

Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach¹ w województwie wielkopolskim w 2018 r.

28.06.2019 r.

94,7%

Udział przedsiębiorstw z dostępem do Internetu szerokopasmowego

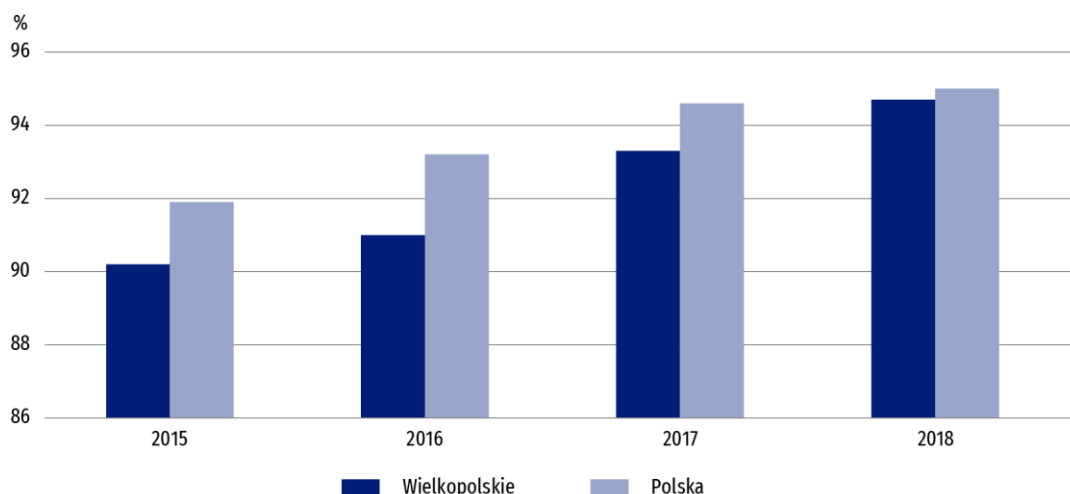
W 2018 r. w województwie wielkopolskim zdecydowana większość przedsiębiorstw miała dostęp do Internetu szerokopasmowego. Najczęściej były użytkowane połączenia internetowe o prędkości przynajmniej 100 Mbit/s. W porównaniu z poprzednim rokiem zwiększył się odsetek pracowników wyposażonych w urządzenia przenośne umożliwiające mobilny dostęp do Internetu. Więcej przedsiębiorstw niż przed rokiem zatrudniało specjalistów ICT. Wzrósł także udział przedsiębiorstw korzystających z mediów społecznościowych i posiadających własną stronę internetową.

Dostęp do Internetu

W 2018 r. w województwie wielkopolskim dostęp do Internetu deklarowało 95,2% przedsiębiorstw, tj. o 1,9 p.proc. więcej niż w 2017 r. Łączy szerokopasmowe użytkowało 94,7% przedsiębiorstw (o 1,4 p.proc. więcej niż w roku poprzednim). W ciągu czterech lat udział przedsiębiorstw z dostępem do łącza szerokopasmowego zwiększył się o 4,5 p.proc. (z 90,2% w 2015 r. do 94,7% w 2018 r.). Podobna tendencja była w tym okresie charakterystyczna dla całego kraju (z 91,9% do 95,0%).

W ciągu czterech lat odsetek przedsiębiorstw korzystających z szerokopasmowego łącza internetowego zwiększył się o 4,5 p.proc., a w ostatnim roku wzrósł o 1,4 p.proc.

Wykres 1. Przedsiębiorstwa z dostępem do Internetu poprzez łącze szerokopasmowe



Pod względem odsetka przedsiębiorstw korzystających z łącza szerokopasmowego województwo wielkopolskie zajęło 9. miejsce wśród województw. Największą wartość w kraju odnotowano w województwie zachodniopomorskim (98,2%), a najmniejszą w podkarpackim (90,4%).

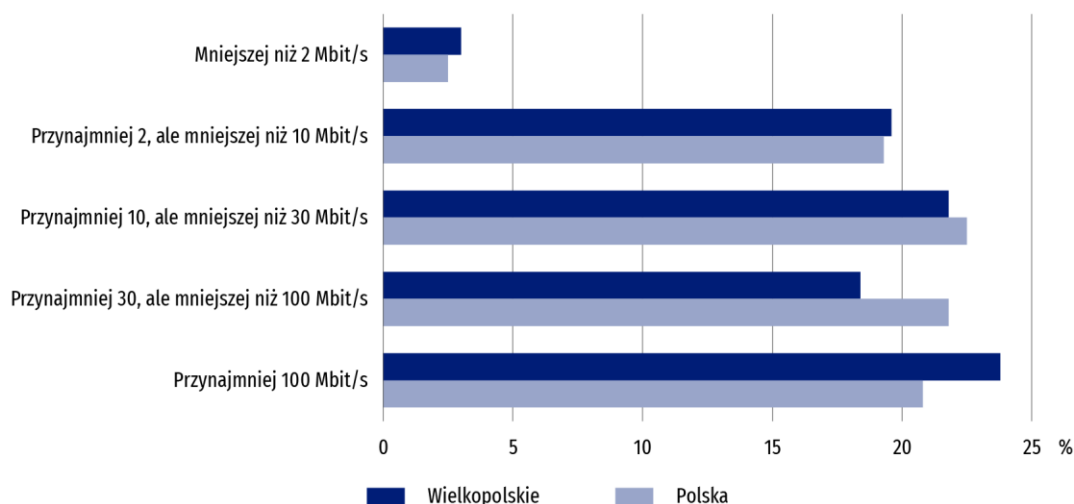
¹ Źródło informacji dla niniejszego opracowania stanowią wyniki rocznego badania reprezentacyjnego przedsiębiorstw o liczbie pracujących większej od 9 nt. wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, prowadzonego na formularzach SSI-01 (dla przedsiębiorstw spoza sektora finansowego) i SSI-02 (dla przedsiębiorstw finansowych). Prezentowane dane nie obejmują przedsiębiorstw z sekcji K (działalność finansowa i ubezpieczeniowa).

