

Warszawa, 12 kwietnia 2011 r.

## Zawód – sprzedawca bezpośredni

**W naszym kraju sprzedażą bezpośrednią zajmuje się już ponad 870 tys. osób. Polacy, jak wynika z badania Homo Homini przeprowadzonego w lutym 2011, wysoko oceniają ich profesjonalizm i znajomość oferowanych produktów.**

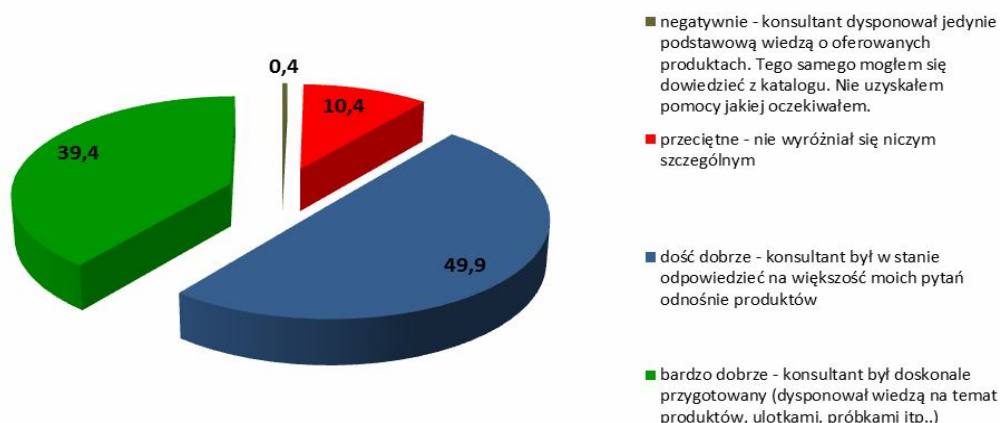
Sprzedaż bezpośrednia jest bardzo popularną formą handlu, niemal dziewięć na dziesięć uczestniczących w badaniu Homo Homini osób zetknęło się z działaniami sprzedażowymi w tej formie. Klienci firm sprzedaży bezpośredniej cenią w tej formie sprzedaży wygodę dokonywania zakupu, możliwość zastanowienia się, obejrzenia i wypróbowania produktu. Jedną z głównych zalet tej formy sprzedaży, wymienianych przez respondentów, jest bardzo profesjonalny poziom przygotowania konsultantów do wykonywanej pracy.

Większość respondentów (89,3%) ocenia konsultantów prowadzących sprzedaż pozytywnie, z czego 39,4% ma o nich zdecydowanie bardzo dobrą opinię, zaś 49,9% umiarkowanie dobrą. Nieco więcej niż jedna dziesiąta (10,4%) określa ich jako sprzedawców przeciętnych, a jedynie 0,4% oceniło pracę konsultantów negatywnie.

Kim więc są ludzie współpracujący z firmami sprzedaży bezpośredniej?

Pod koniec roku 2009 sprzedażą bezpośrednią w Polsce zajmowało się ponad 870 tys. osób (dane PSSB). Dla zdecydowanej większości, około 85%, dystrybutorów nie jest to zajęcie główne, lecz źródło dodatkowego dochodu.

