

Ogólnopolskie Badanie Rynku Instalacyjnego PV

Wyniki II edycji – grudzień 2022



Geneza badania

Branża Odnawialnych Źródeł Energii w 2022 roku pozostawała pod silnym wpływem czynników zewnętrznych. Należały do nich przede wszystkim:

- zmiany systemu rozliczeń energii elektrycznej generowanej przez prosumentów
- przejściowe problemy z dostępnością komponentów PV na rynku
- niestabilność cen spowodowana znacznymi wahaniami popytu i kursów walut
- perspektywa dalszych, skokowych wzrostów cen energii elektrycznej

Złożoność i wzajemny wpływ bodźców wzrostowych i hamujących popyt na instalacje PV jest trudny do analizy, jednocześnie dojrzewająca nadal branża PV potrzebuje uniwersalnych miar sygnalizujących nastroje i oczekiwania uczestników rynku.

Cel i metodologia badania

Główne cele badawcze:

1. Identyfikacja nastrojów w branży instalacji PV, w tym ocena perspektyw rozwoju rynku
2. Identyfikacja czynników wzrostu, a także głównych barier związanych z działalnością w branży instalacyjnej
3. Śledzenie **Barometru Nastrojów Branży PV** – uniwersalnego wskaźnika służącego do regularnego pomiaru nastroju w branży (w ujęciu kwartalnym)

Metodologia badania

Badanie zostało przeprowadzone w dniach 12-23 grudnia 2022 roku przy użyciu kwestionariusza online (CAWI) zawierającego 16 pytań. Udział w badaniu wzięło **60 polskich firm** instalacyjnych.

Struktura respondentów

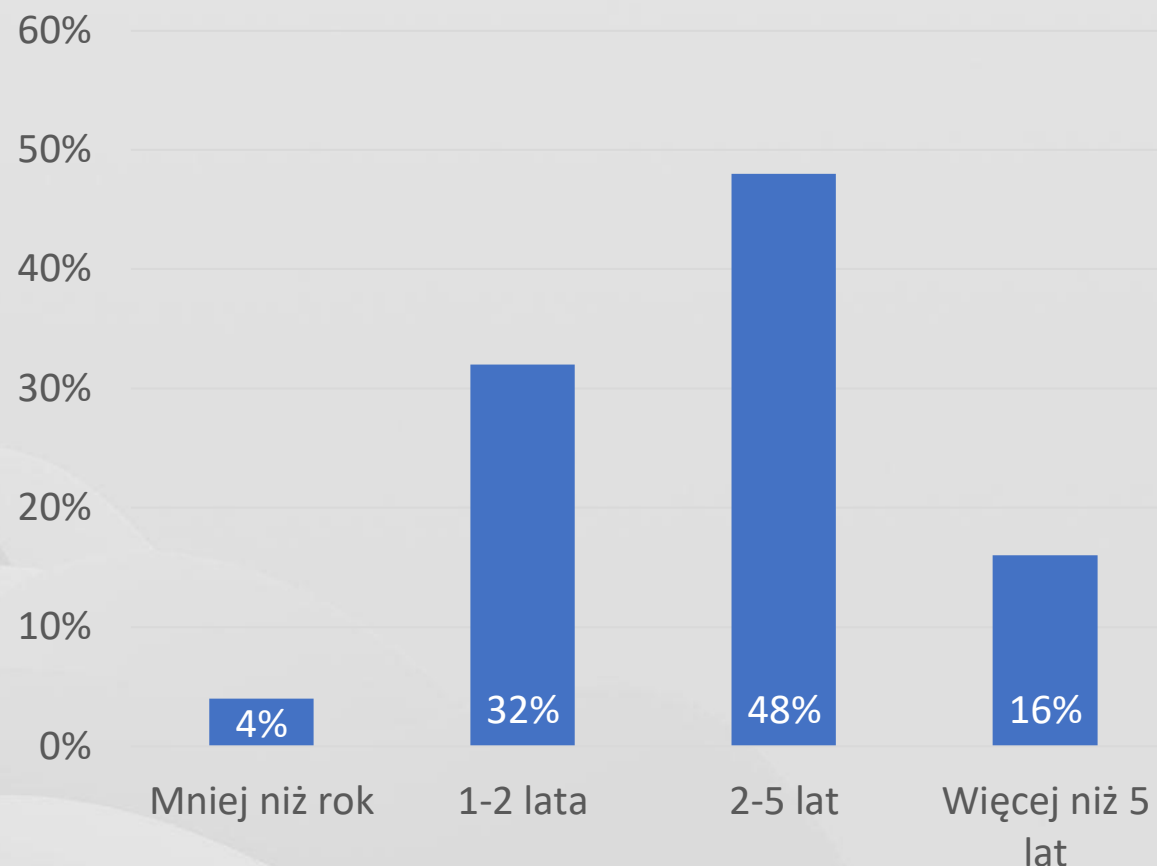
Okolo dwie trzecie (64%) przedstawicielei przebadanych firm posiada co najmniej dwuletnie doświadczenie w branży instalacyjnej.

Grupa badawcza w tej edycji badania różni się nieznacznie względem poprzedniego kwartału, co znalazło odzwierciedlenie w wynikach.

Zauważyć należy pojawienie się respondentów posiadających mniej niż roczne doświadczenie w branży instalacyjnej, a także większą obecność respondentów z 1-2 latami doświadczenia.

