

# Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach<sup>1</sup> w województwie wielkopolskim w 2023 r.

09.05.2024 r.

**47,3%**

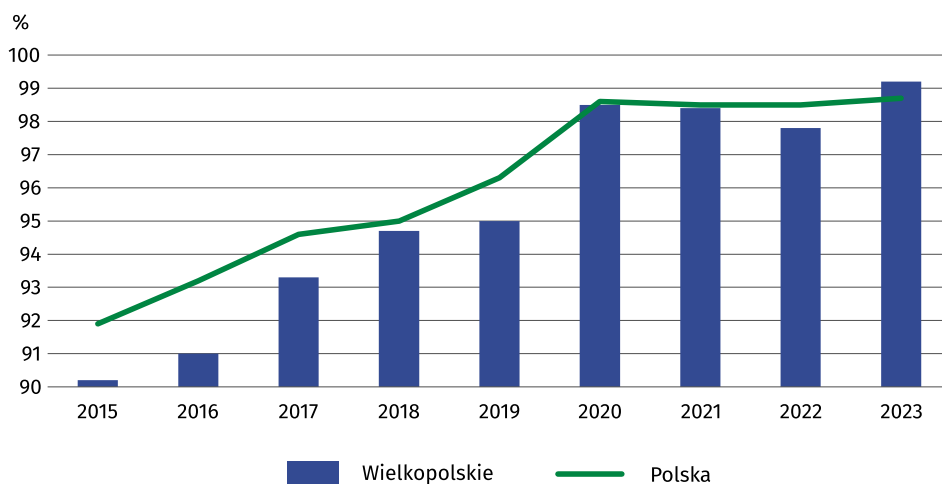
Odsetek przedsiębiorstw wykorzystujących przynajmniej jedno z mediów społecznościowych z 2023 r.

Dostęp do łączy szerokopasmowych deklarowało 99,2% przedsiębiorstw. Własną stronę internetową posiadało dwie trzecie jednostek. Niespełna połowa podmiotów wykorzystywała przynajmniej jedno z mediów społecznościowych, a blisko jedna piąta płaciła za reklamę w Internecie. Prawie co czwarte przedsiębiorstwo udostępniało elektronicznie informacje swoim klientom lub kontrahentom. Udział jednostek deklarujących wykorzystanie technologii sztucznej inteligencji wyniósł 3,1%.

## Dostęp i korzystanie z Internetu w przedsiębiorstwach

W ciągu ośmiu lat odsetek przedsiębiorstw z dostępem do łączy szerokopasmowych zwiększył się o 9,0 p.proc. (z 90,2% w 2015 r. do 99,2% w 2023 r.), a w ostatnim roku zanotowano wzrost o 1,4 p.proc. W kraju udział takich jednostek zwiększył się w latach 2015–2023 o 6,8 p.proc. i w 2023 r. wyniósł 98,7%. W opolskim 99,6% spośród zbadanych przedsiębiorstw posiadało szerokopasmowy dostęp do Internetu (wobec 100,0% w 2022 r.), a województwem o najmniejszym odsetku takich jednostek było warmińsko-mazurskie (97,8% wobec 97,6%).

Wykres 1. Przedsiębiorstwa z dostępem do Internetu poprzez łącze szerokopasmowe



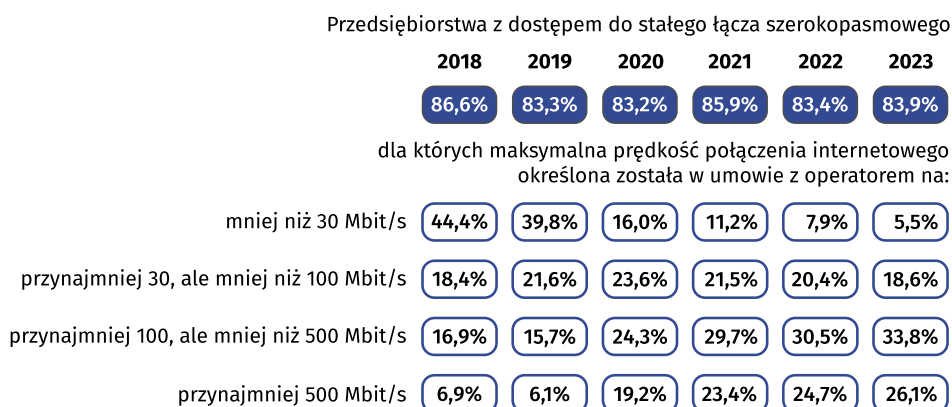
W latach 2015–2023 odsetek przedsiębiorstw korzystających z szerokopasmowego łącza internetowego zwiększył się o 9,0 p.proc.

