkowników, reputację firmy lub zgodność z wymaganiami rynku. Niska jakość to większe ryzyko utraty klientów lub konieczności naprawczych działań.

Reakcja

Przeanalizuj, jak użytkownicy mogą zareagować na zmiany, nowe funkcje lub sposób działania systemu związane z nową automatyzacją. Ryzyko pojawia się, gdy reakcje są trudne do przewidzenia lub potencjalnie negatywne.

Etyka

Oceń, czy sposób wykorzystania AI w danym zadaniu jest zgodny z wartościami firmy, normami społecznymi i regulacjami. Nieetyczne użycie może prowadzić do utraty zaufania, krytyki publicznej i konsekwencji prawnych.

Framework 2: The 4Cs of Marketing AI Risks

Framework przedstawiony m. in. na łamach Harvard Business Review opiera się na czterech kryteriach oceny ryzyka: cyberbezpieczeństwie (*Cybersecurity*), reakcji klienta na wykorzystanie AI (*Consumer Reactance*), prawach autorskich (*Copyright*) oraz halucynacjach (*Confabulation*).

Cyberbezpieczeństwo

Zastanów się, jak wdrożenie AI wpłynie na bezpieczeństwo danych — zarówno firmowych, jak i klientów. AI może być narzędziem dla cyberprzestępców, umożliwiając tworzenie przekonujących ataków phishingowych lub przejęcie kontroli nad systemami poprzez tzw. *prompt injection*.

Co więcej, nieautoryzowane generowanie treści może prowadzić do utraty zaufania lub wycieku informacji. Zaniedbania w tym obszarze niosą nie tylko ryzyko finansowe, ale także trwałe szkody wizerunkowe. Aby ograniczyć zagrożenia, zadbaj o aktualność protokołów bezpieczeństwa, współpracę z wyspecjalizowanymi partnerami oraz edukację zespołu.

Reakcja konsumenta

Przeanalizuj, jak klienci mogą zareagować na obecność AI w komunikacji i produktach. Użytkownicy mogą czuć się niekomfortowo, gdy zbyt wiele procesów zostanie zautomatyzowanych — zwłaszcza w obszarach wymagających ludzkiego podejścia, jak obsługa klienta czy kampanie reklamowe.

Istnieje ryzyko, że zamiast poczuć się docenieni, klienci uznają markę za nieludzką lub nastawioną wyłącznie na cięcie kosztów. W takich przypadkach pomocne będą transparentność, akcentowanie wartości dodanej dla użytkownika czy „ludzkie” opakowanie AI — np. poprzez spersonalizowane chatboty z wyraźną tożsamością.

Prawa autorskie

Zidentyfikuj, czy treści generowane przez AI nie naruszają istniejących praw autorskich. To nie tylko ryzyko wizerunkowe, ale i prawne — w razie użycia nieautoryzowanych zasobów firma może ponieść poważne konsekwencje finansowe.

Utrudnieniem jest też niejasna sytuacja prawna dotycząca tego, kto faktycznie posiada prawa do dzieł współtworzonych przez AI. Rozwiązaniem może być korzystanie z narzędzi oferujących gwarancję licencyjną (jak np. Getty Images). Kluczowe jest też śledzenie zmian legislacyjnych w tej dynamicznej dziedzinie.

Halucynacje

Rozważ, na ile możesz polegać na wiarygodności treści generowanych przez AI. Modele językowe często „wymyślają” fakty w sposób przekonujący — co może prowadzić do publikacji błędnych lub wprowadzających w błąd materiałów marketingowych.

To szczególnie ryzykowne w działaniach publicznych lub strategicznych, gdzie precyzja i zgodność z rzeczywistością są kluczowe. Ogranicz to ryzyko przez dobór odpowiednich narzędzi oraz — co najważniejsze — zachowanie nadzoru człowieka nad końcowym przekazem.

3 PYTANIA POMOCNICZE

Poniżej znajdziesz listę z pytaniami, które są przypisane do każdego z przedstawionych wcześniej kroków. Możesz ją przejrzeć i wykorzystać w procesie etycznego wdrażania automatyzacji AI w Twojej firmie.