Niemniej jednak większość respondentów, podobnie jak w poprzednim kwartale, to fachowcy z kilkuletnim doświadczeniem w instalacji komponentów PV.

Jak długo pracuje Pani/Pan w branży instalacyjnej?



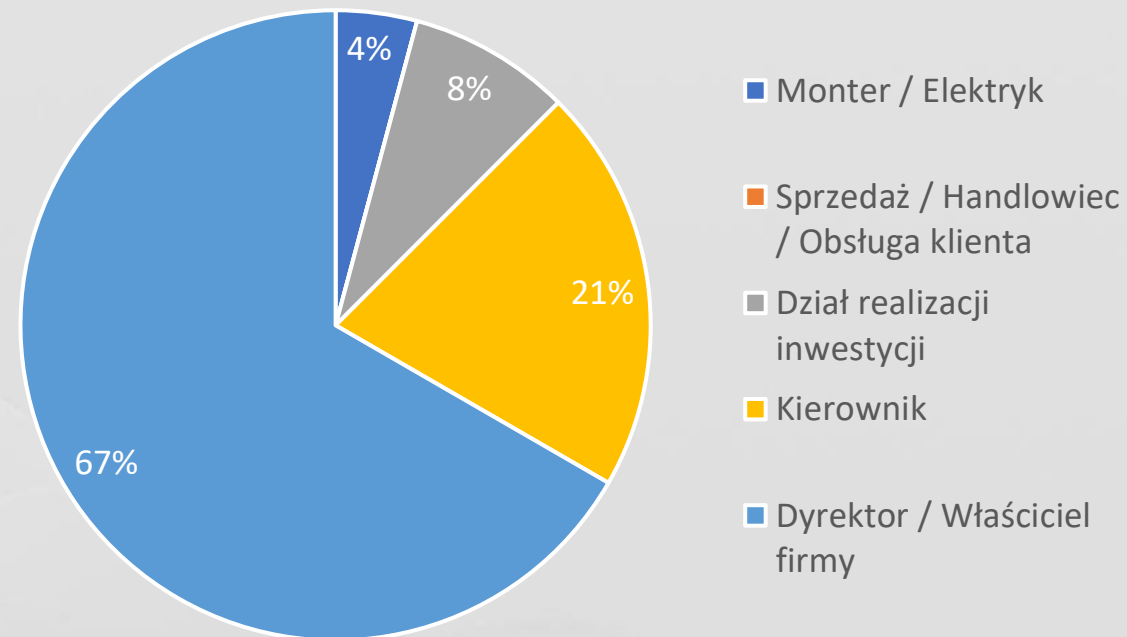
Struktura respondentów

Zdecydowana większość respondentów (88%) reprezentuje właścicieli firm instalacyjnych lub kadrę zarządzającą.

Dzięki odpowiedniemu doborowi grupy badawczej udało nam się pozyskać odpowiedzi od najbardziej reprezentatywnej grupy – osób na kierowniczych stanowiskach, które podejmują najważniejsze decyzje związane z działalnością firm instalacyjnych.

Wynik ten nie jest zaskoczeniem – to właśnie decydenci są najbardziej zainteresowani poznaniem otoczenia biznesowego. Ufamy, że dzięki powtarzalności badania będziemy w stanie regularnie dostarczać im aktualne informacje niezbędne do podejmowania słusznych decyzji biznesowych i kierowania rozwojem swoich firm.

Jakie jest Pani/Pana stanowisko w firmie?



Ocena bieżącej kondycji branży

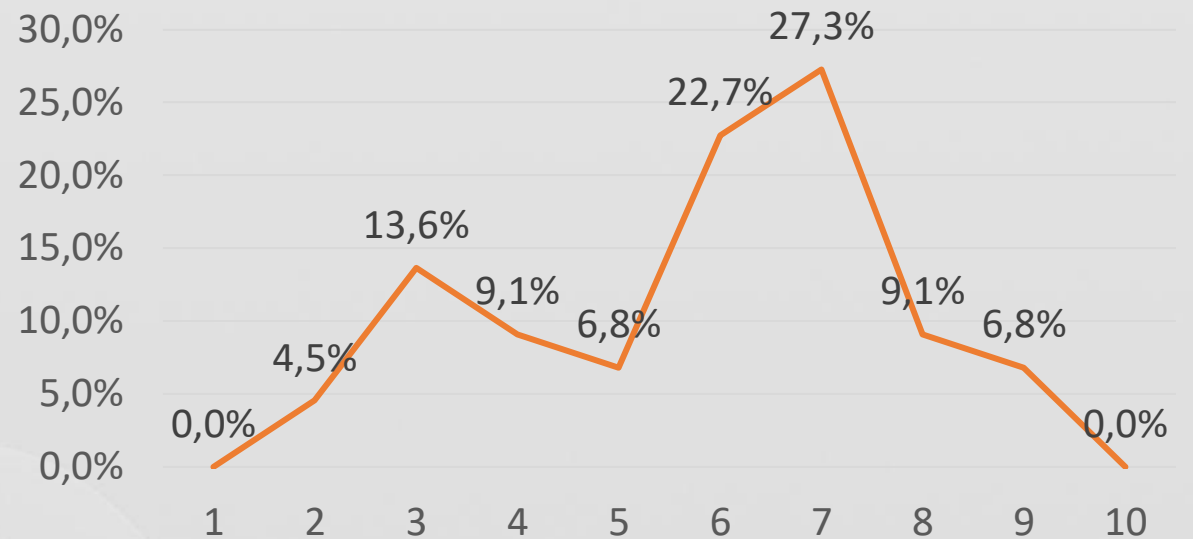
Respondenci ocenili czwarty kwartał 2022 roku zgodnie z wcześniejszymi wskazaniem Barometru PV.