<sup>1</sup>Podstawowym źródłem prezentowanych danych jest roczne reprezentacyjne badanie pt. „Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach”, realizowane wśród jednostek o liczbie pracujących 10 i więcej, których rodzaj prowadzonej działalności został zaklasyfikowany według PKD 2007 do sekcji: C, D, E, F, G, H, I, J, L, M (bez działu 75 – weterynaria), N, S – grupa 95.1.

Jednym ze sposobów łączenia się z Internetem jest stałe łącze szerokopasmowe. W 2023 r. odsetek jednostek użytkujących ten rodzaj łącza wyniósł 83,9% (o 0,5 p.proc. więcej niż w 2022 r.).

Przedsiębiorstwa najczęściej korzystały ze stałych łączy o maksymalnej prędkości, określonej w umowie z operatorem na „przynajmniej 100, ale mniej niż 500 Mbit/s” – ich udział ukształtował się na poziomie 33,8%. Odsetek podmiotów wyposażonych w łącze o prędkości „przynajmniej 500 Mbit/s” wyniósł 26,1%, w tym „przynajmniej 1 Gbit/s” osiągnął poziom 13,0%, a „przynajmniej 30, ale mniej niż 100 Mbit/s” stanowił 18,6%.

## Wykres 2. Prędkość stałych szerokopasmowych połączeń internetowych wykorzystywanych w przedsiębiorstwach w województwie wielkopolskim



Rosnące zapotrzebowanie na wyższą jakość oferowanych usług powoduje, że wzrasta liczba podmiotów, które preferują stałe szerokopasmowe łącza o większej prędkości. W latach 2018–2023 zaobserwowano wzrost odsetka jednostek korzystających z łączy o prędkości „przynajmniej 500 Mbit/s” (o 19,2 p.proc.), a także z łączami o prędkości „przynajmniej 100, ale mniej niż 500 Mbit/s” (o 16,9 p.proc.) oraz „przynajmniej 30, ale mniej niż 100 Mbit/s” (o 0,2 p.proc.). Zmniejszył się natomiast udział podmiotów korzystających z łączy o prędkości „mniej niż 30 Mbit/s” (o 38,9 p.proc.).

W 2023 r. odsetek pracowników posiadających dostęp do Internetu wyniósł 46,8%, tj. o 2,2 p.proc. więcej niż przed rokiem (w kraju 55,3%, wzrost o 1,8 p.proc.). Największy odsetek takich pracowników odnotowano w województwie mazowieckim (70,5%, wzrost o 1,6 p.proc.), a najmniejszy – w warmińsko-mazurskim (33,8%, spadek o 8,0 p.proc.).

### Strona internetowa

Własną stronę internetową posiadało dwie trzecie przedsiębiorstw (podobnie jak w kraju). Najczęściej wykorzystywaną funkcją strony WWW jest prezentacja wyrobów, katalogów lub cenników produktów i usług – w 2023 r. z tej funkcji korzystało 62,1% przedsiębiorstw (w kraju 62,0%). Do zamieszczania informacji o wolnych stanowiskach pracy i przesyłania dokumentów aplikacyjnych on-line wykorzystywało stronę internetową 18,6% jednostek (w kraju 19,5%), a z funkcji zamawiania lub rezerwacji on-line, np. „koszyk” korzystało 13,3% podmiotów (w kraju 13,0%). Personalizacja zawartości strony dla częstych/stałych użytkowników dotyczyła 12,5% stron internetowych (wobec 13,0% w kraju).

W 2023 r. 3,6% przedsiębiorstw udostępniło swoim klientom aplikację do pobrania na smartfon (w kraju 4,1%).