### Ocena poziomu profesjonalizmu polskich sprzedawców bezpośrednich

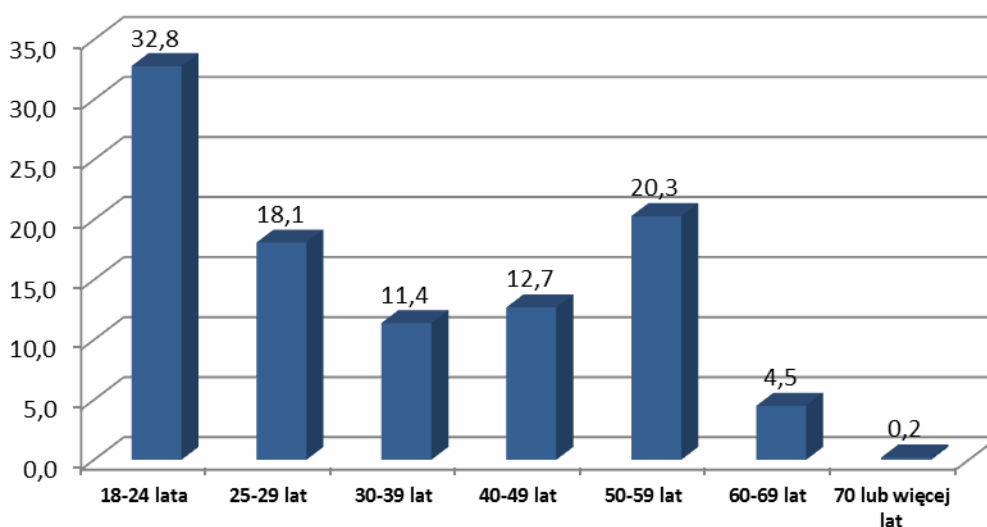


Sprzedawcy współpracujący z przedsiębiorstwami sprzedaży bezpośredniej to w dużej części działający na własny rachunek niezależni przedsiębiorcy, których wynagrodzeniem jest prowizja od sprzedaży lub upust, jaki otrzymują przy zakupie produktów od firm dystrybucyjnych. Dochody sprzedawców bezpośrednich zależą zatem od wielkości ich obrotów. Dystrybutorzy sami pokrywają swe wydatki i płacą należne podatki. Od sprzedawcy nie wymaga się żadnych formalnych kwalifikacji, a osoby nowe w zawodzie przechodzą stosowne szkolenia, zarówno produktowe, jak i te dotyczące technik sprzedaży.

Praca w charakterze konsultanta jest zdecydowanie bardziej popularna wśród kobiet niż wśród mężczyzn. W ciągu ostatnich dziesięciu lat zajmowało się nią 21,9% uczestniczących w badaniu kobiet i tylko 4,5% mężczyzn. Jak wynika z corocznych statystyk prowadzonych przez PSSB kobiety stanowią aż 88% wszystkich osób pracujących jako sprzedawcy w sektorze sprzedaży bezpośredniej.

Deklaracje o zajmowaniu się sprzedażą bezpośrednią są tym rzadsze im starsza jest grupa wiekowa, do której należy respondent. Spośród najmłodszych (18-24 lata) taką pracę w ciągu ostatnich dziesięciu lat wykonywało 32,8% badanych. W najstarszej, czynnej zawodowo grupie Polaków (przedział wiekowy 50+), sprzedażą bezpośrednią zajmowało się aż 25% respondentów.

### Struktura wiekowa polskich sprzedawców bezpośrednich



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.

Detaliczny handel pozasklepowy stoi przed ogromną szansą rozwoju w najbliższych latach. Jako jedna z form tego handlu, sprzedaż bezpośrednia może skorzystać na zmianach, jakie dokonują się obecnie na rynku. Z wielu powodów konsumenci będą mieli coraz mniej czasu na odwiedzanie sklepów, co oznacza zwiększone zapotrzebowanie na inne formy dostarczania towarów. Ten sam efekt będzie miało postępujące starzenie się społeczeństwa. Stosunkowo mały udział sprzedaży bezpośredniej na rynku polskim w porównaniu z rynkiem europejskim czy takimi krajami, jak Japonia lub Stany Zjednoczone, wskazuje, że ta forma sprzedaży ma u nas znaczny potencjał, który może zdecydować o dynamicznym rozwoju branży w najbliższej przyszłości.



\*Informacja opracowana na podstawie badania zrealizowanego na zlecenie PSSB w lutym 2011 roku, na losowej reprezentatywnej dla ogółu mieszkańców Polski próbie (n=1077) przez Instytut Homo Homini.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Iwona Nawrocka  
Senior PR Account Executive

Mirosław Lubon  
Dyrektor Generalny PSSB

**PEŁKA CREATIVES / PEŁKA PR**

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

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

\*\*\*\*\*

**DODATKOWE INFORMACJE:**

**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.