Średnia ważona deklarowanych ocen kondycji branży instalacyjnej w czwartym kwartale wyniosła 5.91.

Wynik ten potwierdza trafność wskazania Barometru PV z poprzedniego okresu – prognozowana wartość wynosiła 5.9.

W rozkładzie odpowiedzi respondentów możemy zauważyć dwie grupy – nieco mniejszą, oceniających kwartał zdecydowanie (18.1%) lub umiarkowanie negatywnie (15.9%), oraz większą grupę oceniających umiarkowanie (50%) i zdecydowanie pozytywnie (15.9%).

Jak ocenia Pani/Pan bieżącą kondycję branży instalatorskiej w Polsce?



Rozkład procentowy odpowiedzi respondentów (skala 1-10). Wyniki mogą nie sumować się do 100% wskutek zastosowanych zaokrągleń.

Średnia ważona odpowiedzi respondentów: **5.91**

Barometr branży PV

R E V E V J

Barometr branży PV jest wyliczany w oparciu o odpowiedzi na pytanie o perspektywę działalności i rozwoju branży instalacji fotowoltaicznych w kolejnym kwartale.

Reprezentuje go uniwersalny wskaźnik liczbowy w 10-stopniowej skali.

Jego drugi odczyt (na pierwszy kwartał 2023 roku) pozostaje umiarkowanie pozytywny – większość badanych ocenia perspektywę w Q1 nieznacznie lepiej w porównaniu z ostatnim kwartałem ubiegłego roku.

Mimo, że aktualne wskazanie (6.0) nie różni się znacznie od poprzedniego (5.9), rysujący się trend jest pozytywny. Mamy nadzieję, że zostanie on utrzymany do końca 2023 roku.



Czynniki stymulujące popyt

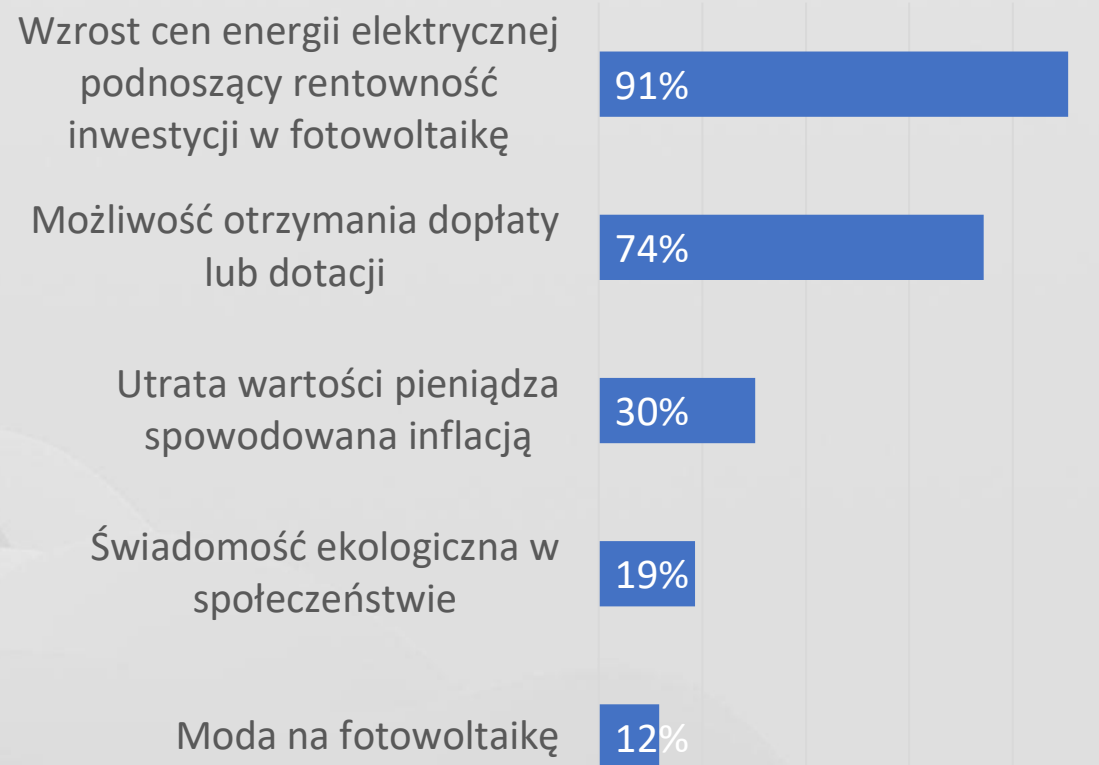
Podobnie jak w poprzednim kwartale, głównym czynnikiem kreującym popyt są rosnące ceny energii elektrycznej.

Niemal wszyscy respondenci (91%) zgodnie twierdzą, że rosnące ceny energii pozostają głównym motywatores klientów końcowych.