Przepustowość łącza internetowego

Stałe łącze szerokopasmowe użytkowało 86,6% przedsiębiorstw (w kraju 87,0%). Odsetek przedsiębiorstw korzystających ze stałych łączy o prędkości od 2 do 10 Mbit/s wyniósł 19,6% (w kraju 19,3%), a od 10 do 30 Mbit/s – 21,8% (w kraju 22,5%). Mniejszy był udział przedsiębiorstw dysponujących stałym łączem o przepustowości z zakresu od 30 do 100 Mbit/s (18,4%; w kraju 21,8%). Przepustowością przynajmniej 100 Mbit/s dysponowało 23,8% przedsiębiorstw (w kraju 20,8%), w tym 6,9% (w kraju 5,8%) deklaroowało prędkości powyżej 500 Mbit/s. Najmniej przedsiębiorstw było wyposażonych w stałe łącza o prędkości do 2 Mbit/s (3,0%; w kraju 2,5%). Jednocześnie 8,1% przedsiębiorstw (w kraju 8,0%) dysponowało dostępem do Internetu wyłącznie poprzez łącza szerokopasmowe za pośrednictwem urządzeń przenośnych wykorzystujących sieci komórkowe.

Przedsiębiorstwa najczęściej użytkowały stałe łącza o przepustowości przynajmniej 100 Mbit/s (23,8% przedsiębiorstw)

Wykres 2. Przedsiębiorstwa korzystające ze stałych szerokopasmowych połączeń internetowych według przepustowości w 2018 r.



Analizując strukturę przedsiębiorstw w latach 2015–2018, zaobserwowano wzrost odsetka przedsiębiorstw z łączami o przepustowościach od 30 do 100 Mbit/s (o 6,1 p.proc.) i większych niż 100 Mbit/s (o 15,6 p.proc.). Zmniejszył się udział przedsiębiorstw korzystających z łączy internetowych o prędkości z zakresu od 10 do 30 Mbit/s. W latach 2015–2018 spadek w tej grupie wyniósł 5,3 p.proc. Zmniejszył się również udział przedsiębiorstw z łączami od 2 do 10 Mbit/s (o 12,7 p.proc.) oraz do 2 Mbit/s (o 1,1 p.proc.).

Dla 76,6% (70,5% w 2017 r.) badanych przedsiębiorstw przepustowość stałego łącza szerokopasmowego była wystarczająca i spełniała bieżące potrzeby.

W latach 2015–2018 nastąpił wzrost odsetka przedsiębiorstw z łączami o przepustowości w zakresie od 30 do 100 Mbit/s i powyżej 100 Mbit/s

Wykres 3. Przedsiębiorstwa korzystające ze stałych szerokopasmowych połączeń internetowych w województwie wielkopolskim

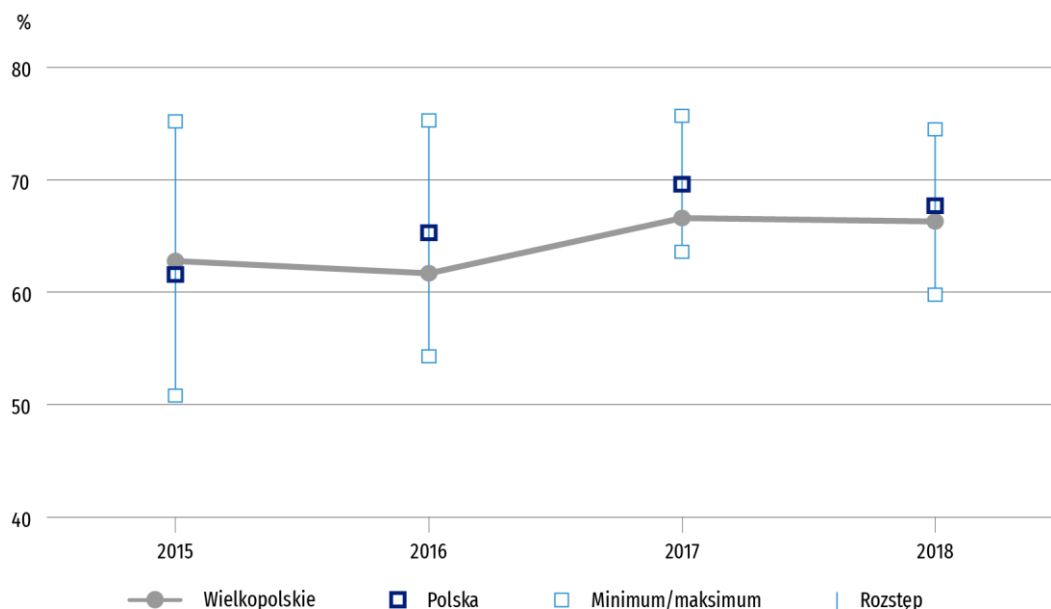
	2015	2016	2017	2018
Mniej niż 2 Mbit/s	4,1%	3,7%	2,4%	3,0%
Przynajmniej 2, ale mniej niż 10 Mbit/s	32,3%	29,3%	23,9%	19,6%
Przynajmniej 10, ale mniej niż 30 Mbit/s	27,1%	25,5%	24,3%	21,8%
Przynajmniej 30, ale mniej niż 100 Mbit/s	12,3%	15,7%	17,6%	18,4%
Przynajmniej 100 Mbit/s	8,2%	10,1%	13,9%	23,8%

Pracownicy korzystający z komputerów

W 2018 r. 66,3% przedsiębiorstw wyposażało swoich pracowników w urządzenia przenośne umożliwiające mobilny dostęp do Internetu (np. notebooki, netbooki, tablety, smartfony), tj. o 0,3 p.proc. mniej niż w 2017 r. i o 3,5 p.proc. więcej niż w 2015 r. Odsetek takich przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim był o 1,4 p.proc. mniejszy niż przeciętnie w kraju.

