

人力更新報告 酒店業

2022



鳴謝

承蒙聚焦小組成員抽空對酒店業人力情況提供寶貴意見，亦特別感謝求職招聘網站 CPJobs 及 CTgoodjobs 提供旗下的職位空缺資料庫作參考。本更新報告編撰工作得以順利完成，記載了聚焦小組的意見，並載錄主要招聘網站的資訊，酒店、飲食及旅遊業訓練委員會特此鳴謝。

目錄

引言	1
----	---

調查方法	3
------	---

調查結果	4
------	---

影響酒店業發展的因素
人力需求
培訓需要
招聘上的挑戰

建議	11
----	----

政府
培訓機構
僱主
僱員

附錄	14
----	----

引言

背景

酒店、飲食及旅遊業訓練委員會（下稱「本會」）由香港特別行政區政府委任，隸屬職業訓練局[VTC]。本會職責之一，是確定屬款待業的其中三個類別—酒店、飲食及旅遊業的人力情況，評估人力供應是否能滿足人力需求，並

向 VTC 提供建議發展職業專才教育 [VPET] 設施，配合所評估的培訓需求。

本會採取新模式蒐集人力資訊，以提高成效，更貼切反映業界的人力動態。

新模式的做法是每四年進行一次全面的人力調查；兩次全面調查之間會編

寫兩份人力更新報告。本會於 2018 年完成酒店業全面的人力調查；2021 及 2022 年將會擬備兩份人力更新報告。

2022 人力更新報告的資料來自以下途徑：

(a) 2022 年 3 月 7 日以線上形式舉行聚焦小組會議，蒐集酒店業界專家以下意見：有關酒店業的最新發展、人力情況及培訓需求、招聘及挽留人才的問題、以及面對挑戰所建議的解決方法；及

(b) 透過桌面研究，蒐集酒店業 2020 年 12 月至 2021 年 11 月期間的招聘紀錄。分析招聘廣告，包括業內不同主要職務、所需學歷和薪酬。

目的

本人力更新報告旨在：

- (i) 研究業界最新趨勢及發展；
- (ii) 識別人力及培訓需求；
- (iii) 探討業界的招聘困難；以及
- (iv) 建議措施以應對人力需求和紓緩人手短缺。

調查方法

概要

本會參考了 2018 的全面人力調查，同時透過聚焦小組會議，進一步定質分析酒店業近期的發展，並以桌面研究所得的定量資料和數據作補充，編製本份人力更新報告。

聚焦小組會議

本會挑選熟識酒店業務及狀況的業界人士參與聚焦小組會議，並限定成員數目為六人，以便更有效率地蒐集意見；然而因應會議舉行當日有不少由新冠疫情引發的事宜，令最終出席人數只有四人。

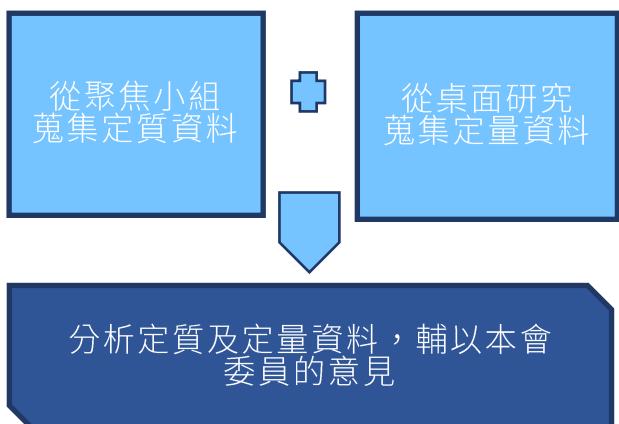
聚焦小組成員深入探究本會屬下人力調查工作小組所挑選的議題。會上的對話經過錄音，轉成文字記錄，以便整理分析。

桌面研究

前述期間，本會從事桌面研究，蒐集相關人力資料。就此，本會開發了招聘資訊系統，從主要招聘網站及勞工處蒐集了超過 13,500 宗招聘紀錄，將資料跟《香港標準行業分類》的相關公司列表比對後，刪除重複紀錄，可反映業內空缺額、月薪幅度、學歷要求等概況。