Znacznie wzrósł (z 39% do 74%) odsetek respondentów wskazujących możliwość otrzymania dopłat/dotacji jako główny czynnik decyzyjny klientów końcowych. Nic dziwnego – pod koniec 2022 roku została zapowiedziana kolejna edycja programu Mój Prąd.

Wskazania innych czynników determinujących popyt na instalacje PV nie zmieniły się w znaczny sposób.

Co według Pani/Pana ma pozytywny wpływ na rozwój rynku instalatorskiego w Polsce?



Bariery rozwoju rynku instalacyjnego

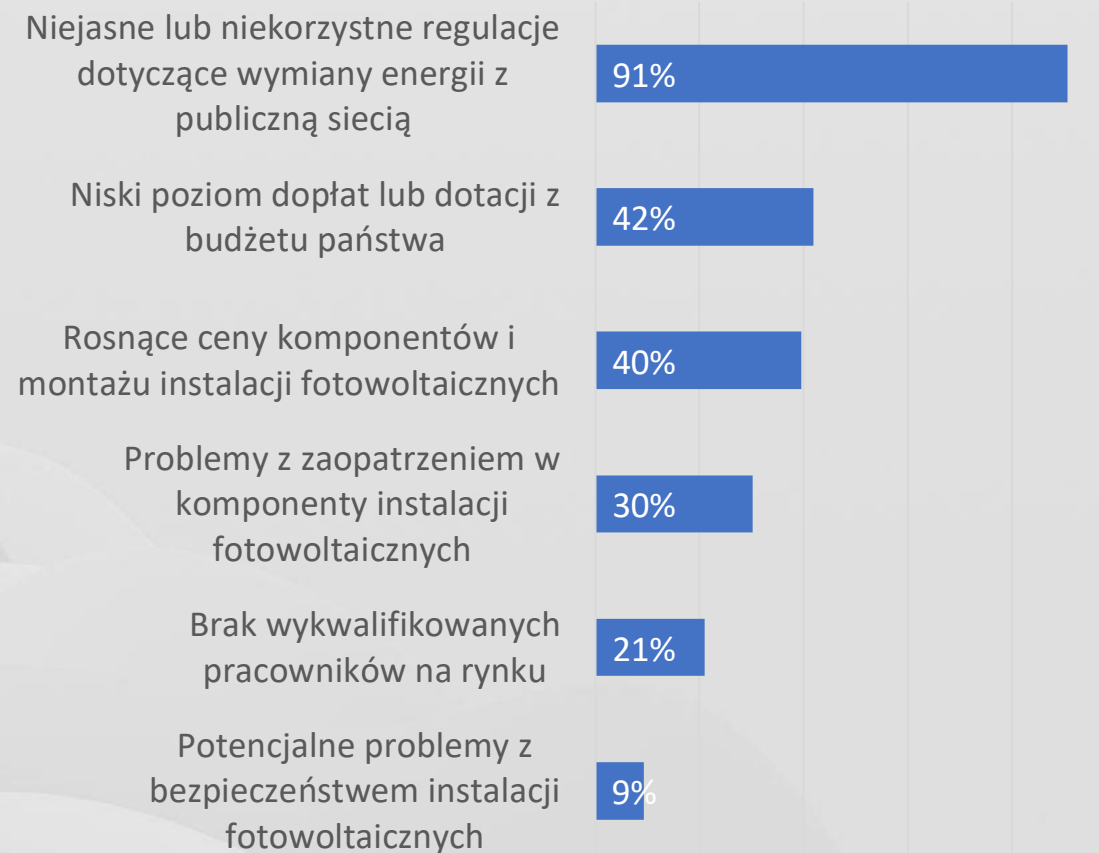
Dla zdecydowanej większości firm głównym hamulcem rozwoju branży pozostają decyzje regulatora i polityka państwa w zakresie OZE.

Aż 91% respondentów wskazuje niejasne lub niekorzystne regulacje wymiany energii jako główną barierę rozwoju rynku.

Niski poziom dopłat z budżetu państwa pozostaje drugim najczęściej wymienianym czynnikiem dławiącym rozwój branży – wskazuje na to aż 42% respondentów.

Podwoiła się także ilość respondentów wskazujących rosnące ceny komponentów (z 20% do 40%). Jest to efekt zarówno wysokiej inflacji w czwartym kwartale 2022 roku, jak również mocnych wahań kursów walut.

Co według Pani/Pana hamuje rozwój rynku instalatorskiego w Polsce?