Krok 1: Wyznacz role, które chcesz objąć automatyzacją.

- Jakie role w mojej firmie mają potencjał do wsparcia poprzez AI?
- Czy dana rola jest powtarzalna i oparta na danych, czy wymaga kreatywności i empatii?
- Czy automatyzacja tej roli wpłynie pozytywnie na efektywność firmy?
- Czy mam wystarczającą wiedzę o tej roli, by dobrze ocenić jej potencjał do automatyzacji?

Krok 2: Spisz zadania przypisane tej roli.

- Jakie konkretnie zadania wykonuje osoba w tej roli?
- Które z tych zadań są powtarzalne, czasochłonne lub rutynowe?
- Czy każde z tych zadań mogę jednoznacznie opisać i zdefiniować?
- Czy jestem w stanie rozdzielić zadania na mniejsze, bardziej zautomatyzowane jednostki?

Krok 3: Dla każdego zadania wyznacz ryzyko i zysk.

- Jakie konkretne korzyści (czasowe, kosztowe, jakościowe, emocjonalne, społeczne) wynikną z automatyzacji tego zadania?
- Jakie są możliwe negatywne konsekwencje, jeśli AI popełni błąd przy tym zadaniu?
- Czy mam wystarczające dane, by obiektywnie ocenić wpływ automatyzacji tego zadania na jakość produktu/usługi?

- Czy to zadanie wymaga oceny etycznej, społecznej lub prawnej przed automatyzacją?
- Czy istnieją podobne przypadki wdrożeń AI, które mogą posłużyć jako benchmark?
- Jak mogą zareagować klienci na tę automatyzację?
- Czy potrafię uzasadnić przyjętą ocenę ryzyka i zysku?

Przy tworzeniu dokumentu z polityką AI:

- Czy zasady wykorzystywania AI w firmie są jasno opisane?
- Czy polityka zawiera konkretne przykłady, poziomy zysków i ryzyk?
- Czy dokument jest zrozumiały i dostępny dla wszystkich pracowników?
- Czy przewiduję sposób aktualizacji tej polityki w przyszłości?

Krok 4: Umieść zadania w układzie ryzyko-zysk.

- Czy dla każdego zadania jasne jest, dlaczego znalazło się w danej ćwiartce?
- Jakie działania wdrożę, by zminimalizować ryzyko w zadaniach o wysokim zysku i wysokim ryzyku? Czy planuję dla tych zadań pilotaż?
- Czy mogę przenieść zadanie do innej ćwiartki przez modyfikację zadania/procesu?
- Czy unikałem/-am zadań z wysokim ryzykiem?
- Czy planuję dokumentować i aktualizować ten układ wraz z postępem wdrożeń?

Krok 5: Sensownie wybieraj zadania do automatyzacji.

- Czy zadania wybrane do automatyzacji są zgodne z wcześniej przyjętymi kryteriami?
- Czy planuję nadzór człowieka tam, gdzie jest to wskazane?

Krok 6: Sensownie wybieraj zadania do automatyzacji.

- Czy poinformowałem/-am klientów i interesariuszy o wykorzystaniu AI?
- Czy sposób komunikacji jest transparentny i wzmacnia zaufanie?

TEAM AI FLAVOURS



Zuza Kwiatkowska

Edukatorka i praktyczka z 10-letnim doświadczeniem w branży AI oraz nagradzana public speakerka. Uczy skutecznego, bezpiecznego i odpowiedzialnego wykorzystania AI w różnych sektorach, w szczególności HR i marketingu.

 [zuzakwiatkowska](#)

 [zuzakwiatkowska_ai](#)



Martyna Schläpfer

Ekspertka ds. strategii, zaangażowana w finansowanie i ocenę projektów cyfrowych na poziomie krajowym. Dbą o to, by szkolenia spełniały najwyższe standardy, a procesy wokół Twoich automatyzacji były bezpieczne i sprawne.

 [martyna-schlapfer](#)