Przedsiębiorstwa najczęściej użytkowały stałe łącza o przepustowości „przynajmniej 100, ale mniej niż 500 Mbit/s”

W latach 2018–2023 najbardziej wzrósł udział podmiotów z łączami o przepustowości w zakresie „przynajmniej 500 Mbit/s”

Przedsiębiorstwa najczęściej wykorzystywały strony internetowe do prezentacji wyrobów, katalogów lub cenników produktów i usług

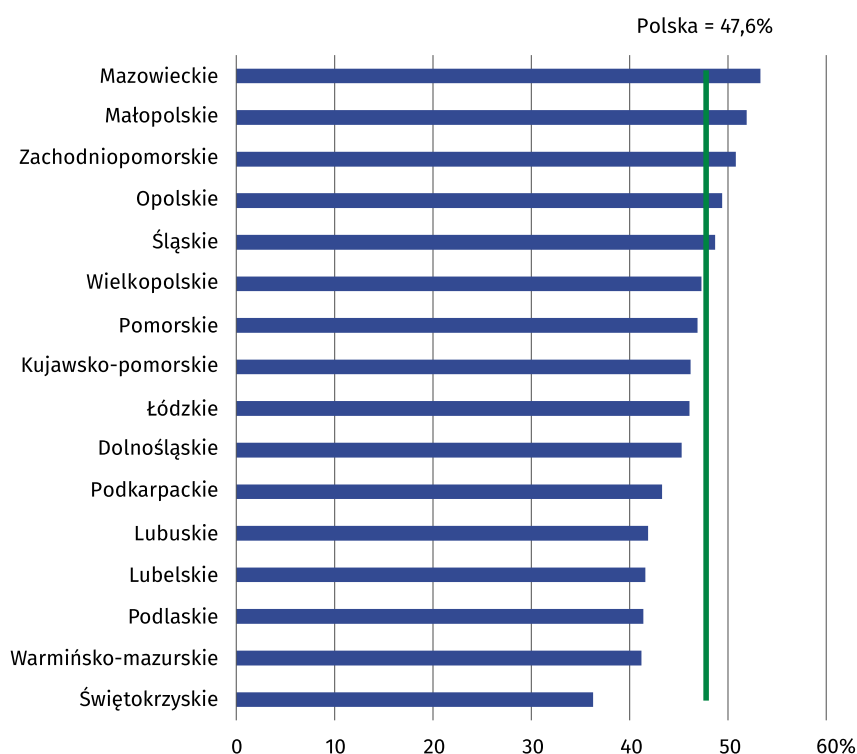
## Media społecznościowe

Media społecznościowe są coraz częściej wykorzystywane przez przedsiębiorstwa w sferze biznesowej – jako nowy kanał komunikacji do promowania swoich produktów i marek. Marketing społecznościowy daje możliwość stworzenia grona lojalnych klientów, a także szybkie pozyskiwanie nowych. Media społecznościowe bywają przydatne także w trakcie rekrutacji pracowników – na przykład przy poszukiwaniu osób o wąskiej specjalizacji. Mogą być również wykorzystywane jako narzędzie służące usprawnieniu komunikacji wewnątrz przedsiębiorstwa, umożliwiając wymianę opinii i pomysłów między pracownikami.

W 2023 r. zarówno w wielkopolskim, jak i w kraju niespełna połowa przedsiębiorstw wykorzystywała przynajmniej jedno z mediów społecznościowych (odpowiednio 47,3% i 47,6%). Największy odsetek podmiotów korzystających z co najmniej jednego rodzaju mediów społecznościowych odnotowano w województwie mazowieckim (53,3%), najmniejszy zaś – w świętokrzyskim (36,3%).

Najpopularniejszym narzędziem były serwisy społecznościowe – wykorzystywało je 46,4% jednostek (o 0,3 p.proc. mniej niż w kraju), a w dalszej kolejności strony umożliwiające udostępnianie multimediów (20,5%, tj. o 0,3 p.proc. więcej niż w kraju). Najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się blogi lub mikroblogi prowadzone przez przedsiębiorstwa (4,3% wobec 6,3% w kraju).

**Wykres 3. Przedsiębiorstwa wykorzystujące media społecznościowe w 2023 r.**



Podmioty najczęściej wykorzystywały media społecznościowe w celu tworzenia wizerunku przedsiębiorstwa lub marketingu produktów, np. reklamowania produktów (44,0% wobec 43,8% w kraju). Jednostki korzystały również z mediów społecznościowych w celu otrzymywania lub odpowiadania na uwagi/komentarze i pytania klientów (28,0% wobec 27,6%), a także rekrutacji pracowników (19,9% wobec 20,8%). Nieco rzadziej służyły one do współpracy z partnerami biznesowymi (np. z dostawcami) lub innymi organizacjami, np. organami administracji publicznej, organizacjami pozarządowymi (13,9% wobec 14,3%), zaangażowania klientów w proces rozwoju lub innowacji produktów, wyrobów, usług (11,3% wobec 13,3%) oraz wymiany poglądów, opinii lub wiedzy wewnątrz przedsiębiorstwa (10,1% wobec 12,6%).

