

**Badanie źródeł informacji polskiej branży
odnawialnych źródeł energii (OZE) i
fotowoltaiki**

Raport badawczy

Metodologia badania

- Badanie zostało przeprowadzone w dniach 15-24.01.2014 roku metodą **telefonicznych zestandaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych** (CATI) przez agencję **SW Research**.
- Próba badawcza miała charakter wyczerpujący. Do badania zaproszono przedstawicieli firm z branży odnawialnych źródeł energii, w tym działających w obszarze fotowoltaiki. Łączna liczba rekordów wyniosła 387 firm, z czego zrealizowano pełne wywiady z reprezentantami 105 firm z branży odnawialnych źródeł energii (response rate = 27,1%), z czego 57 pochodziło z branży fotowoltaicznej.
- Kwestionariusz wywiadu został opracowany przez agencję **SW Research** i składał się z 6 pytań badawczych, wersjonowanych w zależności od branży firmy, która udzielała wywiadu.
- Badanie przeprowadzono na autorskim oprogramowaniu



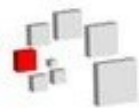
Podsumowanie wyników (1)

- W zakresie popularności źródeł informacji o odnawialnych źródłach energii bezkonkurencyjnym liderem, niezależnie od branży, choć ta przewaga jest bardzo wyraźna w branży fotowoltaicznej, jest portal gramzielone.pl. Drugie miejsce pod względem popularności zajmują: cire.pl jeśli chodzi o wydarzenia z branży zielonej energii oraz reo.pl (serwis Rynku Energii Odnawialnej) dla branży fotowoltaicznej. W tej ostatniej często wymieniany był również magazyn Fotowoltaika (również w wersji on-line).
- Wysoki poziom rozpoznawalności portalu gramzielone.pl może wynikać z faktu, że również największa część badanych firm przyznaje, że jest on najlepszym źródłem informacji o wydarzeniach w branży. O ile w tematyce zielonej energii, jego najbliższą konkurencją może być cire.pl, o tyle w branży fotowoltaicznej pozostaje niekwestionowanym „numerem jeden”. Co więcej, świadomość wysokiej odwiedzalności gramzielone.pl jest powszechna i podzielana przez ponad dwie trzecie przedsiębiorstw (tzn. „nie tylko moja firma najczęściej korzysta z tego portalu, ale wiem również, że jest on najbardziej popularny wśród innych firm z mojej branży”).

Podsumowanie wyników (2)

- Jednak w praktyce, skłonność do wykupienia reklamy za pośrednictwem wymienianych portali jest na umiarkowanym poziomie, niezależnie od branży. Niespełna połowa firm jest przekonana, że byłaby to dobra decyzja. Nieznacznie większy sceptycyzm obserwuje się w branży fotowoltaicznej, gdzie tylko co szóste przedsiębiorstwo jest zdecydowanie przekonane o słuszności takich działań. Rozkład odpowiedzi dla wszystkich potencjalnych reklamodawców oraz tylko dla gramzielone.pl jest statystycznie zbliżony.
- Problem nie tkwi jest jednak ani braku środków finansowych, braku umiejętności zarządzania taką reklamą ani nie wynika z braku przekonania o skuteczności tego typu reklam. Istnieją dwa istotne uzasadnienia. Pierwszym z nich jest po prostu brak takiej potrzeby – firmy mogą być przekonane, że mogą sobie dobrze radzić na rynku bez działań promocyjnych on-line. Drugi argument ma charakter formalno-prawny – firmy często się skarżą, że ich działania ogranicza brak ustawy o OZE (której projekt powinien trafić na ręce rządu jeszcze w styczniu br.). W efekcie, zdaniem dużej liczby firm, niejasności co do zasad działalności na rynku OZE, powodują dezorientację i brak przekonania o sensowności działań ukierunkowanych na promocję i reklamę.

