

酒店用工需求攀升30% “最”缺人的春节档

对于中国人而言,新春佳节是个阖家团圆的特殊节日,但对于酒店行业而言,大多数酒店从业者必须坚守岗位,为消费者提供始终如一的高品质服务,在我们理解酒店从业者工作辛苦的同时,更要深入了解酒店行业人才发展的现状,对症下药才能实现酒店人才的高质量发展和酒店产业的高质量发展。

杭州某高端酒店人力资源经理已经收到了这个月第三份辞呈,客房部、餐饮部经理的招聘需求已经提上来了,但发出去的面试邀请却迟迟无人应答……在春节酒店市场一片火热的表象之下,不少酒店为了解决人手短缺的问题已经焦头烂额。

火热的需求下供应短缺

现下的酒店市场一片火热,旺盛的出行热情和井喷的各地春节文旅政策均拉动了酒店预订量的翻倍增长。根据携程、飞猪等OTA发布的《2024春节预测报告》,境内酒店搜索热度增长已超2023年同期4倍,酒店预订量同比2019年增长1.6倍,济南、青岛、成都、长春、哈尔滨等热门旅游目的地城市酒店预订量均大幅增长。

然而,这一繁荣背后却暗藏着酒店业的人力困境,有酒店人力资源经理告诉迈点,虽然酒店住宿需求激增,但却难以找到愿意在酒店期间工作的员工,人员流动非常大。



其实不少业内人士已经注意到,这一用工困境实际上在2023年下半年就已初现端倪,网络招聘平台最佳东方副总裁胡小玲曾在接受央视采访时表示,往年第四季度都是酒店招聘淡季,但2023年的第四季度用工需求攀升30%,进入春节周期酒店行业用工需求更是进一步增大,尤其是一线员工如酒店餐厅服务员、酒店客房保洁等岗位紧缺。

这一现象背后的原因不难理解:一方面,情感需求压过了工作需求。这几年受疫情等不确定因素影响,不少酒店从业人员更渴望与家人团聚,这无疑会导致春节期间员工流动性的增加。另一方面,酒店人才结构发生变化。根据最佳东方发布的《2023中国旅游服务业人力资源白皮书》数据显示,90后正在成为酒店人才主力军,占比44.46%,00后在酒店人才中的占比也在不断增大,新一代年轻人期望在酒店工作中获得更多的发展机会和个人成长空间。

另外值得注意的是,在酒店行业迈入高质量发展阶段的背景下,酒店行业对员工专业素养的要求也有所提高,春节作为客流高峰周期,自然需要更高品质的产品供给和服务体验,如果从业人员的实力水平与之难以匹配,则很难推进酒店春节的高质量运营。

此前就有网络数据披露,2022年全国五星级酒店的用户点评平均分为4.72分,春节期间下降了8.26%;2022年春节差评率增加了12.31%,三亚等春节热门旅游城市酒店差评率大幅上升。不可否认,春节期间的酒店用工矛盾已经是难解的沉疴顽疾。



“短平快”很难解决根本问题

近年来酒店行业人才流失严重并非新闻,劳动力短缺、服务不到位不及时的情况更是频频出现,业内人士称很多高端酒店的人房比已经很难维系1:1,经济型、中端酒店更是在通过不断压缩人房比构建高利润的产品模型。

事实上,为了进一步压缩人力成本,不少酒店都开始采取人力结构的调整优化,在优化全职员工数量的同时,创新型的引入了灵活用工、一专多能等方案,认为其可以帮助员工增加收入,创造技能学习环境,同时帮助酒店增加人效。希尔顿集团大中华区在2023年初就曾宣布开启“零工”模式第二阶段,在上海、杭州两个试点城市的11家酒店面向社会人才提供灵活就业机会。

但是,无论是灵活用工还是一专多能都是基于酒店整体发展上的战略部署,在实际落地的从业者层面却没有想象中那么美好。

首先,“加量不加价”使从业者福利难落地。在酒店企业的规划中,企业不再定岗定编,员工成为酒店的一块砖,哪里需要哪里搬,而需求量较大的一线部门技能学习的成长空间有限,而原本设想灵活用工增加的员工收入,大多数酒店也没有主动建立合理的补偿机制。没有合理的福利支持以及升