Blisko połowa przedsiębiorstw wykorzystywała przynajmniej jedno z mediów społecznościowych, a najpopularniejszym narzędziem były serwisy społecznościowe

Media społecznościowe najczęściej były wykorzystywane w celu tworzenia wizerunku przedsiębiorstwa lub marketingu produktów, np. reklamowania produktów

## Reklama w Internecie

Internet stał się doskonałą przestrzenią dla reklamodawców. Reklama w Internecie daje większą elastyczność w kreowaniu kampanii marketingowej, a także możliwość lepszego zdefiniowania grupy docelowej. Daje również możliwość przygotowania spersonalizowanych treści w oparciu o informacje uzyskane z sieci.

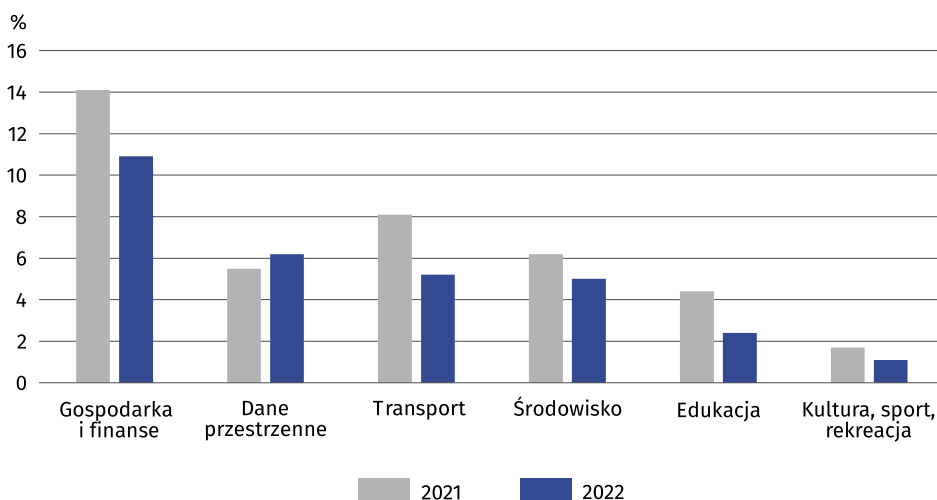
W 2023 r. blisko jedna piąta podmiotów (17,8%) płaciła za reklamę w Internecie (w kraju 20,0%). Najczęściej wykorzystywaną przez przedsiębiorstwa formą reklamy w Internecie była ta, bazująca na zawartości strony internetowej lub słowach kluczowych wyszukiwanych przez użytkowników (14,4%, tj. o 1,1 p.proc. mniej niż w kraju). Rzadziej jednostki korzystały z reklam bazujących na geolokalizacji użytkowników Internetu (7,7%, podobnie jak w kraju) oraz bazujących na śledzeniu wcześniejszej aktywności użytkownika Internetu lub jego profilu (7,6% wobec 7,5% w kraju).

## Otwarte dane publiczne

Otwarte dane publiczne to dane wytworzone przez urząd administracji publicznej (lub na jego zlecenie), które są dostępne dla każdego zainteresowanego do wykorzystania, przetwarzania i udostępniania w dowolnych celach. Ich format wychodzi naprzeciw rosnącym oczekiwaniom w zakresie dostępności danych publicznych. W celu poprawy standardów otwierania danych publicznych oraz ich jakości Ministerstwo Cyfryzacji opracowało „Program otwierania danych publicznych”. W 2022 r. w wielkopolskim z takich danych korzystało 12,9% jednostek, tj. o 4,1 p.proc. mniej niż w 2021 r.

Lubelskie było województwem o najniższym stopniu wykorzystania przez podmioty otwartych danych publicznych (10,9%, spadek w ciągu roku o 9,1 p.proc.), a najwyższy jego poziom zanotowano w mazowieckim (19,1%, spadek o 3,6 p.proc.). W kraju 14,6% jednostek (19,0% w 2021 r.) użytkowało otwarte dane.