Szeroka oferta pomimo barier

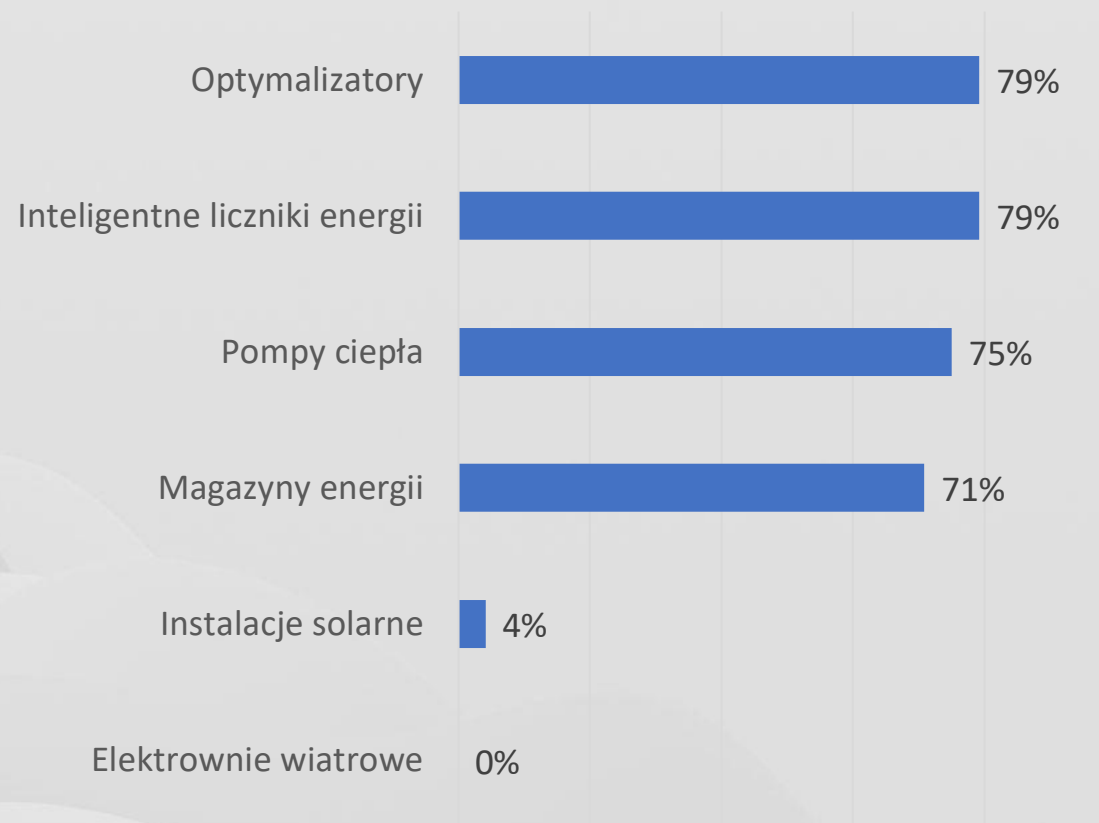
Według odpowiedzi respondentów, instalacja PV sukcesywnie obejmuje coraz większą ilość komponentów.

Większość przebadanych firm, oprócz paneli oraz inwertera, instaluje klientom końcowym także inne komponenty zwiększające efektywność instalacji fotowoltaicznej.

Podobnie jak w poprzednim okresie, do najczęściej wskazywanych urządzeń komplementarnych należą optymalizatory (79%).

Należy odnotować także zwiększony odsetek firm instalujących inteligentne liczniki energii (z 63% do 79%), pompy ciepła (z 57% do 75%) oraz magazyny energii (z 54% do 71%).

Jakie komponenty dodatkowo instaluje Pani/Pana firma klientom?



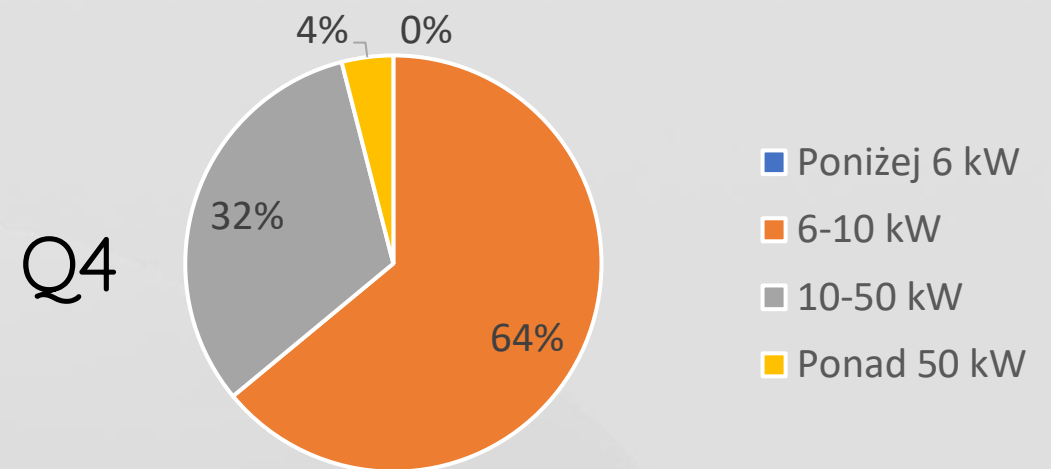
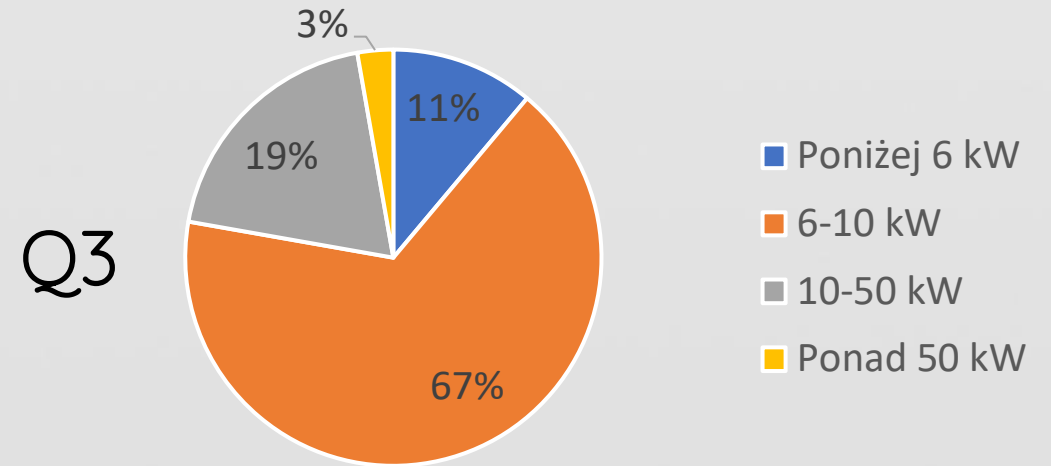
Większe moce pojedynczych instalacji