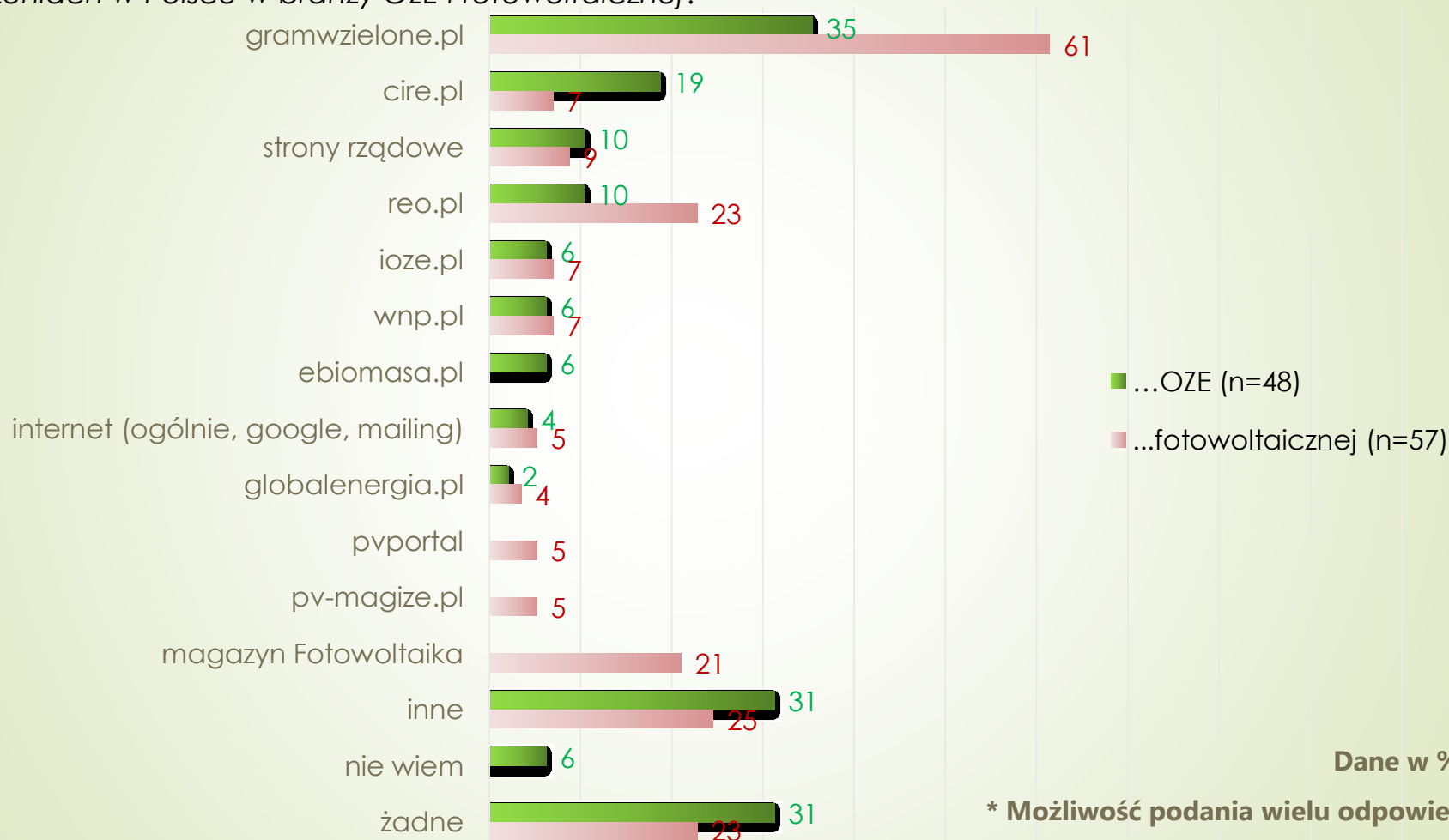
Wyniki



SW RESEARCH
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

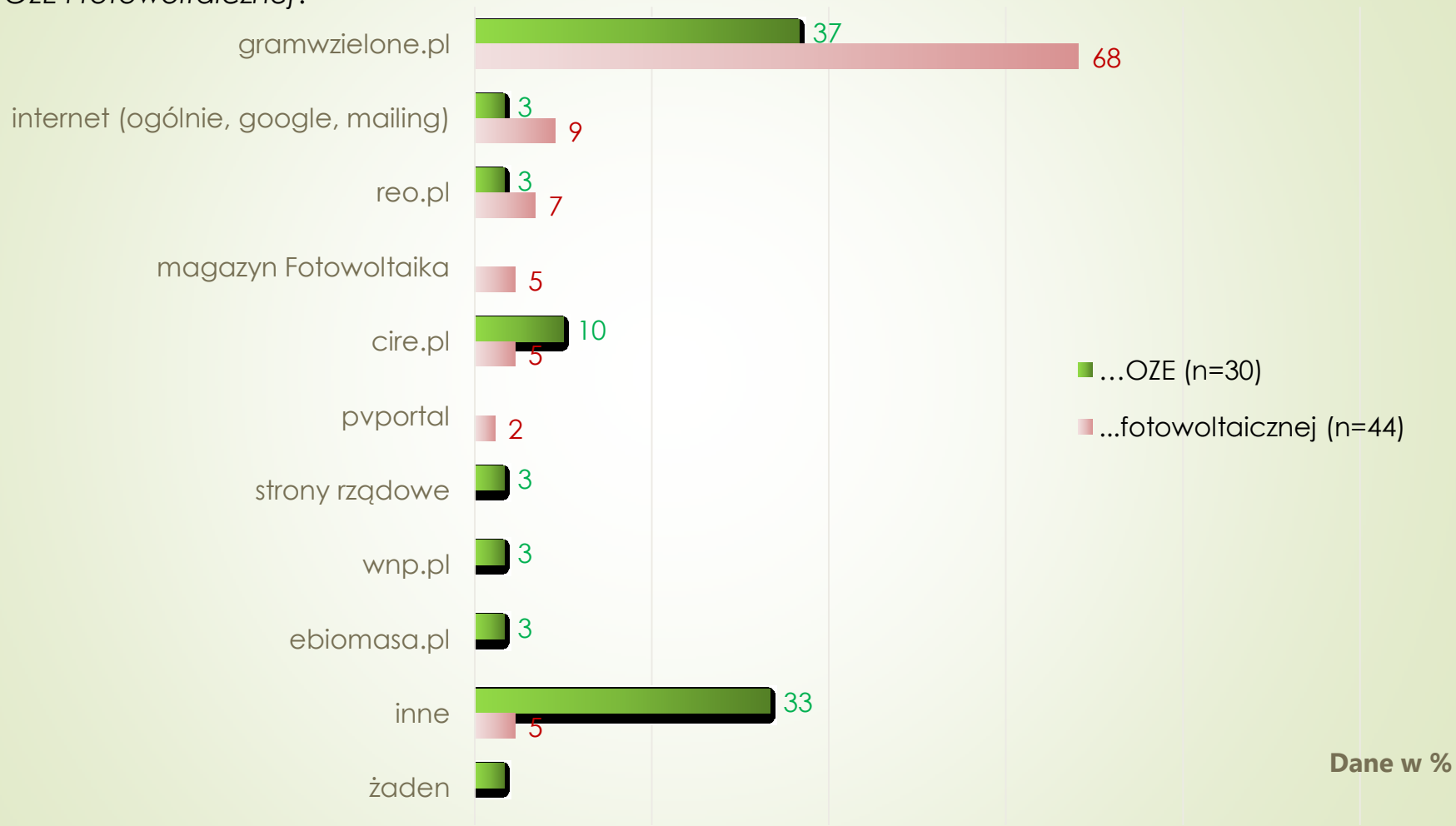
Źródła wykorzystywane podczas poszukiwania informacji o wydarzeniach w branży

Z jakich źródeł informacji (portale, czasopisma) najczęściej korzysta Pan/i szukając informacji o wydarzeniach w Polsce w branży OZE i fotowoltaicznej? *



