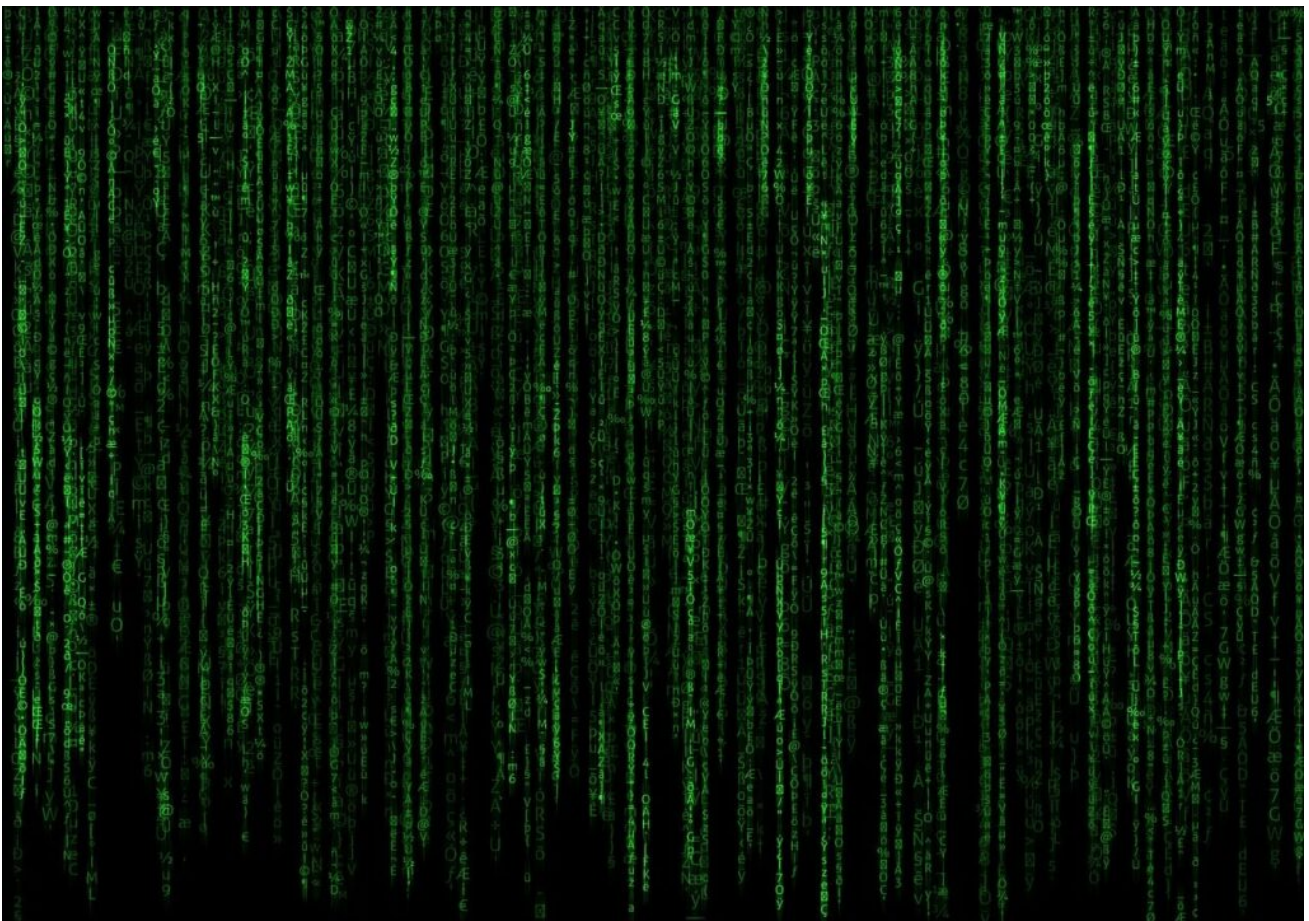


Wyrok z czarnej skrzynki. Wyjaśniamy, dlaczego AI nie zastąpi prawdziwego audytu i zasad fair play w biznesie

**Zaufanie w biznesie buduje się latami, ale dziś niektórzy obiecują, że potrafią je zmierzyć w kilka sekund. Na rynku pojawia się coraz więcej „certyfikatów reputacji”, które zamiast na żmudnych audytach, opierają się na sztucznej inteligencji. Algorytm przeczesuje internet, analizuje opinie i na tej podstawie wydaje werdykt: jesteś wiarygodny albo nie.**



fot. Pixabay

Wyrok z czarnej skrzynki. Wyjaśniamy, dlaczego AI nie zastąpi prawdziwego audytu i zasad fair play w biznesie

Brzmi jak triumf obiektywnej technologii? Niestety, pod płaszczkiem innowacji kryje się mechanizm, który może zniszczyć wizerunek uczciwej firmy, a z oszusta zrobić rynkowego lidera.

## Zatrute dane. Jak łatwo oszukać algorytm?

Zautomatyzowane systemy oceny reputacji żywią się danymi z sieci. Masowo „zeskrobują” (web scraping) komentarze, recenzje i wzmianki w mediach społecznościowych. Problem w tym, że algorytm wierzy we wszystko, co przeczyta.

Dla farmy botów i zorganizowanych grup dezinformacyjnych oszukanie takiego systemu to błahostka. Wystarczy zalać sieć tysiącami fałszywych, negatywnych opinii na temat konkurenta. W świecie cyberbezpieczeństwa nazywamy to zjawisko data poisoning (zatrutowaniem danych). Algorytm oceniający sentyment nie wyczuje ironii, nie zweryfikuje, czy komentujący w ogóle był klientem danej firmy, ani nie rozpozna tzw. czarnego PR-u. Maszyna po prostu przeliczy negatywne słowa i automatycznie obniży Twojej firmie ocenę.