W porównaniu z poprzednim kwartałem obserwujemy zanikanie mikro-instalacji kosztem tych większych, najprawdopodobniej przeznaczonych dla firm.

W czwartym kwartale odsetek instalacji o mocy powyżej 10kW wzrósł o ponad połowę i osiągnął ponad jedną trzecią wskazań (wzrost z 22% do 36%).

Mikro-instalacje nie wydają się już tak atrakcyjne, zarówno z uwagi na mniejszy uzysk jak również mniejszą opłacalność wysiłku związanego z obsługą wniosku o dopłaty.

Głównym motorem zmian we wskazaniach respondentów pozostaje ciągły i niewspółmierny wzrost cen energii elektrycznej dla firm, w połączeniu z amortyzacją kosztów w czasie oraz możliwością skorzystania z leasingu i innych form finansowania.



Najczęstsza moc montowanej instalacji

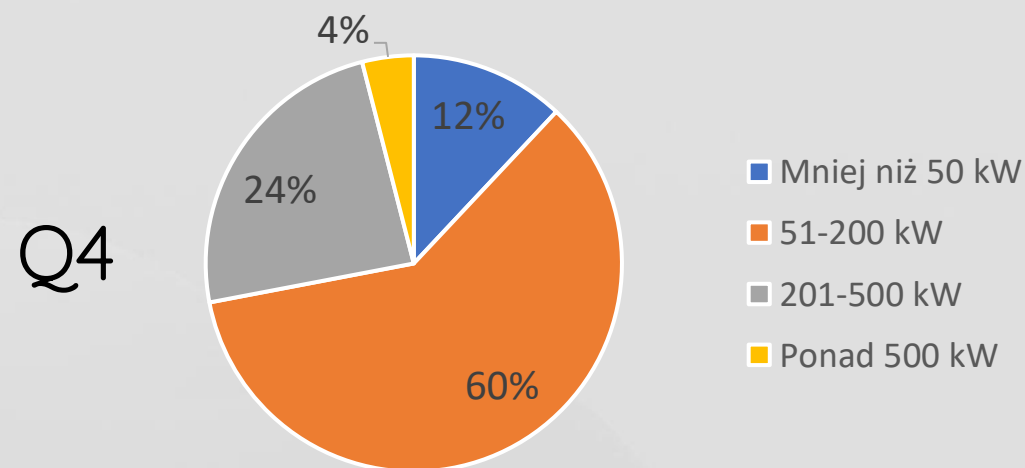
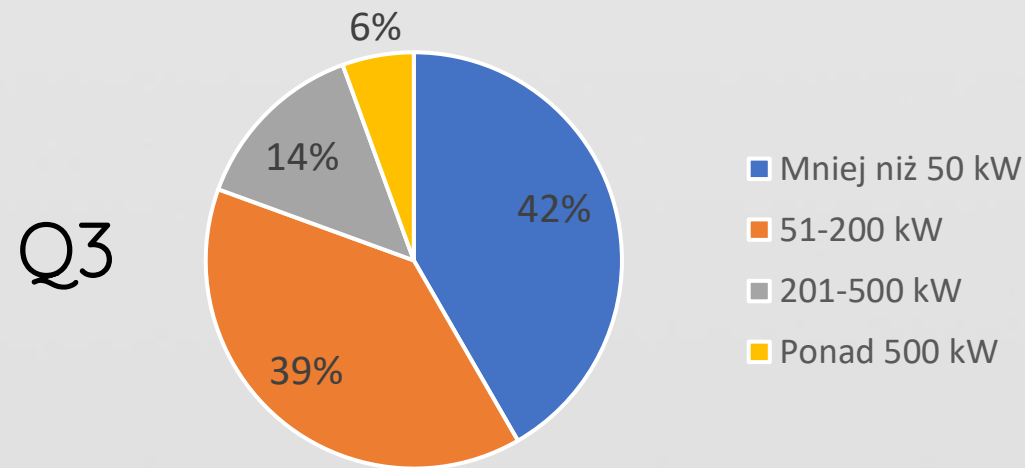
Instalacje dla firm motorem branży

Powyższe wyniki znajdują potwierdzenie w deklarowanych sumach instalowanych mocy.

W czwartym kwartale ponad trzykrotnie zmalał odsetek respondentów deklarujących instalację o sumarycznej mocy poniżej 50 kW w ciągu miesiąca (z 42% do 12%).

Równocześnie o prawie połowę (z 20% do 28%) zwiększyła się ilość firm instalacyjnych realizujących miesięcznie przyłączenia o mocy ponad 200 kW.