Przedsiębiorstwa wyposażające swoich pracowników w urządzenia mobilne stanowiły 66,3% ogółu badanych przedsiębiorstw

Wykres 4. Przedsiębiorstwa wyposażające pracowników w urządzenia przenośne^a

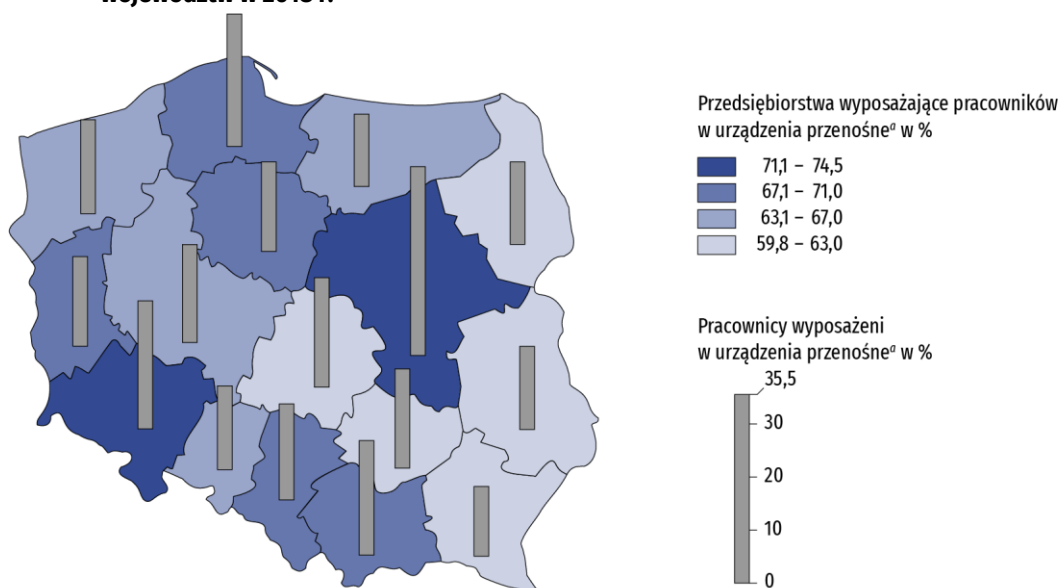


^a Umożliwiające mobilny dostęp do Internetu.

Województwem o największym udziale przedsiębiorstw wyposażających swoich pracowników w urządzenia przenośne umożliwiające mobilny dostęp do Internetu było mazowieckie (74,5%), które jednocześnie cechowało się największym odsetkiem wyposażanych pracowników, wynoszącym w 2018 r. 35,5%. W województwie wielkopolskim udział ten wyniósł 18,5% (16,7% przed rokiem), o 4,7 p.proc. mniej niż przeciętnie w kraju.

Odsetek pracowników wyposażanych w urządzenia przenośne umożliwiające mobilny dostęp do Internetu wyniósł 18,5%

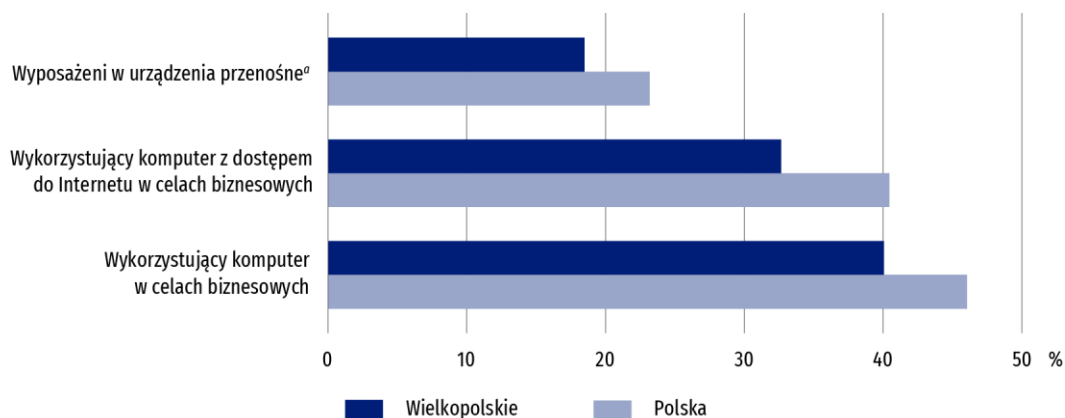
Mapa 1. Przedsiębiorstwa wyposażające pracowników w urządzenia przenośne według województw w 2018 r.



^a Umożliwiające mobilny dostęp do Internetu.

W 2018 r. w województwie wielkopolskim 40,1% (w kraju 46,1%) pracowników wykorzystywało komputery w celach biznesowych, w tym 32,7% (w kraju 40,5%) korzystało z komputerów z dostępem do Internetu. Wielkości te były odpowiednio o 1,5 p.proc. i 1,2 p.proc. większe niż w 2017 r. (w kraju odpowiednio o 0,5 p.proc. i 0,8 p.proc.).

Wykres 5. Pracownicy w przedsiębiorstwach wykorzystujący komputery oraz urządzenia przenośne w 2018 r.



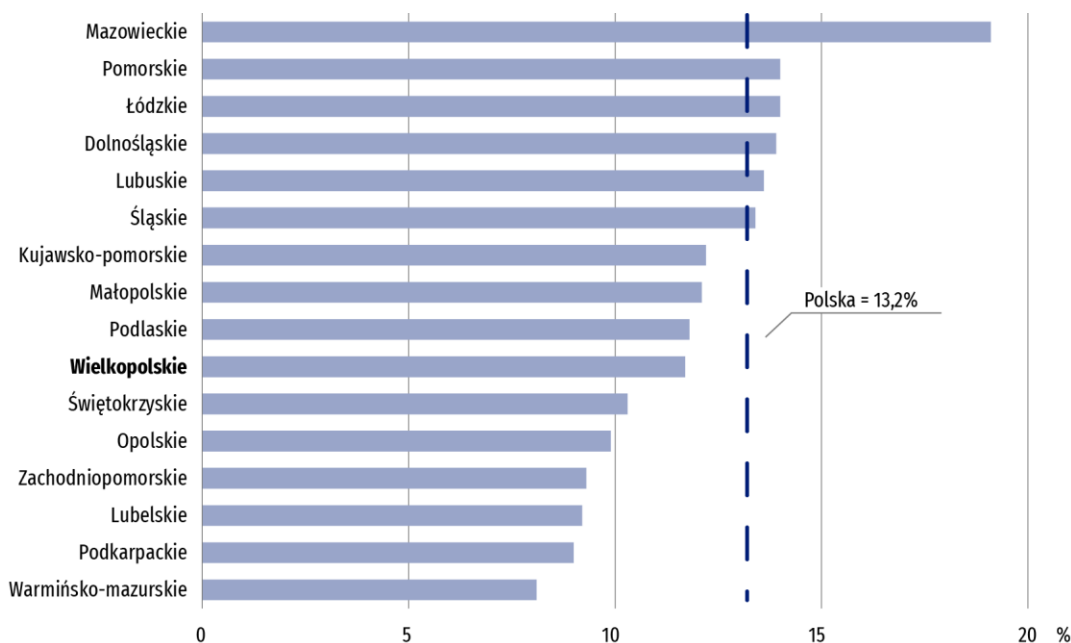
a Umożliwiający mobilny dostęp do Internetu.