資料分析

分析資料按以下三個步驟進行：



上述定質及定量所得的調查結果及建議編製成人力更新報告，內容經本會增潤，並獲各委員接納通過。

局限

有別於 2018 年全面進行的定量人力調查，這份人力更新報告旨在探討業內人力發展的新議題。本會透過聚焦小組及桌面研究，得悉就業趨勢及模式、招聘困難，同時聽取持分者的見解及經驗觀察。挑選特定範疇的持分者參與定質方式的聚焦小組會議，所得的看法未必能概括所有從業員的意見。同樣，桌面研究從主要招聘網站及勞工處蒐集職位空缺招聘資料，亦未必能提供全面資訊作完整的定量分析；所得資料是報告當時的行業面貌，因此只能用作聚焦小組觀察的補充資料，僅供參考。

調查結果

影響酒店業發展的因素

逆境求存

新型冠狀病毒病的困境已蔓延至全球幾乎所有行業，但款待業的情況尤其嚴峻。過去兩年，本地旅遊業先遇上社會事件，繼而再受疫情雙重打擊。各種過境限制加上嚴謹的檢疫措施令旅客數字驟降。2021 年，訪港旅客總數僅有 91,000 人，按年下跌 97.4%，與 2018 年社會事件及疫情出現前比較，跌幅達 99.9%。自疫症爆發以來，香港政府透過「酒店業支援計劃」向合資格酒店發放數輪津貼資助；然而，在 2021 年年底第五波疫情無預警出現後，航班禁止抵港與旅客取消酒店訂房均令酒店經營無以為繼。為應對國際抵港旅客人數銳減，酒店只能把主要業務轉為指定檢疫酒店或社區隔離設施以提供強制隔離服務，另外也繼續推出宅渡假、日間住房和延長住宿計劃。於 2020 年 3 月時，酒店入住率跌至 32%，其後因為本地客人租住，加上為強制檢疫旅客提供住宿，逐步回升至超過 50%。隨著新型冠狀病毒病疫情於 2021 年第二和第三季放緩，酒店入住率在 2021 年 8 月至 12 月期間增至超過 70%；然而，第五波疫情出現後，2022 年 3 月的入住率下降至 59%。疫情於農曆新年前廣泛擴散，社交距離措施與座位限制隨之收緊，預期的酒店餐飲業務大受重挫。

面對各種與疫情相關但難以預見的挑戰，服務單位與職能部門只能因應需要運作，或只提供有限度服務和縮短營業時間。有鑑於未來業務量難以預計，所有招聘（包括兼職和臨時員工）均一概凍結，只保持最低限度的員工數量。部分僱員因為身體情況不適合接種新冠疫苗，其他則因為本身受感染、被界定為患者的密切接觸者，又或不能離開指定圍封檢測處所而無法值勤。即使以高於市價的優薪作招徠，在業界長期人手短缺的情況下，要在短期內招聘適合的替補員工也不容易。能夠值勤的員工被調配到其他部門負責執行一些不熟識的工作，另外為保障所有人安全，業者也採用了分組上班的方式。部分業者利用生意淡季和人力不穩定的時期進行裝修、重組業務和品牌重塑以強化未來收益。對於其他業者，要在薪金成本與盈利之間取得平衡，同時在人手不足的情況下開拓商機成為相當棘手的難題。員工需要處理住客各種投訴，包括登記入住、退房時大排長龍、房務服務緩慢、無法滿足客戶要求等。壓力難免令服務質素下降，最終形成惡性循環，把某些酒店業者推向困境。由於整體業務並未以預期速度恢復，財政預算與盈利均需要下調。雖然管理層有需要以正面思維為焦點，但也需要面對現實和制訂應變計劃，準備應對各種意料之外的巨大轉