Poza zmianą charakterystyki typowego klienta końcowego, może to być także dalszy efekt obserwowanej w 2022 roku konsolidacji w branży instalacyjnej. Obserwowany zanik realizacji mikro-firm posiadających jedną ekipę i instalujących do 50 kW mocy miesięcznie zbiegł się z problemami największych graczy na rynku (miesięcznie ponad 500 kW).



Miesięczna suma instalowanych mocy

Panele – główne czynniki decyzyjne

Cena i dostępność paneli to dominujący czynnik decyzyjny wśród respondentów badania.

Niemal wszyscy (96%) przebadani instalatorzy zwracają uwagę właśnie na czynnik cenowy. Nie jest to zaskakujący wynik w obliczu utrzymującej się nadal wysokiej stopy inflacji.

Około dwie trzecie firm instalacyjnych (64%) wskazuje także moc paneli, a ponad jedna trzecia (36%) zwraca uwagę na markę produktu. Oba czynniki są istotne z punktu widzenia ewentualnych zgłoszeń serwisowych i gwarancyjnych.

Rozmiar i waga paneli, a także ich cechy i funkcje są dla respondentów znacząco mniej istotne (odpowiednio 20% oraz 12% wskazań).

Co najczęściej decyduje o wyborze konkretnej marki/modelu paneli?



Inwertery – główne czynniki decyzyjne

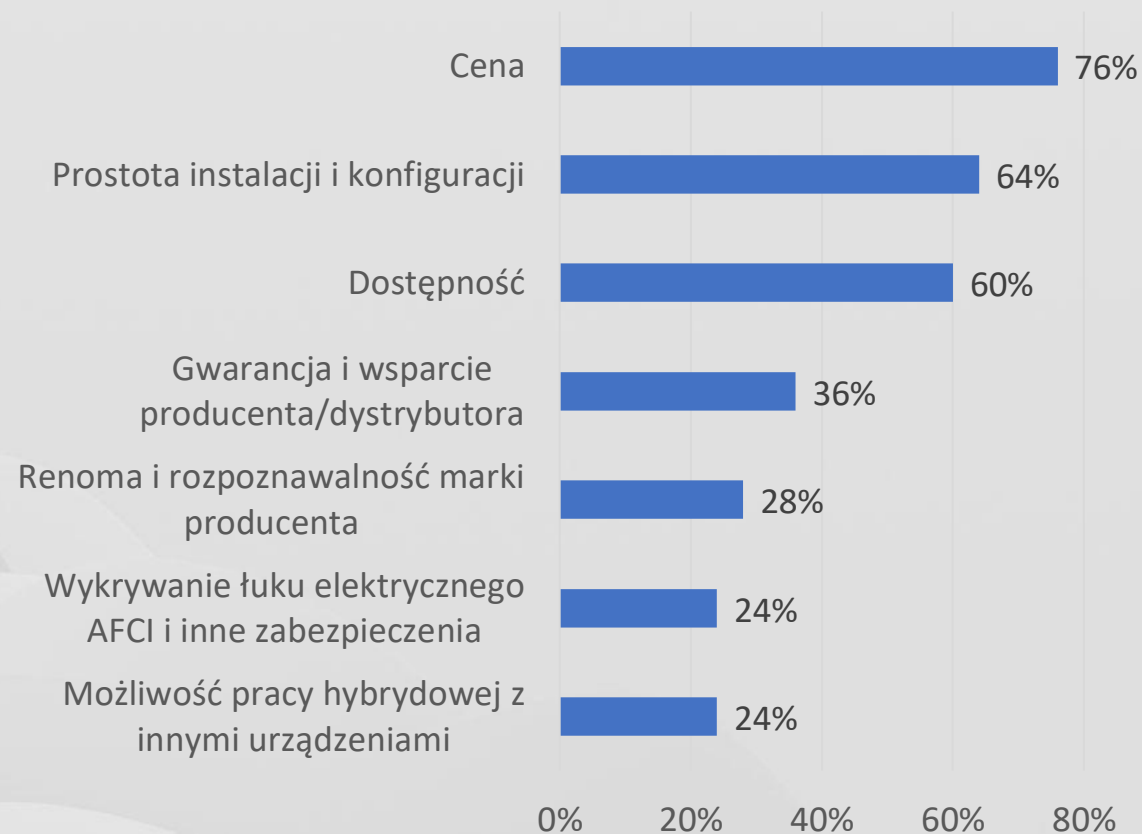
Podobnie jak w przypadku paneli, dominującym czynnikiem decyzyjnym wśród instalatorów jest cena.

Idealnym inwerterem dla instalatora jest urządzenie tanie (76% wskazań), proste w konfiguracji (64% wskazań) oraz dostępne (60% wskazań). Wybór takiego inwertera pozwala nie tylko zwiększyć zyskowność każdego zlecenia, ale też znacznie skrócić czas jego realizacji.

Aspekty związane z renomą marki oraz wsparciem producenta wskazywane były znacznie rzadziej (odpowiednio 28% oraz 36%).

Najmniejszy wpływ na decyzję o wyborze inwertera wydają się mieć jego funkcje, zabezpieczenia oraz możliwość pracy hybrydowej.

Co najczęściej decyduje o wyborze konkretnej marki/modelu inwertera?