Specjaliści ICT

Osoby specjalizujące się w technologiach informacyjno-komunikacyjnych w 2018 r. w województwie wielkopolskim były zatrudnione w 11,7% przedsiębiorstwach (10,7% przed rokiem) wobec 13,2% w kraju (12,3% przed rokiem). Pod względem odsetka przedsiębiorstw zatrudniających specjalistów z zakresu ICT wielkopolskie zajęło 10. miejsce w kraju (o trzy pozycje niżej niż przed rokiem).

W województwie wielkopolskim specjaliści ICT byli zatrudnieni w 11,7% przedsiębiorstw

Wykres 6. Przedsiębiorstwa zatrudniające specjalistów z zakresu ICT według województw w 2018 r.



Udział przedsiębiorstw, które w 2017 r. zapewniły swoim pracownikom szkolenia podnoszące kompetencje z zakresu technologii informacyjno-komunikacyjnych wyniósł w województwie wielkopolskim 12,4% (13,4% w kraju). Szkolenia zapewniano zarówno specjalistom z zakresu ICT (5,5% przedsiębiorstw; w kraju 6,2%), jak i pozostałym pracownikom (10,8%; w kraju 11,7%).

Przedsiębiorstwa realizujące funkcje ICT

Większość przedsiębiorstw (73,5%) w województwie wielkopolskim w 2018 r. deklarowała, że w 2017 r. realizację różnych usług ICT powierzała głównie podmiotom zewnętrznym, w ramach tzw. outsourcingu. Większy odsetek takich przedsiębiorstw wystąpił tylko w województwach mazowieckim (74,3%) i zachodniopomorskim (75,9%).

Prawie trzy czwarte przedsiębiorstw deklarowało zlecenie realizacji różnych funkcji ICT głównie podmiotom zewnętrznym

Najczęściej zlecane usługi obejmowały utrzymanie infrastruktury ICT, tj. serwerów, komputerów, drukarek i sieci (55,9% badanych przedsiębiorstw wobec 50,2% w kraju; 1. miejsce wśród województw). Realizację tej funkcji powierzano głównie pracownikom wewnętrznym w 16,5% przedsiębiorstw (w kraju 21,6%).

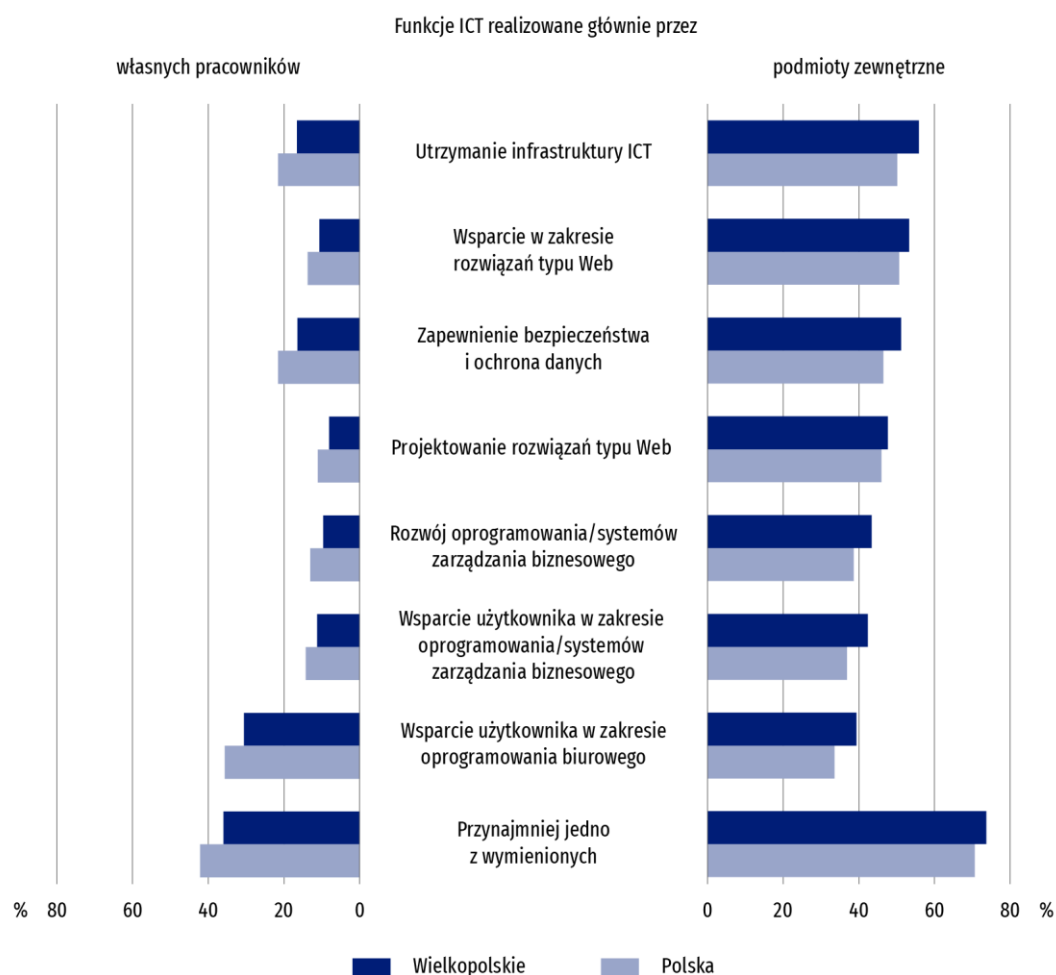
Głównie podmiotom zewnętrznym powierzano również wsparcie w zakresie rozwiązań typu Web, np. stron internetowych czy sklepów internetowych (53,3% wobec 50,7% w kraju; 3. miejsce wśród województw za mazowieckim – 55,2% i zachodniopomorskim – 53,5%). Jednocześnie 10,6% przedsiębiorstw (w kraju 13,7%) realizowało tę funkcję głównie za pośrednictwem własnych pracowników.

