



Informacja prasowa | Warszawa, 16.10.2017

Przedsiębiorczość a sprzedaż bezpośrednia

Czy Polacy mają ducha przedsiębiorczości? Zdecydowana większość (71%) Polaków jest nastawiona pozytywnie do idei przedsiębiorczości, a aż 41% myśli o założeniu własnej firmy. Te dane nie odbiegają od średniej światowej, a w przypadku średniej europejskiej odsetek chętnych do założenia własnej firmy jest w Polsce nawet wyższy¹.

Głównym powodem, który skłania Polaków do założenia własnego przedsiębiorstwa jest potrzeba uniezależnienia się od pracodawcy (50% wskazań) oraz możliwość realizowania własnych pomysłów (47% wskazań). Przy tak pozytywnym nastawieniu do „pracy na swoim” nie może dziwić, że sektor sprzedaży bezpośredniej rozwija się bardzo dynamicznie². Dlaczego bezpieczna praca najemna, będąca do niedawna ideałem dla wielu, przestaje być aż tak kusząca?

Własnym szefem być

Rynek pracy, zarówno w Polsce, jak i na świecie podlega dynamicznym zmianom, a wraz z nimi zmienia się nastawienie pracowników. Nowe technologie umożliwiające np. pracę z domu czy coraz częściej stosowane elastyczne godziny pracy powodują, że na naszych oczach zmienia się dominujący do niedawna paradygmat zatrudnienia. Z drugiej strony, zupełnie inaczej definiowane jest też udane życie zawodowe. Jego wyróżnikiem nie jest już etat w firmie i poczucie, często złudnego, bezpieczeństwa, ale chęć niezależności, bycia własnym szefem i potrzeba spełnienia zawodowego.

Kompetencje przodem

Polacy zapytani w tym roku przez CBOS o to, co ich zdaniem ma największy wpływ na sukces zawodowy, wymienili w pierwszej kolejności wiedzę i umiejętności (56%) oraz solidną i rzetelną pracę (41%). Polska przedsiębiorczość, która napędza m.in. rozwój sektora sprzedaży bezpośredniej, budowana jest więc na mocnych fundamentach, opierających się przede wszystkim na kompetencjach.³

Potencjał branży

Sprzedaż bezpośrednia to coraz bardziej znaczący dla gospodarki sektor. Wartość szacunkowa sprzedaży całej branży (dane za 2016 r.) to ponad 3 miliardy złotych. W stosunku do 2015 r. oznacza to wzrost o 5 punktów procentowych. Jednak tym, co najważniejsze w sprzedaży bezpośredniej, są ludzie. Sektor zrzesza w różny sposób blisko milion osób. Dla części z nich to podstawowe źródło dochodu, dla części dodatkowe zasilenie budżetu, a dla niektórych po prostu korzyść w postaci upustów na produkty marki, z którą współpracują⁴.

¹ AGER 2016, Amway Global Entrepreneurship Report

² AGER 2016, Amway Global Entrepreneurship Report

³ CBOS, maj 2017

⁴ Dane PSSB za rok 2015 i 2016



Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej / Direct Selling Association of Poland
ul. Rakietników 35, 02-495 Warszawa, tel. (22) 668 43 32, faks (22) 435 52 32, e-mail: info@pssb.pl, www.pssb.pl

Dobry, nowoczesny start

Wśród przedstawicieli tej branży znajdziemy konsultantów z każdej grupy wiekowej, ale najliczniejszą grupą są osoby w wieku 25-44 lat, stanowią ponad połowę ogółu (53%). Branża sprzedaży bezpośredniej to w Polsce domena młodych osób, a zarazem „kuźnia” przedsiębiorczości. Zatrudnienie znajdują tu zarówno osoby, które zawsze planowały własną działalność gospodarczą, jak i te, które dopiero wchodzą na rynek pracy (studenci) lub po przerwie próbują na ten rynek wrócić (matki po urlopie wychowawczym). Z punktu widzenia rozwoju kapitału ludzkiego, najważniejszą rolą, jaką sprzedaż bezpośrednia spełnia, jest aktywizacja zawodowa społeczeństwa. Młodzi, dynamiczni sprzedawcy kształtują nowoczesny model sprzedaży bezpośredniej. Skutecznie łączą to, co najbardziej cenione w tym kanale dystrybucji, czyli bezpośredni kontakt i profesjonalne doradztwo, z wykorzystaniem nowoczesnych form komunikacji⁵.

VI Polski Dzień Sprzedaży Bezpośredniej

17 października to rok rocznie wyjątkowy dzień dla wszystkich osób związanych ze sprzedażą bezpośrednią. Doroczne święto branży, w tej szóstej już edycji obchodzone pod hasłem „Mój Czas. Mój Biznes.”. Istotą wydarzenia, które w tym roku odbywa się w wirtualnej rzeczywistości, jest pokazanie sprzedaży bezpośredniej z różnych perspektyw, w tym jako szkołę przedsiębiorczości, drogę ku samodzielności i niezależności.

„Jesteśmy nowoczesną branżą, która nie tylko przystosowuje się do zastanej rzeczywistości, ale często wyznacza nowe szlaki. O work-life balance czy właśnie o mikroprzedsiębiorczości mówiliśmy zanim zaczęło to być modne. W ten wyjątkowy dzień dla wszystkich związanych ze sprzedażą bezpośrednią, chcemy jeszcze dobitniej podkreślić nasz wkład w rozwój przedsiębiorczości w Polsce. Stąd tegoroczne hasło „Mój Czas. Mój Biznes.”, które zostało zaprezentowane w merytorycznej dyskusji oraz udostępnianych materiałach edukacyjnych” – mówi Ewa Kudlińska-Pyrz, Przewodnicząca Zarządu PSSB, Dyrektor Generalny Mary Kay Polska.

Partnerem Strategicznym tegorocznego VI Polskiego Dnia Sprzedaży Bezpośredniej jest firma Avon. Partnerami Głównymi firmy Amway, Herbalife, LR Health & Beauty Systems oraz Oriflame. Organizację dnia wsparły również firmy Vorwerk oraz Zepter. Wszystkim Partnerom serdecznie dziękujemy.

Więcej o działaniach związanych z VI Polskim Dniem Sprzedaży Bezpośredniej na stronie Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej – www.pssb.pl.

Kontakt dla mediów

Katarzyna Polkowska

t. +48 22 100 32 70 | +48 667 279 448

e. media@pssb.pl

⁵ Dane PSSB za rok 2016



Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej / Direct Selling Association of Poland
ul. Rakietników 35, 02-495 Warszawa, tel. (22) 668 43 32, faks (22) 435 52 32, e-mail: info@pssb.pl, www.pssb.pl

PSSB – Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej działa od 1994 roku i grupuje kilkadziesiąt przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż bezpośrednią na terenie Polski oraz firmy spoza branży. Ich łączny udział w rynku przekracza 65%. Główne cele Stowarzyszenia to m. in.: stanowienie etycznych standardów sprzedaży i monitorowanie ich przestrzegania przez firmy członkowskie, dotyczy to także zasad „Kodeksu Sprzedaży Bezpośredniej PSSB”, promocja i stały rozwój tego kanału dystrybucji, podnoszenie poziomu wiedzy społeczeństwa na temat sprzedaży bezpośredniej, wyjaśnianie jej ekonomicznego znaczenia i zalet dla klientów, oraz prezentowanie w kontaktach zewnętrznych stanowiska członków Stowarzyszenia w sprawach istotnych dla sektora sprzedaży bezpośredniej. Stowarzyszenie aktywnie działa także w obszarze edukacji i wspierania idei przedsiębiorczości wśród młodzieży i studentów, współpracując z kilkoma wyższymi uczelniami ekonomicznymi w kraju.

Lista firm zrzeszonych w PSSB:

Członkowie wspierający: ACN Communications, Amway, Arbonne, Avon, Betterware, DLF, Flavon Group, Forever Living Products, Herbalife, JUST Polska, LR Health & Beauty Systems, Mary Kay, Nature's Sunshine Products, NSA, Nu Skin Enterprises, Oriflame, Partylite, Vorwerk, Zepter, Zinzino

Członkowie kandydujący: Fohow, Tiens

Członkowie pozabranżowi: e-point, General Advisory, InSee, INWaY, Landmark Global, Networkio, PostNord, Swarovski

PSSB jest członkiem Europejskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej SELDIA, Światowej Federacji Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej (WFDSA), Konfederacji Lewiatan i Federacji Konsumentów.

Więcej informacji na www.pssb.pl