**Wykres 4. Przedsiębiorstwa wykorzystujące otwarte dane publiczne według wybranych kategorii w województwie wielkopolskim**



Największym zainteresowaniem w 2022 r. cieszyły się dane z zakresu gospodarki i finansów, które były wykorzystane przez 10,9% podmiotów (o 3,2 p.proc. mniej niż w 2021 r.). Rzadziej jednostki korzystały z informacji dotyczących: danych przestrzennych (6,2%, wzrost o 0,7 p.proc.), transportu (5,2%, spadek o 2,9 p.proc.) oraz środowiska (5,0%, spadek o 1,2 p.proc.). Przedsiębiorstwa w mniejszym stopniu były zainteresowane informacjami dotyczącymi edukacji (2,4%, spadek o 2,0 p.proc. w stosunku do poprzedniego roku) oraz kultury, sportu i rekreacji (1,1%, spadek o 0,6 p.proc.). Na nieco niższym poziomie od obserwowanego przed rokiem odnotowano odsetek podmiotów identyfikujących dane publiczne, które mogłyby być wykorzystane w celach biznesowych, lecz nie zostały udostępnione w ramach otwartych danych publicznych (2,7% wobec 3,4% w 2021 r.).

W 2023 r. blisko jedna piąta podmiotów płaciła za reklamę w Internecie

W 2022 r. odsetek przedsiębiorstw wykorzystujących otwarte dane publiczne wyniósł 12,9%

W 2022 r. spośród otwartych danych publicznych największym zainteresowaniem cieszyły się informacje z zakresu gospodarki i finansów

## Wykorzystanie danych w procesach biznesowych

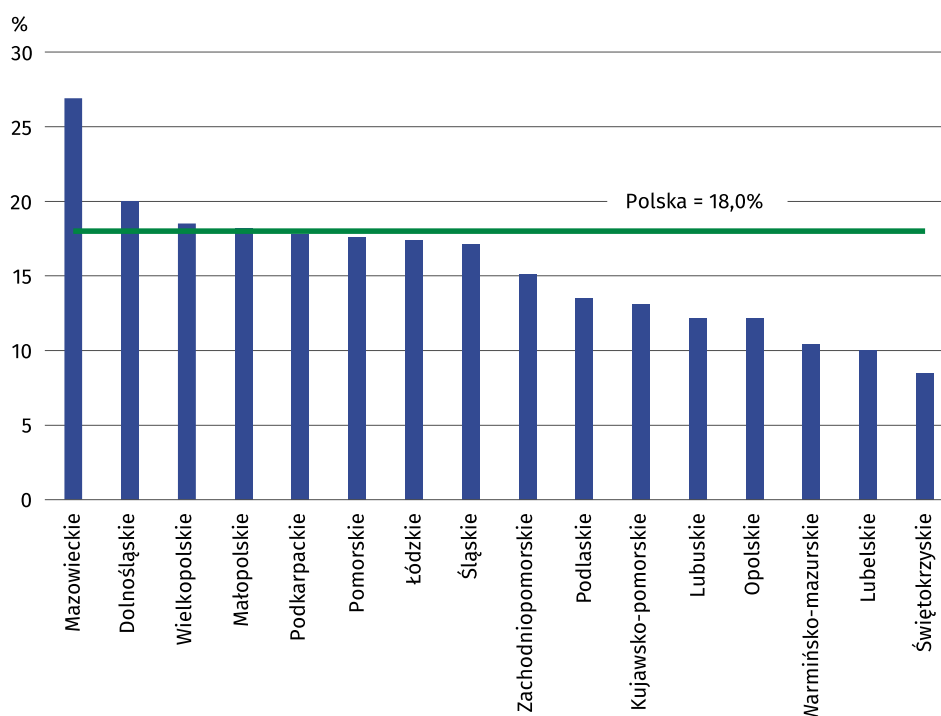
We współczesnym modelu gospodarczym dochodzi do nieustannego przepływu informacji pomiędzy podmiotami, co generuje ogromne ilości danych. Jeżeli zostaną one odpowiednio przetworzone i zinterpretowane mogą stać się doskonałym narzędziem budowania przewagi konkurencyjnej firm. Przedsiębiorstwa coraz chętniej sięgają po różnego rodzaju narzędzia cyfrowe służące do takiej analizy.

W wielkopolskim, podobnie jak w kraju, udział przedsiębiorstw stosujących oprogramowanie typu ERP w 2023 r. wyniósł 36,0%, a dla programów klasy CRM i Business Intelligence wskaźniki te wyniosły odpowiednio 27,4% i 10,5% (w kraju 28,5% i 10,5%).