“人才关”背后的战役

春节酒店市场火热的背景似乎加剧了酒店热场运营服务和人力资源管理的压力,如何熬过这一波“人才关”不仅是当下酒店行业面临的问题,也是一场长期战役,酒店企业、酒店招聘平台、酒店员工等多方都要共同参与。

根据《中国酒店人力资源现状调查报告(2023)》统计数据显示,2022年酒店员工流失率最高的三个部门分别是餐饮部(85%),前厅部(80%)和客房部(68%),这也进一步显现了酒店一线人力紧张问题。

对于酒店企业而言,要积极采取综合性的人才管理策略。一方面,在招聘过程中,酒店企业需要更加精准地定位自身的用工需求,明确所需人才的技能、经验和背景,建立更有效的招聘渠道,与专业的招聘机构合作,应用直播招聘等新兴的招聘形式,以确保吸引到与酒店文化和服务理念相符的高质量人才。

另一方面,在加强内部培训和晋升机制方面,酒店企业可建立全面的培训计划,包括技能培训、领导力培养等,以提高员工的综合素养,同时,注重内部晋升机制的建设和薪资福利增长机制,让员工看到在酒店长期发展的机会,从而激发他们对工作

职业路径,成为不少酒店从业人员逃离酒店行业的关键原因。

其次,“短平快”的用工模式与品牌化战略背道而驰。浙江省饭店业协会会长王建平表示,如今伴随着酒店市场的成熟,品牌化已成为行业共识,不仅是高端奢华酒店,中高端、中端、经济型酒店都有着清晰的品牌定位和价值导向,这条路酒店品牌们走得扎实,但酒店员工的“品牌教育”却跟不上这一品牌价值增长的脚步。举个例子,计间收费的临时工很难解决客人对于品牌文化、品牌价值方面的疑问,对于相关服务需求也很难给出及时和准确的应答。

最后,特殊时期很难迅速调配适合的人手。酒店行业作为劳动密集型产业,在用工需求层面有着明显的淡旺季之分,比如节假日等特殊节点都是用工高峰期,旺季酒店的运营基本上需要依靠灵活用工来支撑。但面对无法预计的客流高峰时,很难迅速招到合适的人才,比如2023年因为烧烤爆火的淄博、因为跳水大爷火热的天津以及2024年频频上热搜的哈尔滨,面对突如其来的客流量,这些城市酒店运营很难立刻调配出适合的人才策略以服务客户,就很可能由于服务错配引发品牌的舆论危机。

的热情和投入。此外,酒店企业还可以借助先进的人才管理软件和数据分析工具,在更好地了解员工需求和潜力的同时,不断改进管理模式,降低员工工作压力,提升工作效率。

对于招聘平台而言,不仅要积极推行新兴的招聘方式,同时也要在重要的时间节点推进招聘,缓解酒店的用工压力。针对近期春节酒店“用工荒”的情况,最佳东方上线“新春热岗‘薪’动来袭2024最佳东方新春热招节”主题活动,携手万豪、希尔顿、凯悦、万达、君澜等百家品牌酒店,推出平均薪酬6000元以上的岗位,搭建酒店与人才之间的沟通桥梁,助力酒店春节的高质量运营。

对于酒店人才自身而言,更应主动提升自身专业素养,主动学习酒店的服务标准、管理理念和技能,进一步提升个人市场竞争力。事实上,酒店用工需求大并不意味着应聘简单,高质量人才依然是酒店品牌人才招聘的核心,此时酒店求职者可以积极参与行业相关的培训课程、研讨会或线上学习,了解最新的服务趋势和行业标准,同时也应该注重个人素质的提升。优秀的沟通能力、服务意识和团队协作是酒店业非常看重的品质,从而在招聘中更具竞争力。

(通讯员 曹沁)