Coraz więcej wiedzy i doświadczenia

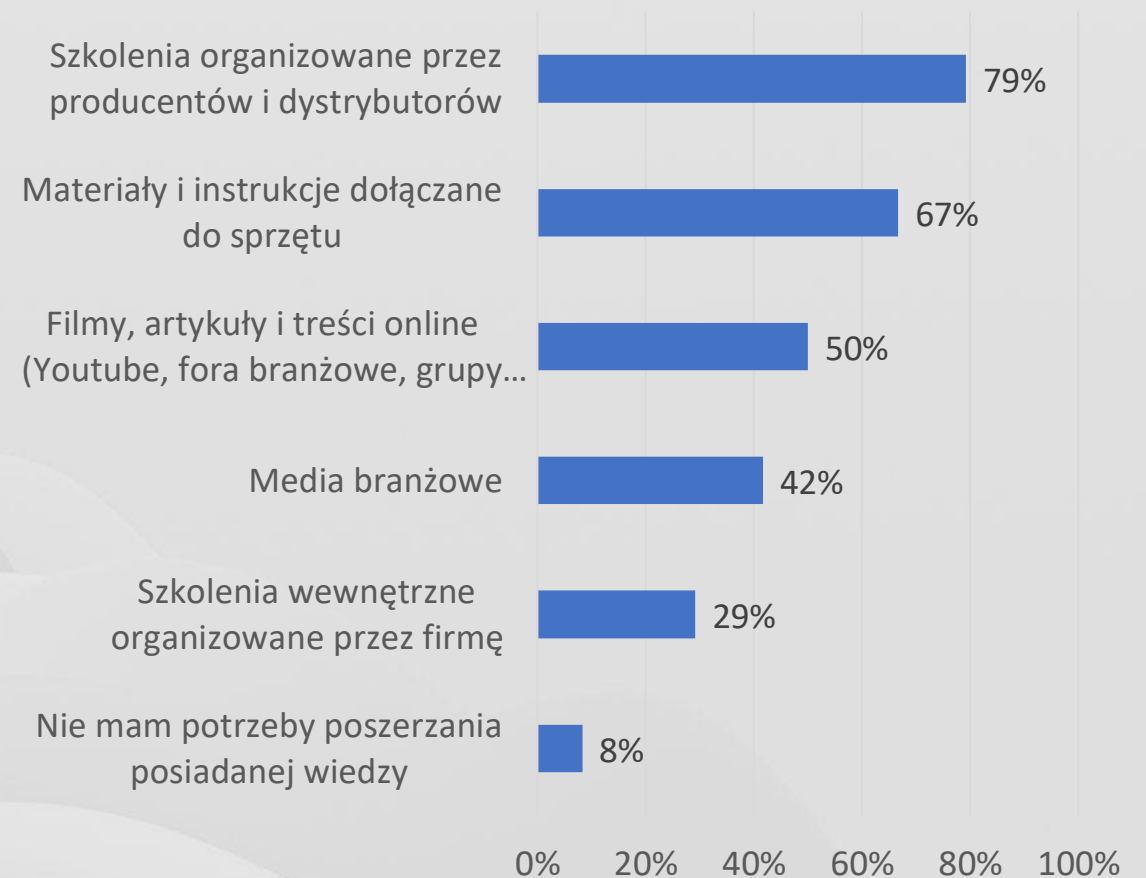
Niemal wszyscy respondenci (92%) deklarują ciągłe poszerzanie wiedzy i zdobywanie nowych umiejętności.

Instalatorzy rozumieją, że w tak szybko rozwijającej się branży nie sposób utrzymać pozycji na rynku bez ciągłego podnoszenia swoich kwalifikacji (jedynie 8% nie widzi takiej potrzeby).

Wśród wskazanych przez respondentów źródeł wiedzy najbardziej cenione są szkolenia organizowane przez producentów/dystrybutorów (79% wskazań) oraz dołączane przez nich materiały i instrukcje (67% wskazań).

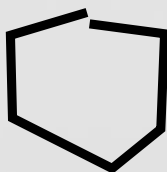
Mniejszym, lecz także znacznym uznaniem cieszą się treści i dyskusje w mediach społecznościowych (50% wskazań) oraz media branżowe (42%).

Skąd czerpie Pani/Pan wiedzę niezbędną do wykonywanej pracy?



Organizator badania

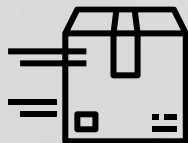
R E N E V O



Renevo to polska marka wysokiej jakości paneli fotowoltaicznych oraz dostawca gotowych rozwiązań fotowoltaicznych opartych na najwyższej jakości produktach Huawei Solar, przeznaczonych dla gospodarstw domowych, firm oraz farm fotowoltaicznych.



Dzięki współpracy z działającym w ramach Polskiej Akademii Nauk akredytowanym Zespołem Laboratoriów Badawczych przy Instytucie Metalurgii i Inżynierii Materiałowej, Renevo prowadzi analizy kluczowych parametrów elektrycznych paneli własnej marki.



Renevo współpracuje także z siecią zaufanych partnerów instalacyjnych w Polsce oraz większości krajów europejskich. Dzięki innowacyjnemu systemowi IronPack, Renevo bezpiecznie dostarcza komponenty instalacji fotowoltaicznych wprost pod adres docelowej instalacji.

ul. Dietla 50
31-039 Kraków
+48 123 110 315