W 2023 r. prawie co czwarte przedsiębiorstwo w wielkopolskim udostępniało elektronicznie informacje swoim klientom lub kontrahentom (podobnie jak w kraju). Prawie dwukrotnie częściej udostępniano informacje klientom (np. informacje o dostępności towaru na stronie internetowej, e-mail informujący o stanie realizacji zamówienia) niż kontrahentom (np. zautomatyzowana wysyłka zamówień, zautomatyzowana wysyłka danych o stanie technicznym maszyny do serwisanta); podobną tendencję obserwowano również w kraju.

Prawie dwukrotnie częściej przedsiębiorstwa udostępniły informacje klientom niż kontrahentom

**Wykres 5. Przedsiębiorstwa prowadzące analitykę danych w 2023 r.**



Blisko co piąte przedsiębiorstwo przeprowadzało analitykę danych (podobnie jak w kraju). Najczęściej przeprowadzały ją przedsiębiorstwa zlokalizowane w mazowieckim (26,9%), natomiast najrzadziej – w świętokrzyskim (8,5%).

Najczęściej wykorzystywanym źródłem danych służącym analityce danych w 2023 r. były transakcje przeprowadzane przez przedsiębiorstwo (17,3% wobec 16,6% w kraju). W mniejszym stopniu wykorzystywane były dane zawierające charakterystyki klientów (9,2% wobec 9,1%), a także pochodzące z mediów społecznościowych (5,2% wobec 5,5%). Udział przedsiębiorstw zlecających analitykę danych innym podmiotom wyniósł 3,8% (w kraju 3,9%).

Najczęściej wykorzystywanym źródłem danych służącym analityce danych były transakcje przeprowadzane przez przedsiębiorstwo

## Sprzedaż elektroniczna

W 2022 r., podobnie jak przed rokiem, prowadzenie sprzedaży internetowej deklarowało 17,9% ogółu jednostek (w kraju 18,0%, spadek o 1,0 p.proc. w stosunku do 2021 r.). Odsetek przedsiębiorstw otrzymujących zamówienia przez sieci komputerowe był największy w województwie łódzkim (21,6%, wzrost o 5,9 p.proc.), natomiast najmniejszy w świętokrzyskim (14,0%, wzrost o 1,1 p.proc.).

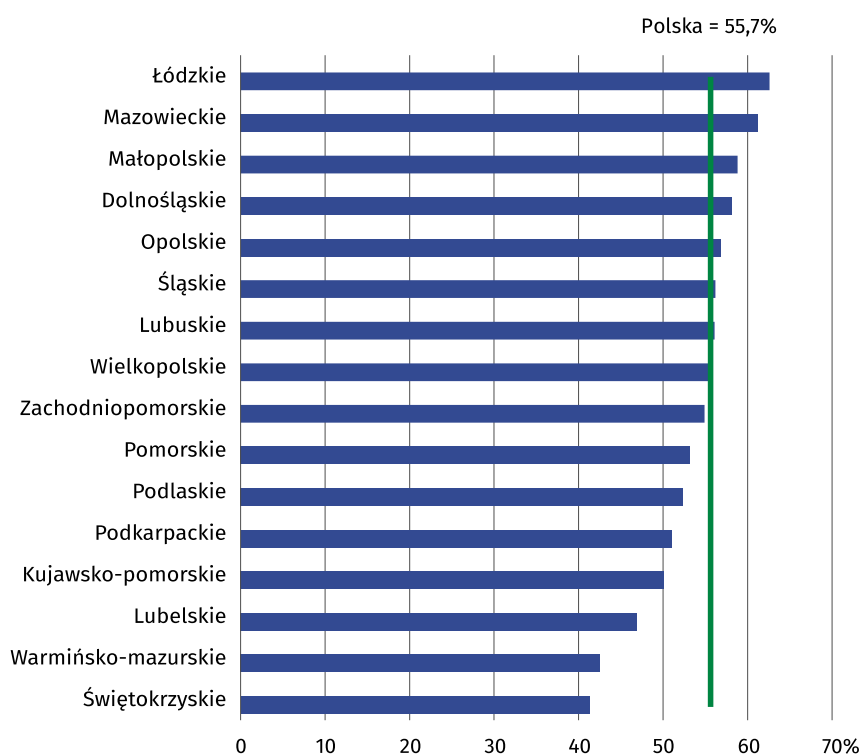
E-sprzedaż za pośrednictwem własnej strony internetowej lub aplikacji mobilnej w 2022 r. prowadziło 12,4% podmiotów (o 0,5 p.proc. więcej niż przed rokiem). Przedsiębiorstwa decydowały się także na korzystanie z internetowych platform handlowych oraz serwisów aukcyjnych i powiązanych z nimi aplikacji mobilnych – takie rozwiązanie wybrało 9,4% jednostek (o 0,5 p.proc. mniej niż w 2021 r.), a poprzez użycie wiadomości typu EDI – 4,4% podmiotów (wzrost o 0,7 p.proc.).