Usługą w najmniejszym stopniu realizowaną w oparciu o tzw. outsourcing i jednocześnie najczęściej powierzaną głównie pracownikom wewnętrznym było wsparcie użytkownika w zakresie oprogramowania biurowego (np. edytora tekstu, arkusza kalkulacyjnego, itp.). Realizację tego zadania głównie na zewnątrz zlecało 39,4% przedsiębiorstw (1. miejsce w kraju, przy średniej ogólnopolskiej – 33,6%). Udział przedsiębiorstw, które tę usługę wykonywały w przeważającym stopniu poprzez własnych pracowników wyniósł 30,6% (w kraju 35,7%).

Ponad połowa przedsiębiorstw (55,9%) utrzymanie infrastruktury ICT powierzała głównie podmiotom zewnętrznym

W najmniejszym stopniu podmiotom zewnętrznym zlecano funkcję wspierania użytkownika w zakresie oprogramowania biurowego

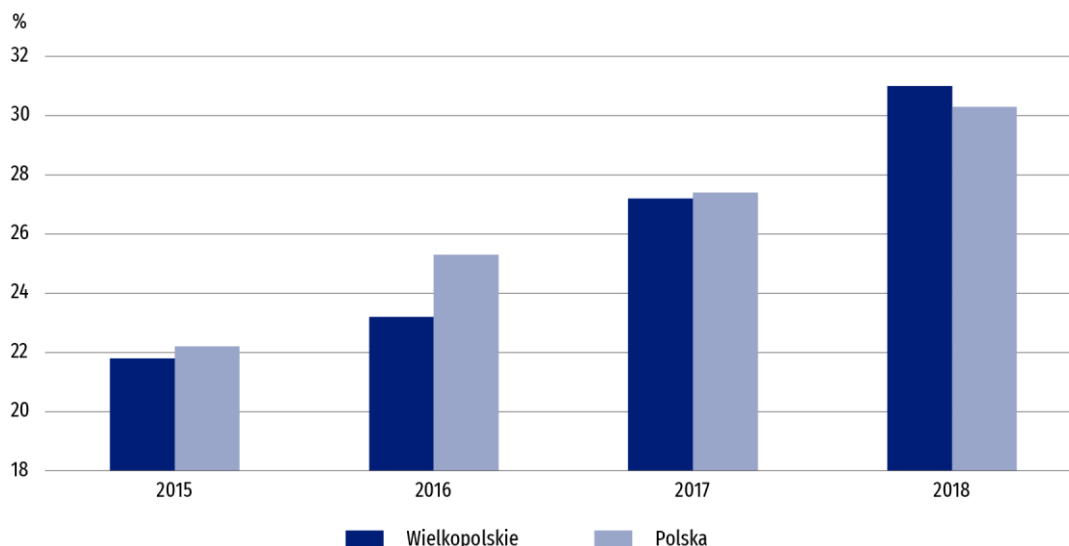
Wykres 7. Przedsiębiorstwa realizujące wybrane zadania związane z ICT w 2017 r.



Strona internetowa i media społecznościowe

Coraz więcej przedsiębiorstw wykorzystuje media społecznościowe w swojej działalności. W ciągu czterech lat w województwie wielkopolskim odsetek korzystających z nich zwiększył się z 21,8% w 2015 r. do 31,0% w 2018 r., przy czym w porównaniu z 2017 r. wzrost wyniósł 3,8 p.proc. Podobna tendencja charakterystyczna była dla całego kraju (wzrost z 22,2% do 30,3%).

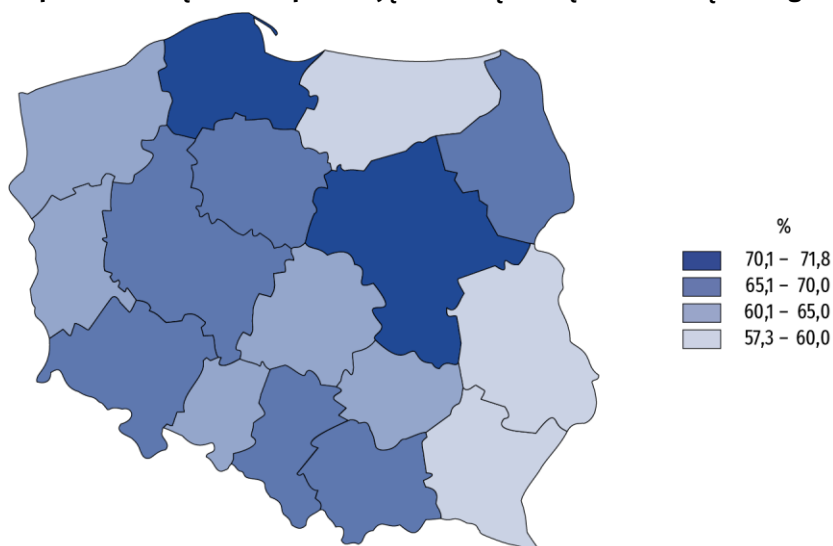
Wykres 8. Przedsiębiorstwa korzystające z mediów społecznościowych



W 2018 r. odsetek firm z własnymi stronami internetowymi wyniósł 65,8%, tj. o 1,1 p.proc. więcej niż przed rokiem i o 1,4 p.proc. więcej niż w 2015 r. (w kraju 66,8%; spadek o 0,1 p.proc. w porównaniu z 2017 r., ale wzrost o 1,4 p.proc. w porównaniu z 2015 r.).

Z mediów społecznościowych korzystało 31,0% przedsiębiorstw, a 65,8% posiadało własną stronę internetową

Mapa 2. Przedsiębiorstwa posiadające własną stronę internetową według województw w 2018 r.



W 2018 r. w województwie wielkopolskim najczęściej wykorzystywaną przez przedsiębiorstwa funkcją strony internetowej była prezentacja wyrobów, katalogów lub cenników produktów i usług (62,2% przedsiębiorstw; w kraju 61,2%). Linki lub odwołania do profili przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych znajdowały się na stronach internetowych 20,0% przedsiębiorstw (w kraju 22,0%). Przedsiębiorstwa wykorzystywały swoje strony internetowe w celach rekrutacyjnych, 18,5% przedsiębiorstw (w kraju 21,4%) zamieszczało na nich informacje o wolnych stanowiskach pracy oraz umożliwiało za ich pośrednictwem przesyłanie dokumentów aplikacyjnych. Na stronach internetowych 12,4% przedsiębiorstw (w kraju 14,1%) możliwe było za ich pośrednictwem dokonanie zamówienia lub rezerwacji. Możliwość określenia przez użytkownika indywidualnej specyfikacji produktu podczas zamawiania stworzono na stronach 11,9% przedsiębiorstw (w kraju 13,0%). Opcję sprawdzania przez użytkownika stanu realizacji zamówienia posiadały strony internetowe 7,6% przedsiębiorstw (w kraju 9,2%). Część przedsiębiorstw zaimplementowała metody personalizacji zawartości strony internetowej dla częstych lub stałych użytkowników (6,1%, w kraju 7,4%).