*Zaufanie w biznesie buduje się latami. Wymaga ono przejrzystości, etyki i rygorystycznej weryfikacji, a nie dróg na skróty. W Programie Przedsiębiorstwo Fair Play, który jest afiliowany przy Krajowej Izbie Gospodarczej, od ponad 29 lat zrzeszamy organizacje, które udowadniają rynkowi, że uczciwość to nie slogan, ale najlepsza i najtrwalsza strategia biznesowa.*

*Dbając o wizerunek swojej firmy, znacznie lepiej postawić na rzetelną certyfikację, opartą na twardym audycie i ludzkiej ekspertyzie. Algorytmy*

Wyrok z czarnej skrzynki. Wyjaśniamy, dlaczego AI nie zastąpi prawdziwego audytu i zasad fair play w biznesie

*mogą skanować internet, ale żadna sztuczna inteligencja nie zweryfikuje rzeczywistej kultury organizacyjnej, rzetelności kupieckiej ani szacunku do partnera biznesowego. Zamiast ufać wygenerowanym maszynowo dyplomom, polecam zapoznanie się z wynikami 28. edycji Programu Przedsiębiorstwo Fair Play, podczas której 144 certyfikowane firmy odebrały wyróżnienia na Zamku Królewskim w Warszawie. To ich codzienna praca jest prawdziwym dowodem wiarygodności na współczesnym rynku.*

*Maciej Rataj, Ambasador Programu Przedsiębiorstwo Fair Play*

## **Czarna skrzynka i wyrok bez prawa do obrony**

Wyobraź sobie, że tracisz kluczowy kontrakt, bo system B2B uznał Twoją firmę za podmiot „wysokiego ryzyka”. Chcesz się odwołać i dowiedzieć, na jakiej podstawie podjęto decyzję. I tu zderzasz się ze ścianą.

Nowoczesne modele AI to tzw. czarne skrzynki (black-box). Nawet ich twórcy nie potrafią dokładnie prześledzić, dlaczego algorytm podjął taką, a nie inną decyzję po przeanalizowaniu milionów gigabajtów danych. W tradycyjnym biznesie każda decyzja audytowa musi mieć twarde dowody. W świecie zautomatyzowanych certyfikatów firma zostaje pozbawiona prawa do obrony. Zostajesz z arbitralnym wynikiem maszyny, którego nikt nie potrafi racjonalnie wytłumaczyć.

## **Maszyna, która zmyśla oskarżenia**

Sztuczna inteligencja nie myśli i nie rozumie tekstu tak jak człowiek. Modele językowe operują na statystyce – zgadują po prostu, jakie słowo powinno paść jako następne. Z tego powodu mają potężną skłonność do halucynacji, czyli generowania bardzo wiarygodnie

Wyrok z czarnej skrzynki. Wyjaśniamy, dlaczego AI nie zastąpi prawdziwego audytu i zasad fair play w biznesie

brzmiących bzdur.

Jeśli nazwa Twojej firmy pojawi się w artykule prasowym blisko słowa „korupcja” (nawet jeśli tekst opowiada o tym, jak Twoja firma *walczy* z korupcją), algorytm może połączyć te kropki w fatalny sposób. W efekcie wygeneruje raport, w którym bezpodstawnie oskarży Cię o nadużycia finansowe. Dla prawników i oficerów ds. *compliance* to koszmar – kogo bowiem pozwać za zniesławienie? Twórcę algorytmu, firmę sprzedającą certyfikat, czy maszynę?

## **Biznes na „nagrodach próżności”**

To wszystko nie powstrzymuje jednak firm przed monetyzowaniem strachu przedsiębiorców. Na rynku pojawiają się usługi oferujące eleganckie certyfikaty i statuetki z logo AI. Marketing kusi „zaawansowaną analityką danych”, ale wystarczy zajrzeć w regulamin takiej usługi, by dostrzec prawdę.

Dostawcy tych certyfikatów masowo zabezpieczają się prawnie. Wpisują drobnym drukiem, że ich ocena ma charakter „wyłącznie wizerunkowy”, „nie jest ratingiem” i w zasadzie „niczego nie gwarantuje”. Dlaczego to robią? Ponieważ nowe unijne prawo (EU AI Act) nakłada drakońskie kary na systemy AI wysokiego ryzyka. Udając, że sprzedają tylko „marketingowy gadżet”, operatorzy uciekają przed odpowiedzialnością za pomyłki swoich algorytmów. Sprzedają tzw. nagrody próżności (vanity awards) – certyfikaty, które na papierze wyglądają świetnie, ale nie mają żadnej wartości audytowej.

## **Zaufania nie kupisz w ramce**

Próba zredukowania etyki biznesowej, lat rzetelnego płacenia faktur i uczciwego traktowania pracowników do wyniku z algorytmu to ślepa uliczka. AI to fantastyczne narzędzie analityczne, ale pod warunkiem, że na końcu procesu znajduje się kompetentny

Wyrok z czarnej skrzynki. Wyjaśniamy, dlaczego AI nie zastąpi prawdziwego audytu i zasad fair play w biznesie

człowiek, który weryfikuje wnioski maszyny (tzw. mechanizm human-in-the-loop).

Prawdziwego zaufania w relacjach B2B nie da się uprościć do „szybkiego skanowania internetu”. Decyzje o tym, z kim robimy biznes, nadal powinny opierać się na weryfikowalnych faktach i standardach *fair play*, a nie na wyrokach wydawanych przez czarną skrzynkę.

źródło informacji: Przedsiębiorstwo Fair Play