W 2022 r. 12,6% firm wykorzystujących do e-sprzedaży strony internetowe, aplikacje mobilne lub internetowe platformy handlowe otrzymywało zamówienia od odbiorców indywidualnych (wobec 13,1% przed rokiem), natomiast 13,1% od innych przedsiębiorstw lub jednostek administracji publicznej (wobec 12,9%).

## Chmura obliczeniowa

W 2023 r. z płatnych usług chmury obliczeniowej korzystało 55,8% przedsiębiorstw, tj. nieco więcej (o 0,1 p.proc.) niż w kraju. Łódzkie było województwem o największym odsetku podmiotów korzystających z takich usług (62,6%), natomiast najmniejszy odnotowano w świętokrzyskim (41,3%).

**Wykres 6. Przedsiębiorstwa korzystające z płatnych usług w chmurze obliczeniowej w 2023 r.**



Spośród płatnych usług oferowanych w chmurze obliczeniowej najczęściej zakupywano te związane z udostępnieniem poczty e-mail (39,9% wobec 37,8% w kraju). Rzadziej korzystano ze środowiska deweloperskiego do testowania lub wdrożenia aplikacji (33,2% wobec 34,6%), oprogramowania biurowego (25,4% wobec 27,3%), a także przechowywania plików (22,2% wobec 22,5%). Oprogramowanie związane z bezpieczeństwem ICT było zakupywane przez 19,2% jednostek (w kraju 21,1%), a oprogramowanie ERP – przez 17,0% (w kraju 17,6%).

Udział przedsiębiorstw prowadzących e-sprzedaż w 2022 r. wyniósł 17,9%

W 2022 r. podmioty najczęściej prowadziły e-sprzedaż za pośrednictwem własnej strony internetowej lub aplikacji mobilnej

Ponad połowa przedsiębiorstw korzystała z płatnych usług chmury obliczeniowej

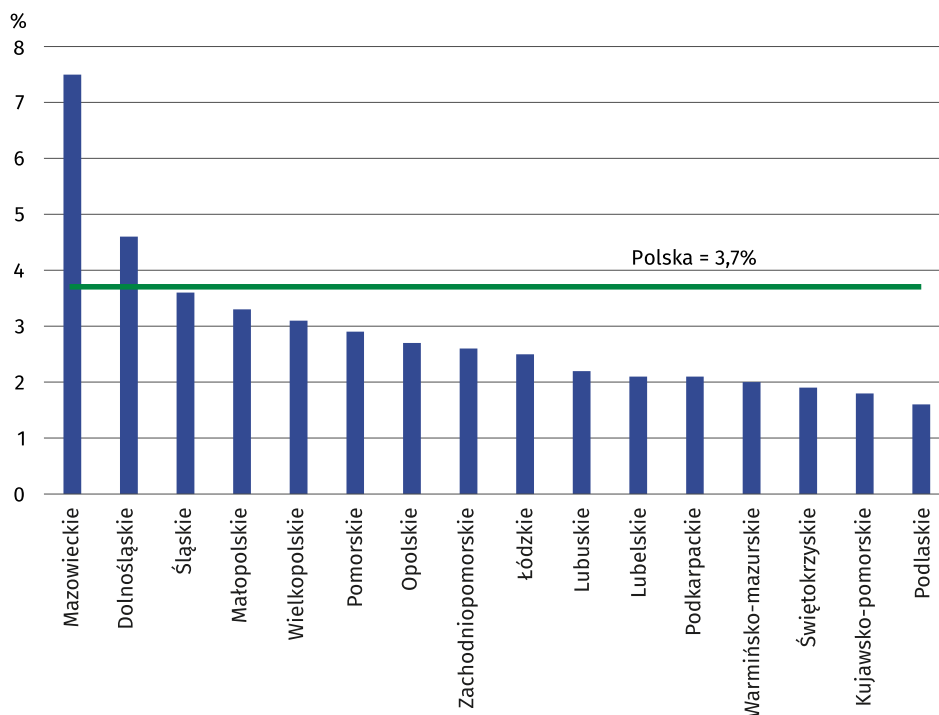
Spośród płatnych usług oferowanych w chmurze obliczeniowej najczęściej zakupywano te związane z udostępnieniem poczty e-mail