變。

在未知中掙扎

在精簡化的人力架構下需要填補盈利缺口，加上即使重新通關和旅遊恢復，變種新型冠狀病毒病也可能再起波瀾，業界仍然面對重大挑戰，全面復甦或會遙遙無期。然而，由於政府與業界持份者一直支持酒店及相關業界持續發展和成長，情況也非完全陰霾黯暗。除了多項興建中的主要基建項目和休閒相關計劃，行政長官在其 2021 年施政報告中提出成立文化體育及旅遊局，旨在吸引商業、旅遊和體育相關的大型活動在香港舉行，令其踏上國際舞台。香港旅遊發展局的工作計劃將於短期內提升內需，包括「旅遊·就在香港」。在中長期而言，它將與大灣區內城市攜手推動文化與多目的地旅遊，營造智慧旅遊體驗。隨著各國展開大型新冠疫苗接種，各經濟體已開始迎接商務和休閒旅客回歸。當來自全球的商務旅客與本地消費者繼續凝聚動力，加上香港在大灣區的策略角色，酒店業有望從蕭條中逐步反彈。

科技

今時今日，客戶越來越慣於在酒店體驗中融入科技，而且預期享有快速、無縫和個人化的服務。數碼方案已滲進酒店業務每個層面，除了提升客戶體驗也改善盈虧底線。疫情催化更廣泛的科技應用，業界以科技減少人與人的接觸點，同時紓緩員工短缺問題。以專用應用程式遙距辦理登記入住和退房手續特別適合宅渡假住客，可以省卻在酒店大堂

排隊；人工智能禮賓部和送餐機械人能就一般查詢和要求提供全天候實時回應；機械人消毒機與智能設計空氣淨化機能無間斷提供優質室內空氣質素；虛擬導覽可用於檢查房間與活動場地來吸引潛在客戶。在後勤方面，客戶資料分析能為線上市場推廣發掘重要識見和強化會員計劃。面對面交流無疑可提供更全面的職位配對分析，但疫情期間，線上招聘面試和評估測驗卻成了有效替代方法。

組織文化影響數碼轉型的步伐、廣度和深度。雖然部分僱員能舒坦地透過數碼設備工作，也有其他僱員只會使用 Zoom 與 WhatsApp 等簡單和常見的通訊科技，且較喜歡遵循慣用方式來完成自己熟識的工作，因此會截斷及拖慢數碼化鏈的全面整合。科技與自動化有助精簡工作，讓業者可以把更多時間和精力放在提升客戶服務與業務盈利方面。此外，創新自助服務科技與機械人能提升品牌形象：然而，酒店業說到底也是以人為本的行業，而數碼工具無法完全替代人與人的接觸。與預先編程的回應相比，真摯的笑容和人與人的交流能豐富客戶體驗。相對於完全由機械人準備菜餚和上菜，有些客人仍然較喜歡客製化和個人化的服務。酒店業正準備全面釋放數碼化的潛力，但「高科技」和「低接觸」的程度將視乎酒店的品牌定位、員工和客戶概況，以及邊際利潤仍然偏低下的審慎投資回報分析。

人力需求

人手緊絀長久以來都是酒店業的問題。

雖然本地失業率仍然高企（2022 年 1 月至 3 月期間的整體失業率為 5%，而同期間「零售、住宿和餐飲業」的失業率為 8.9%），而且經濟蕭條，但聚焦小組成員均表示整年都難以填補較全員 5-10% 的持續空缺。另外，無論招聘工作有多具創意和多盡心思，房口服務員、廚師、餐飲服務員工、管事與行政員工皆經常缺人。部分新入行者無法認同款待文化，而某些年代的員工則不諳科技應用，這些新來者很快便請辭。市場對臨時工與兼職服務員，特別是那些已完成疫苗接種的人需求殷切，但這些人卻難以找到。

加強技術堆疊在某程度上可以幫助緩解人力短缺的難題。採用科技與自動化或可改變某些營運和行政職能對服務員工的倚賴。然而，在一個以人為本的行業中，款待精神和人與人之間的同理心，將繼續是滿足業界價值觀和目標的核心元素，而且只能由那些對行業充滿熱誠的人實現。要引領酒店業再創高峰，需要變通和活力兼具的工作團隊，他們所掌握的穩健技能均是以款待元素為基礎的重要行業能力，能展現熱誠和毅力，可在不斷轉變的環境中克服高低起伏。