Najlepsze źródła informacji o wydarzeniach z branży

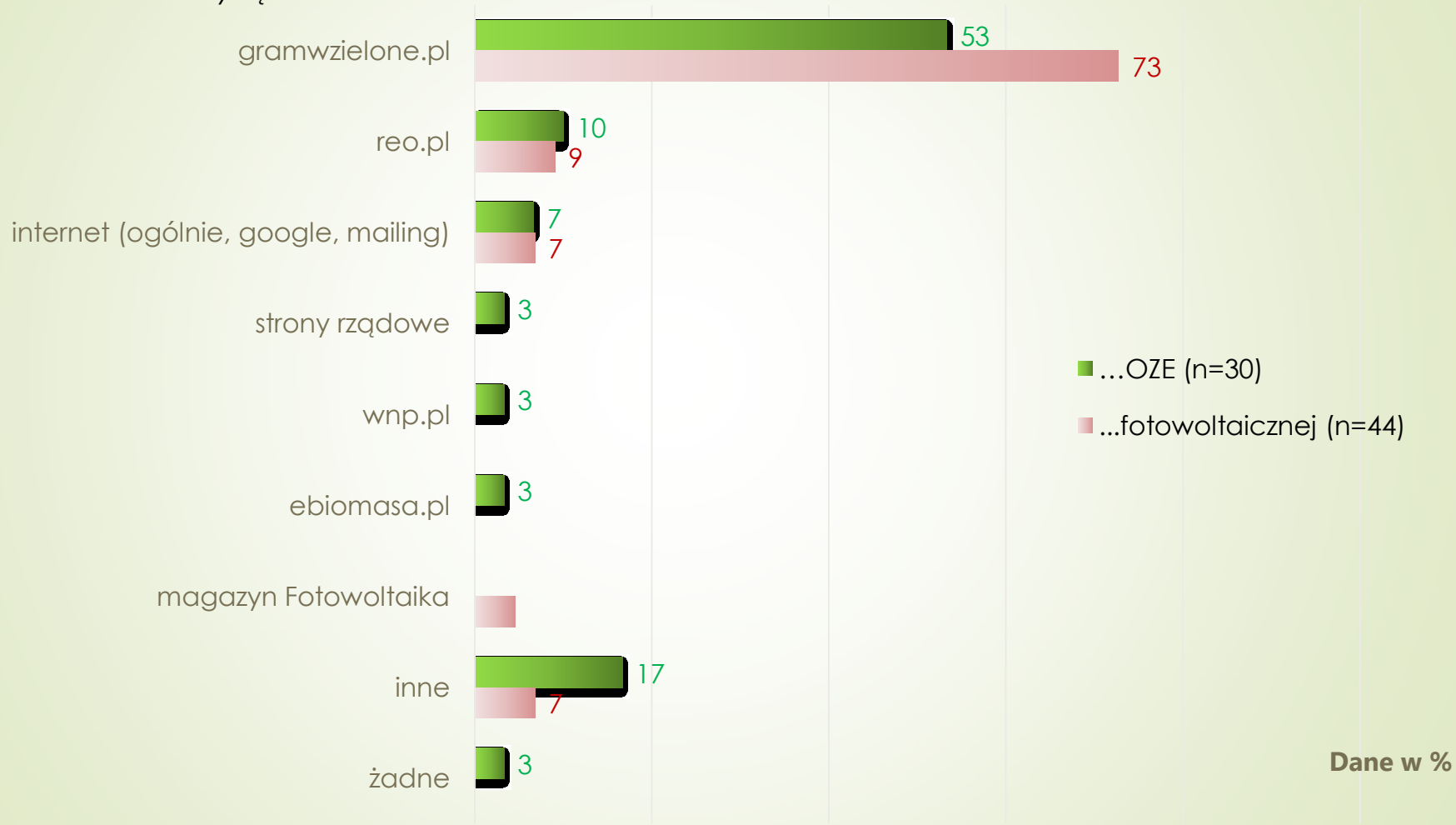
Jakie medium (portale, czasopisma) jest Pana/i zdaniem **najlepszym** źródłem informacji o wydarzeniach z branży OZE i fotowoltaicznej? *



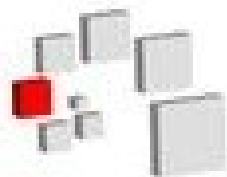
* Tylko firmy, które wykorzystują przynajmniej jedno źródło informacji

Najczęściej wykorzystane źródła informacji o wydarzeniach z branży

Które medium (portale, czasopisma) jest Twoim zdaniem **najczęściej wykorzystywane** przez osoby zainteresowane tematyką OZE i fotowoltaiki? *



* Tylko firmy, które wykorzystują przynajmniej jedno źródło informacji



SW RESEARCH
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII