

Współpraca z firmami sektora sprzedaży bezpośredniej szansą dla osób powyżej 55 roku życia

Z najnowszych danych opublikowanych przez GUS wynika, że w trzecim kwartale 2010 roku wskaźnik zatrudnienia osób w wieku 55-64 lata wyniósł 42 proc. i był o ponad 2 punkty procentowe wyższy niż w analogicznym okresie 2009 roku. Jednak nie wolno zapominać o fakcie, że nadal prawie 60 proc. osób, które ukończyły 55 lat nie ma pracy.

Polscy pracodawcy wciąż niechętnie decydują się na zatrudnianie osób w średnim i starszym wieku. Im bezrobotny jest starszy, tym mniejsze ma szanse na znalezienie pracy. Pracownicy z tej grupy pomimo swoich niewątpliwych zalet, takich jak doświadczenie czy lojalność, często nie mają lub mają w stopniu niewystarczającym cenione na współczesnym rynku pracy kompetencje – znajomość języków obcych oraz umiejętność obsługi nowoczesnych programów i urządzeń. Nie pomaga tu również ochrona przewidziana przez przepisy Kodeksu Pracy, która nie pozwala zwolnić pracownika, któremu pozostało nie więcej niż 4 lata do osiągnięcia wieku emerytalnego. Jeżeli osoba powyżej 55 roku życia straci pracę to zdecydowanie dłużej pozostaje w rejestrze osób bezrobotnych niż osoby młodsze.

Szansę na znalezienie pracy dla ludzi powyżej 55 roku życia stwarza sektor sprzedaży bezpośredniej, który nie stawia przed osobami zainteresowanymi taką działalnością praktycznie żadnych barier dotyczących wykształcenia i doświadczenia, nie wymaga też dużych inwestycji w rozpoczęcie działalności. Z badania przeprowadzonego przez Ipsos Mori w roku 2007, wynika, że w Polsce aż 24% wszystkich sprzedawców związanych z sektorem sprzedaży bezpośredniej stanowią osoby, które ukończyły 50 lat. Pod koniec roku 2009 sprzedażą bezpośrednią w Polsce zajmowało się ponad 869 tys. osób. W tym gronie zdecydowanie przeważają kobiety – stanowią aż 88% sprzedawców. Dla około 85% dystrybutorów nie jest to zajęcie główne, lecz źródło dodatkowego dochodu.



„Sektor sprzedaży bezpośredniej odnotowuje znaczące wzrosty szczególnie w latach trudnych ekonomicznie. Dla osób bez kapitału inwestycyjnego czy specjalistycznego wykształcenia to okazja do utrzymania dochodów na satysfakcjonującym poziomie. Dotyczy to szczególnie osób zamieszkałych na obszarach dotkniętych dużym bezrobociem, osób powyżej 50 roku życia oraz ludzi młodych, którzy chcą rozpocząć działalność na własną rękę. Sprzedaż bezpośrednia najczęściej traktowana jest jako dodatkowe źródło dochodów np. przez studentów, emerytów i matki wychowujące dzieci – powiedział Mirosław Luboń, Dyrektor Generalny PSSB.”

Rynek sprzedaży bezpośredniej rośnie systematycznie i nieprzerwanie od początku lat dziewięćdziesiątych, stanowiąc coraz bardziej znaczące uzupełnienie tradycyjnego handlu sklepowego. Sprzedaż netto wszystkich przedsiębiorstw sektora na polskim rynku wzrosła w 2009 roku o 4% do poziomu około 2,28 mld PLN.

Dodatkowych informacji udziela:

Małgorzata Rakoca-Klesyk
Account Manager

PEŁKA CREATIVES / PEŁKA PR
Tel.: (+48 22) 853 56 22 do 24
Mobile: (+48) 600 073 489

Mirosław Luboń
Dyrektor Generalny PSSB

tel. 22 668 4332, kom. 606 393946
e-mail: mlubon@pssb.pl

DODATKOWE INFORMACJE:

FEDSA (www.fedsa.eu) czyli Europejska Federacja Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej, jest międzynarodowym stowarzyszeniem typu non-profit z siedzibą w Brukseli, które reprezentuje interesy całej branży w Europie. Podstawowy cel Federacji to promocja wszystkich form sprzedaży bezpośredniej jako ważnego i niezbędnego kanału dystrybucji produktów oraz tworzenie odpowiedniego klimatu dla rozwoju przedsiębiorstw sprzedaży bezpośredniej. Ponad 1000 przedsiębiorstw należących (pośrednio lub bezpośrednio) do FEDSA w roku 2009 wygenerowało obroty rzędu 14 mld euro i dało szansę zarobkowania ponad 12 mln sprzedawców bezpośrednich.

PSSB - Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej jest członkiem Europejskiej Federacji Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej (FEDSA) grupującej krajowe stowarzyszenia z 27 państw europejskich oraz Światowej Federacji Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej (WFDSA), w której jest ponad 50 stowarzyszeń krajowych. Należy także do Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”. Główne cele PSSB to m. in.: promocja i stały rozwój tego kanału dystrybucji, podnoszenie poziomu wiedzy społeczeństwa o sprzedaży bezpośredniej, wyjaśnianie jej ekonomicznego znaczenia i zalet dla klientów oraz upowszechnianie i stałe monitorowanie przestrzegania zasad „Kodeksu sprzedaży bezpośredniej”. Stowarzyszenie współpracuje z kilkoma wyższymi uczelniami ekonomicznymi w kraju, prowadzi Program Wspierania Przedsiębiorczości Studentów oraz organizuje coroczny konkurs dla studentów na najlepszą pracę dyplomową o sprzedaży bezpośredniej.