Prezentacja wyrobów, katalogów lub cenników produktów i usług była najczęściej występującą funkcją stron internetowych (62,2% przedsiębiorstw)

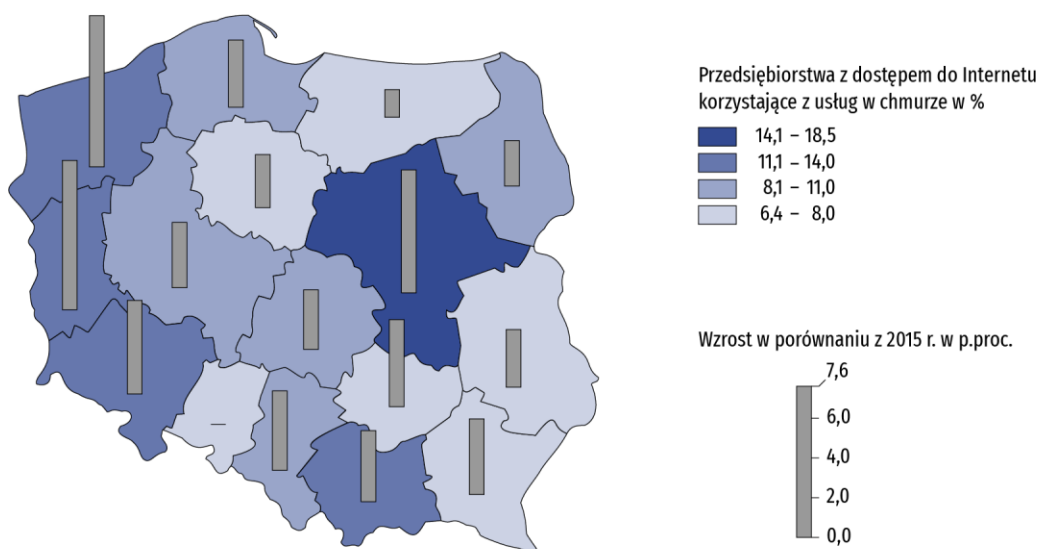
Najczęściej z mediów społecznościowych w 2018 r. korzystano w celu tworzenia wizerunku przedsiębiorstwa lub podejmowania działań marketingowych względem swoich produktów (28,5% przedsiębiorstw; w kraju 27,7%). Za pośrednictwem mediów społecznościowych 19,5% przedsiębiorstw (tyle samo w kraju) otrzymywało lub odpowiadało na uwagi/komentarze i pytania klientów. Nieco rzadziej korzystano z mediów społecznościowych w następujących celach:

- rekrutacji pracowników (13,3% przedsiębiorstw; w kraju 13,1%),
- zaangażowania klientów w proces rozwoju lub innowacji produktów (9,9% przedsiębiorstw; w kraju 9,3%),
- współpracy z partnerami biznesowymi lub innymi organizacjami (9,8% przedsiębiorstw; w kraju 10,1%),
- wymiany poglądów, opinii lub wiedzy wewnątrz przedsiębiorstwa (9,7% przedsiębiorstw; w kraju 9,8%).

Korzystanie z chmury obliczeniowej

W 2018 r. w województwie wielkopolskim z usług w chmurze obliczeniowej korzystało 10,5% przedsiębiorstw (tyle samo w 2017 r., a w porównaniu z 2015 r. o 3,3 p.proc. więcej). Największy odsetek przedsiębiorstw kupujących usługi w chmurze wystąpił w mazowieckim (18,5%), a największy przyrost odsetka w latach 2015-2018 odnotowano w zachodniopomorskim i wyniósł on 7,6 p.proc.

Mapa 3. Przedsiębiorstwa korzystające z usług w chmurze obliczeniowej według województw w 2018 r.



Najwięcej przedsiębiorstw płaciło za korzystanie w chmurze obliczeniowej z usługi e-mail (7,3% ogółu przedsiębiorstw, wzrost o 0,3 p.proc. w porównaniu z 2017 r.). Usługę przechowywania plików w chmurze kupowało 6,2% przedsiębiorstw (wzrost o 0,4 p.proc. w porównaniu z 2017 r.), oprogramowanie biurowe 5,3% (wzrost o 1,0 p.proc.), a hosting bazy danych przedsiębiorstwa 3,8% (spadek o 0,3 p.proc.). Za oprogramowanie finansowo-księgowie w chmurze płaciło 3,3% przedsiębiorstw (wzrost o 0,4 p.proc.), 3,1% przedsiębiorstw odpłatnie korzystało za pośrednictwem chmury z oprogramowania CRM (wzrost o 1,1 p.proc.), a 1,9% z mocy obliczeniowej użytkowanej przez różne aplikacje (spadek o 0,1 p.proc.).

Najczęściej występującym powodem niekupowania usług w chmurze obliczeniowej wśród przedsiębiorstw był niewystarczający poziom wiedzy w zakresie chmury obliczeniowej. Powód taki wskazało 37,8% przedsiębiorstw (o 4,1 p.proc. więcej niż w 2017 r.). Najrzadziej wskazywaną przyczyną niekupowania usług w chmurze były wysokie koszty zakupu usług (28,2% przedsiębiorstw, wzrost o 4,5 p.proc. w stosunku do 2017 r.).