桌面研究

整體空缺額

相對上一份 2021 年的人力更新報告，本輪全職空缺廣告增加了 146%，而兼職空缺則增加了 153%。按全職空缺的職級劃分，「行政與其他」和「督導與

技工」職級增幅最為顯著，分別較 2021 年上升 238.7% 和 192.6%。酒店業招聘廣告增加，可能與 2021 年第二至第四季期間疫情稍為放緩而帶動了當時的人力需求相關。

詳情請參考附錄(a)。

主要職務

2022 年首五位最多全職空缺廣告的主要職務與 2021 年基本相約，惟次序有所調動。2022 年全職招聘廣告所佔百分比降序排列如下：

主要職務	2022	2021
1 客務部文員／接待員；賓客服務主任／賓客服務員；前堂服務員；客戶關係主任；歡迎大使；行政樓層服務員；商務中心主任	9.4%	5.7%* (2021 年時位 列 第三)
2 工程部技工	7.9%	8.9%* (2021 年時位 列 第一)
3 房口服務員；房間服務員；房口部文員；寫單員（房口部）；房口部聯絡員	7.3%	6.3%* (2021 年時位 列 第二)

主要職務	2022	2021	
4 侍應生	5.2%	4.9%*	(排名 與 2021 年相 同)
5 訂房部文員；客務 服務大使／代理 ／助理人員	4.2%	2.2%	

*「清潔雜工；洗碗碟雜工；廚房雜工；
管事；傳菜員」於 2021 年屬首五位最
多全職空缺廣告的主要職務，但今次
並未納入。

詳情請參考附錄(b)。

學歷要求

就僱主於招聘廣告註明要求學歷一項，除了未有明確註明者，僱主的學歷要求與 2021 年相約。調查期間，41.6% 註明「高中」程度，比 2021 年提高 0.3 個百分點。在同一調查期間，40.4% 要求文憑／證書／學徒訓練或以上程度，而 2021 年時有約 41.1% 有相關要求。此外，最顯著升幅(增加 2.8 個百分點)來自「副學位／高級文憑／高級證書」程度。

此外，今輪桌面研究中，有 7.7% 廣告未有註明學歷要求，比 2021 年(5.2%)增加 2.5 個百分點。

詳情請參考附錄(c)。

月薪幅度

除了未有明確註明薪金者，相對 2021 年，僱主於廣告提供的薪酬幅度中位數輕微上升。52.2% 廣告的月薪幅度介乎港幣 15,000 元至 30,000 元，比 2021 年(51.1%)提高 1.1 百分點。

詳情請參考附錄附錄(d)。

培訓需要

在新常態與行業競爭日益熾熱的情況下，我們認為業界有需要更新和提升行業知識與技能，建議如下：

在職從業員和培訓機構

- a. 合規及規例 –
 - 就不斷演變的防疫與社交距離規定、健康、安全與衛生要求，以及相應的標準營運流程更新培訓。
- b. 行業技能 –
 - 為新聘和轉職至新部門或姊妹酒店的員工舉辦熟習與行業技能培訓課程。新人方面，應為業務恢復時做好準備，提供客戶服務技能和針對預期旅客組合的語言和文化培訓。
 - 根據內部與外部顧客在需求與需要上的重大改變，採用更新與新興行業技能和知識。

- 為資深員工訂制複修培訓，以鞏固既有知識和提升技能。
- 晉升與繼任培訓，以挽留高質素人力。

c. 智能科技 -

- 以整全的智能概念方針，讓經驗較淺或較不熟識科技的前線員工可在遵循服務標準的情況下應付較大工作量。
- 社交媒體平台管理和線上市場推廣與銷售技巧，以加強顧客契合和提升銷量。
- 採用數據為本和以雲計算為基礎的科技提升客戶服務與盈利。

d. 一般技能 -

- 在充滿不確定性的時期，應優先舉辦員工歸屬感活動和正向強化培訓。
- 為督導級員工安排有效的激勵、領導才能、團隊建立與輔導技能培訓，指引經驗不足的新入。
- 以富同理心的客戶服務與得體的溝通技能管理線上和線下平台，應付見多識廣和經驗豐富的客人。

