

Costul absenteismului în România a fost de 703 Euro per angajat în 2015

Rata absenteismului în România, adică proporția zilelor de absență din totalul zilelor lucrătoare dintr-un an, a fost de 2,2% în 2015, potrivit studiului PwC Saratoga, în ușoară scădere față de 2014, atunci când a fost de 2,4%. Aceasta s-a tradus într-un cost de 703 Euro per angajat la nivelul pieței generale, costul absenteismului fiind mai scăzut în retail (440 Euro pe an per angajat) și mai mare în sectorul farmaceutic (1.132 Euro per angajat), proporțional cu remunerația medie a personalului din fiecare sector.



„Rata absenteismului din România, care include absențele nemotivate, cât și pe cele din motive medicale, este similară cu cea din țările din regiune. Cu toate acestea, absenteismul continuă să genereze costuri semnificative pentru organizații. În acest context, devine din ce în ce mai importantă explorarea de către angajatori a cauzelor acestuia, prin practici specifice de resurse umane (de exemplu, prin studii periodice de satisfacție a angajaților), precum și prin dezvoltarea de programe ținute de combatere a absenteismului (de exemplu, programe de motivare sau programe care vizează starea de sănătate a angajaților”, a declarat Horațiu Coheci, Senior Manager, Liderul Echipei de Servicii de Consultanță în Resurse Umane, PwC România.

Rentabilitatea capitalului uman (exprimată prin numărul de unități monetare generate de un angajat pentru fiecare unitate monetară investită de companie în remunerația sa) se menține

la același nivel cu cel din anul precedent (1,30). Cu toate acestea, studiul reflectă o creștere a rentabilității în sectoarele Retail și Producție Industrială, pe fondul unei performanțe financiare mai bune a companiilor participante (i.e. creșterea veniturilor). Pe de altă parte, sectoarele Bancar și Farmaceutic s-au confruntat cu o scădere a rentabilității forței de muncă, pe fondul unei creșteri mai accelerate a costurilor în raport cu veniturile.

Investiția financiară în programele de dezvoltare a angajaților, un alt capitol analizat în studiu, a crescut cu aproape 50% față de anul precedent, deși numărul orelor dedicate acestor programe a rămas constant (17 – 18 ore per angajat per an).

Cele mai multe ore de training per angajat au fost raportate de bănci, în vreme ce investițiile cele mai mari în astfel de programe au fost făcute de companiile din sectorul farmaceutic (peste 1000 de Euro per angajat).



„Asistăm la o regândire a programelor de training și dezvoltare, companiile preferând să investească în programe mai scumpe, dar cu o rentabilitate mai mare pe termen lung. Astfel, încep să se folosească tot mai mult programe de tip „train the trainer”, care presupun pregătirea angajaților proprii pentru livrarea ulterioară a trainingurilor în organizație. De asemenea, am observat o orientare tot mai accentuată către programe de dezvoltare profesională și personală (de tipul coaching sau mentoring), care presupun, de cele mai multe ori, costuri mai mari comparativ cu programele clasice de training” a precizat Nicoleta Dumitru, Manager, Servicii de Consultanță în Resurse Umane, PwC România.

Studiul PwC Saratoga Romania 2015 prezintă date exhaustive

referitoare la indicatori ai capitalului uman pe baza datelor colectate de la 64 de companii participante din cinci sectoare economice (industria farmaceutică, producție industrială, retail, bănci și leasing financiar).