Za pośrednictwem mediów społecznościowych 28,5% przedsiębiorstw tworzyło wizerunek przedsiębiorstwa lub podejmowało działania marketingowe względem swoich produktów

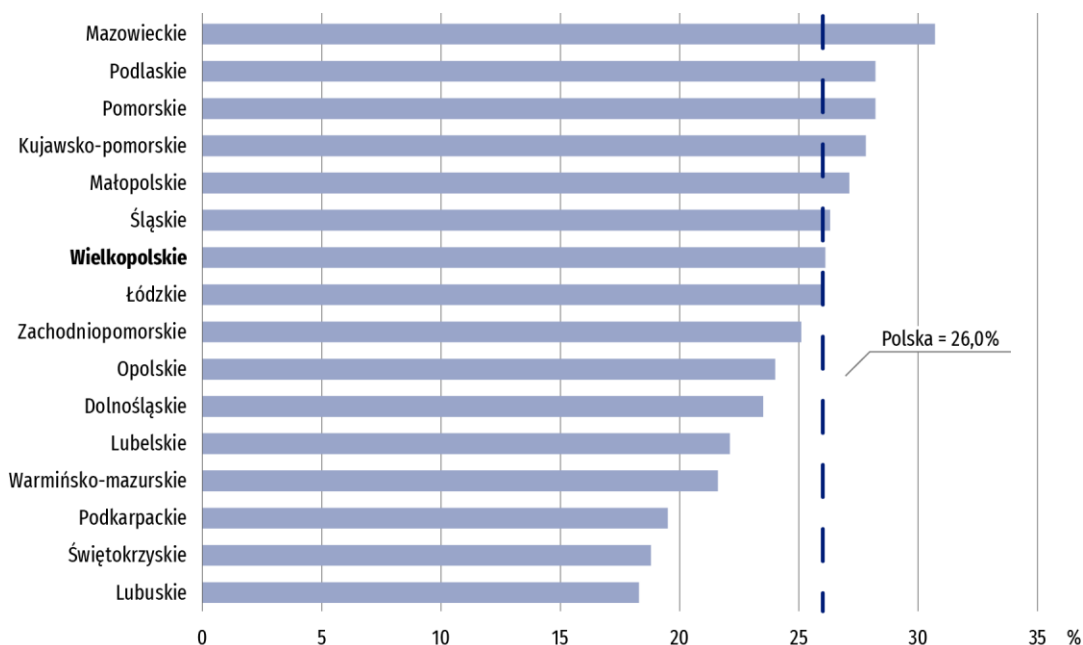
Usługi w chmurze obliczeniowej kupowało co 10 przedsiębiorstwo

Spośród usług w chmurze obliczeniowej przedsiębiorstwa najczęściej płaciły za usługę e-mail

Reklama w Internecie

W 2018 r. za reklamę w Internecie w województwie wielkopolskim płaciło 26,1% przedsiębiorstw (spadek o 3,2 p.proc. w porównaniu z 2017 r.). Wśród województw największą wartość odnotowano w mazowieckim (30,7%), a wielkopolskie zajmowało 7. lokatę.

Wykres 9. Przedsiębiorstwa korzystające z płatnej reklamy w Internecie według województw w 2018 r.



Najczęściej stosowany przez przedsiębiorstwa w województwie wielkopolskim typ płatnej reklamy bazował na algorytmach wykorzystujących zawartość strony internetowej lub słowa kluczowe wyszukiwane przez użytkowników. Odsetek przedsiębiorstw korzystających z tej formy reklamy wyniósł 22,0% i w relacji do 2017 r. zmniejszył się o 4,4 p.proc. Płatną reklamę opartą na geolokalizacji użytkownika stosowało 7,8% przedsiębiorstw (wzrost o 0,8 p.proc.), a reklamę bazującą na śledzeniu wcześniejszej aktywności użytkownika Internetu lub jego profilu stosowało – 7,7% (spadek o 0,7 p.proc.).

Handel elektroniczny

W województwie wielkopolskim przedsiębiorstwa składające zamówienia za pośrednictwem sieci komputerowych stanowiły w 2017 r. 29,1% ogółu przedsiębiorstw (w kraju 33,6%). Największy odsetek przedsiębiorstw tej kategorii odnotowano w województwie zachodniopomorskim (37,5%). Przedsiębiorstwa składały zamówienia za pośrednictwem stron internetowych lub aplikacji mobilnych (w ten sposób zamówienia składało 28,7% ogółu przedsiębiorstw; w kraju 33,0%) oraz wiadomości typu EDI (5,1%; w kraju 6,2%).

W 2017 r. prowadzenie sprzedaży internetowej deklarowało 13,8% ogółu przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim (w kraju 14,0%). Największy odsetek przedsiębiorstw prowadzących e-sprzedaż wystąpił w województwie mazowieckim (17,5%). W województwie wielkopolskim 12,0% przedsiębiorstw prowadziło e-sprzedaż za pośrednictwem stron internetowych lub aplikacji mobilnych (w kraju 12,1%), a poprzez wiadomości typu EDI – 3,4% przedsiębiorstw (w kraju 3,2%).

Drukowanie przestrzenne (3D)

Przedsiębiorstwa wykorzystujące w swojej działalności własne drukarki 3D i/lub zlecające druk 3D podmiotom zewnętrznym stanowiły w województwie wielkopolskim 2,6% ogółu przedsiębiorstw (w kraju 2,4%). Wykorzystywanie technologii drukowania 3D w celu tworzenia prototypów i modeli na własny użytek deklarowało 2,1% przedsiębiorstw (1,8% w kraju).

Z płatnej reklamy w Internecie korzystało 26,1% przedsiębiorstw

Najczęściej stosowany typ płatnej reklamy bazował na zawartości strony internetowej lub wyszukiwanych przez użytkowników słowach kluczowych

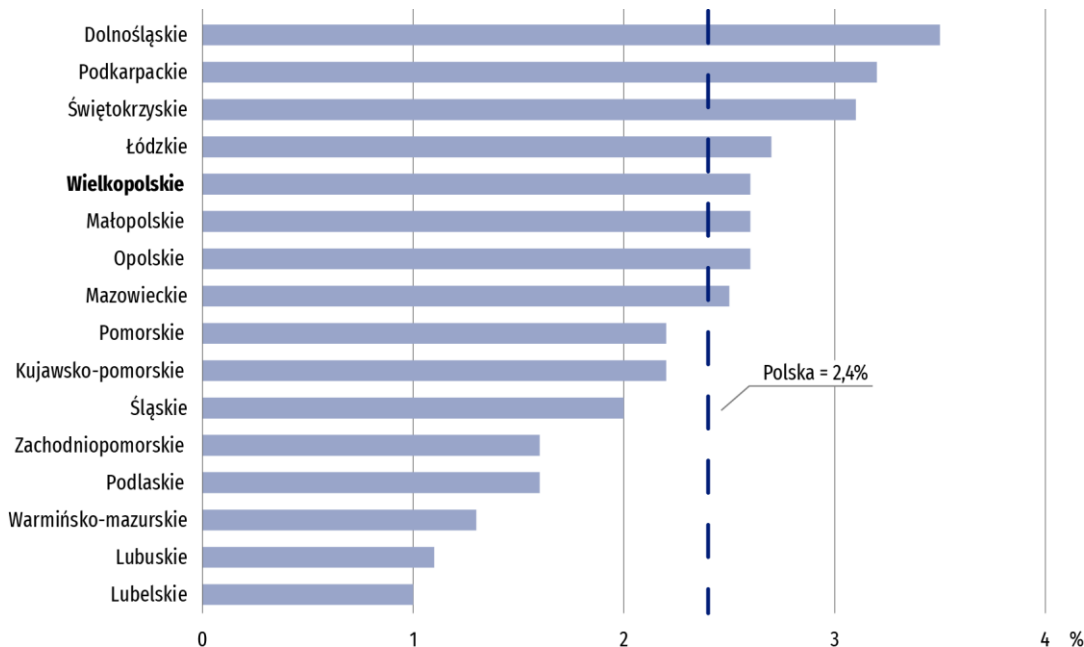
W 2017 r. udział przedsiębiorstw składających zamówienia za pomocą sieci komputerowych wyniósł 29,1%