## Sztuczna inteligencja

Coraz częściej technologie oparte na sztucznej inteligencji (ang. Artificial intelligence – skrót AI) umożliwiają tworzenie narzędzi pozwalających na zwiększenie wydajności i produktywności przedsiębiorstw. W 2023 r. 3,1% podmiotów deklaroowało wykorzystanie technologii sztucznej inteligencji, tj. mniej niż w kraju (3,7%). Najwięcej jednostek wykorzystywało tego rodzaju technologie w województwie mazowieckim (7,5%), natomiast najmniej – w podlaskim (1,6%).

Nieco ponad 3% przedsiębiorstw deklaroowało wykorzystanie technologii sztucznej inteligencji

Wykres 7. Przedsiębiorstwa wykorzystujące technologie sztucznej inteligencji w 2023 r.



W 2023 r. najczęściej stosowane były technologie automatyzujące procesy i wspomagające podejmowanie decyzji – zarówno w wielkopolskim, jak i w kraju w 2,0% jednostek. Natomiast najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się technologie analizujące tekst (0,4% wobec 0,5% w kraju). Technologie oparte na AI najczęściej wykorzystywano w procesach związanych z finansami, księgowością i controllingiem (1,7% wobec 1,5% w kraju), najrzadziej – w dziedzinie działalności badawczo-rozwojowej lub innowacyjnej (0,6% wobec 0,7%).

Najczęściej nabywano technologię sztucznej inteligencji poprzez zakup komercyjnego rozwiązania, gotowego do użycia (1,8% wobec 2,2% w kraju). Najmniej jednostek korzystało z technologii AI opartych na zasadach „open source” (0,7% wobec 0,9%).

W 2023 r. większość podmiotów nie korzystała ze sztucznej inteligencji (96,1%, w kraju 95,1%), natomiast udział jednostek niewykorzystujących tego typu rozwiązań, ale rozważających ich wykorzystanie wyniósł 1,5% (w kraju 2,0%). Przedsiębiorstwa nie korzystają z technologii AI przede wszystkim za względu na brak zasobów ludzkich i wiedzy o wykorzystaniu AI, a także zbyt wysokie koszty wdrożenia takich technologii.

W przypadku cytowania danych Głównego Urzędu Statystycznego prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło: dane GUS”, a w przypadku publikowania obliczeń dokonanych na danych opublikowanych przez GUS prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS”.



Opracowanie merytoryczne:  
**Urząd Statystyczny w Poznaniu**

**Dyrektor Jacek Kowalewski**  
Tel.: 61 2798 266

Współpraca z Mediami:

**Arleta Olbrot**

**Wielkopolski Ośrodek Badań Regionalnych**  
Tel.: 61 2798 345

**e-mail: [a.olbrot@stat.gov.pl](mailto:a.olbrot@stat.gov.pl)**

Rozpowszechnianie:  
**Wielkopolski Ośrodek Badań Regionalnych**

**Wojewódzkie Informatorium Statystyczne**  
Tel.: 61 2798 320, 61 2798 323



[poznan.stat.gov.pl](http://poznan.stat.gov.pl)



[@Poznan\\_STAT](https://twitter.com/Poznan_STAT)



[@PoznanSTAT](https://www.facebook.com/PoznanSTAT)



[@UrzadStatystycznywPoznaniu](https://www.youtube.com/@UrzadStatystycznywPoznaniu)

### **Powiązane opracowania**

[Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2023 roku](#)

[Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w jednostkach administracji publicznej, przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2023 roku](#)

[Zeszyt metodologiczny. Wskaźniki społeczeństwa informacyjnego. Badania wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych](#)

### **Temat dostępny w bazach danych**

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

### **Ważniejsze pojęcia dostępne w słowniku**

[Bezpieczeństwo systemów ICT](#)

[Dostęp zdalny](#)

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

[Łącze szerokopasmowe](#)

[Mobilny dostęp do Internetu](#)

[Otwarte dane publiczne](#)

[Przepustowość](#)

[Specjalista ICT](#)

[Stałe łącze](#)

[Technologie informacyjno-komunikacyjne](#)

[Urządzenia przenośne](#)