W 2017 r. udział przedsiębiorstw prowadzących e-sprzedaż wyniósł 13,8%

W 2018 r. technologia drukowania przestrzennego wykorzystywana była w 2,6% przedsiębiorstw

Prototypy lub modele na sprzedaż tworzyło 1,3% przedsiębiorstw (1,1% w kraju), z wykorzystaniem technologii drukowania 3D 0,8% (0,7% w kraju) tworzyło dobra wykorzystywane w procesie produkcyjnym, a 0,5% (0,4% w kraju) – dobra przeznaczone na sprzedaż. Największy odsetek przedsiębiorstw wykorzystujących drukowanie 3D wystąpił w województwie dolnośląskim (3,5%), a najmniejszy w lubelskim (1,0%).

Wykres 10. Przedsiębiorstwa wykorzystujące w swojej działalności własne drukarki 3D i/lub zlecające druk 3D podmiotom zewnętrznym według województw w 2018 r.

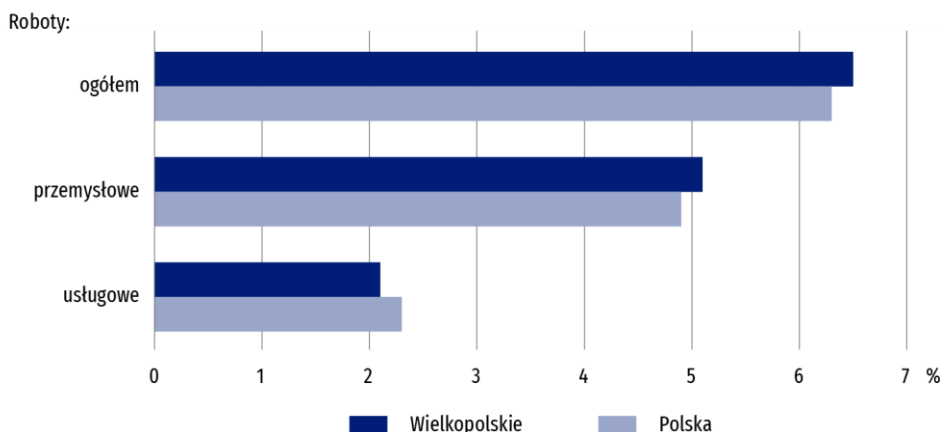


Wykorzystanie robotów przemysłowych i usługowych

Roboty wykorzystywało 6,5% przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim (w kraju 6,3%), w tym 5,1% (w kraju 4,9%) stosowało roboty przemysłowe i 2,1% (w kraju 2,3%) usługowe. Największy odsetek firm wykorzystujących roboty wystąpił w województwie świętokrzyskim (8,4%), a najmniejszy w podlaskim (4,9%).

Roboty przemysłowe i usługowe wykorzystywało 6,5% przedsiębiorstw

Wykres 11. Przedsiębiorstwa wykorzystujące w swojej działalności roboty przemysłowe i usługowe w 2018 r.



Roboty usługowe wykorzystywano w przedsiębiorstwach do realizacji różnych zadań. Najczęściej związane one były ze sprzątaniem lub wywozem śmieci (0,9% przedsiębiorstw; 1,1% w kraju) i z pracami w magazynie (0,9%; w kraju 0,7%). Roboty usługowe angażowano również do zadań związanych z pracami montażowymi (0,7%; w kraju tyle samo), obsługą klienta (0,7%; w kraju 0,9%) i do zadań związanych ze składaniem konstrukcji lub naprawą uszkodzeń (0,6%; w kraju 0,9%). W najmniejszym stopniu roboty wykorzystywano do zadań związanych z ochroną, obserwacją i nadzorem (0,2%; w kraju 0,4%) oraz transportem ludzi lub przedmiotów (0,4%; w kraju 0,5%).

Opracowanie merytoryczne:
Krzysztof Wołowiec
Dział Opracowań Zbiorczych
Wielkopolski Ośrodek Badań Regionalnych
tel: 61 2798 337
e-mail: k.wolowiec@stat.gov.pl

Rozpowszechnianie:
Wielkopolskie Informatorium Statystyczne
Wielkopolski Ośrodek Badań Regionalnych
tel: 61 2798 320, 61 2798 323

Współpraca z Mediami:
Arleta Olbrot-Brzezińska
Wielkopolski Ośrodek Badań Regionalnych
tel: 61 2798 345
e-mail: a.olbrot-brzezinska@stat.gov.pl



www.poznan.stat.gov.pl



@Poznan_STAT



@GlownyUrzadStatystyczny

Powiązane opracowania

[Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2014–2018](#)

[Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2018 roku](#)

Temat dostępny w bazach danych

[Bank Danych Lokalnych \(BDL\) → Nauka i technika → Społeczeństwo informacyjne](#)

Ważniejsze pojęcia dostępne w słowniku

[Chmura obliczeniowa](#)

[CRM](#)

[EDI \(Elektroniczna Wymiana Informacji\)](#)

[ERP](#)

[Łącze szerokopasmowe](#)

[Łącze wąskopasmowe](#)

[Media społecznościowe](#)

[Przepustowość](#)

[Specjalista ICT](#)

[Stałe łącze](#)

[Technologie informacyjno-komunikacyjne](#)

[Urządzenia przenośne](#)