職前培訓

- a. 年輕的數碼原生代可以輕易掌握以科技支持的運作。因此，有抱負的年輕人才均希望以比傳統路徑

較快的速度晉升至管理層，而且認為累積多年工作體驗只能向上幾步的進程並不吸引。將職場學習納入課堂教學內，透過接觸真實客人和同事，學習情景處理，有助釐清高速晉升期望與真實情況之間的落差。

- b. 年輕人應掌握人際關係技能、情緒智商、以耐性和探究思維應對問題，並視挑戰為個人成長機會。
- c. 使用線上溝通工具的朋輩文化不一定適用於商業世界的環境。應訓練學生觀察線上溝通禮儀，例如在線上會議、面試和演說時把攝影機開啟和作出適當回應。
- d. 應培養畢業生為未來做好準備，使其具備環球視野，能隨時發掘本地市場以外的人力交流和事業機會。

招聘上的挑戰

疫情延續了超過兩年，財政預算和盈利都需要有所縮減，因而限制了現時的員工招聘和續約。正如 2021 年年底業務恢復時所顯示，業界積極爭奪各級員工。預期復常後，更多酒店和旅遊業相關的計劃將陸續在本地和鄰近地區推行，屆時將再次出現吸引人才填補本地與海外酒店空缺的挑戰。下文概述了一些導致招聘與挽留人才困難的可能因素：

競爭熾熱

- a. 聚焦小組成員表示，招募替補員工上班所需的時間較此前多出約一個月，而且現在較頻繁出現面試者或最後遴選人會婉拒委聘。無論是前台還是後台僱員，離開一間酒店的員工都可以在短期內在另一間酒店或其他行業找到新工作。大額花紅、福利和培訓機會以往都是羅致與挽留酒店僱員的吸引因素。然而，花紅在近年的吸引力已大不如前，有能力的員工甚至不願被福利所牽絆又或在同一酒店等待長線的發展，而是直接轉工以取得即時回報。

- b. 因為社會和人口結構改變，年輕人才整體短缺，所以有不少工作均以高薪、即時擔任領導崗位和更佳工作環境來吸引這些人才。年輕、熟識科技而且具備客戶服務技能和語言能力者在款待業界需求甚殷，連鎖餐廳與活動及展覽公司均有意招手。由於前台員工的技能與經驗可以輕易應用於其他面對客戶的行業，所以物業管理、服務式公寓、銀行及金融、醫療服務和零售界等均能吸引他們。餐飲部門的人力在疫情期間被休假或解僱，不少會利用本身的經驗和人脈，趁著租金較低的機會自行創業，開設小規模的特色餐飲貨品銷售。

青黃不接，新人不足

- a. 行業備受疫情打擊，令準學生選修

相關課程時加倍卻步。酒店、餐飲和旅遊相關的課程收生數字下降，畢業生甚或不會投身相關行業。另一方面，證書和文憑課程的畢業生較大可能入行，但學歷較高或那些財務負擔較輕的畢業生會傾向繼續進修而不是馬上投身業界。有些學生可能會因為就業情況和學習興趣改變而停止修讀那些課程，也有因疫情相關的其他個人和家庭原因而輟學。由於經濟環境偏軟、行業條件欠佳，加上畢業生有意在疫情下繼續升學，不少家長均寧願讓子女修讀全日制課程而非工作。一直以來業界沒有足夠的畢業生人才，其中一個窒礙供應的主因就是學生數字下降。然而，長遠而言，當整體情況恢復，業界應能夠重獲其吸引力，讓新一代更有興趣以此為事業選擇。

人生目標

- a. 時至今日，隨著本地和海外有更多銜接高等教育的途徑，加上事業選擇眾多，年輕人會衡量獲聘的職位是否符合其人生價值觀和生活方式，才決定是否應聘。僱主如能重視年輕人的人生優次，並彈性配合他們的工作與生活時間表，接受快速事業發展和／或在本地或海外其他酒店提供發展機會，都是年輕人接受聘用時值得考慮的因素。此外，越來越多人考慮多姿多彩的生活體驗，如海外工作、自僱、自由工作項目等，相對傳統形式的工作經驗較能為其建立更具說服力的履歷表。對某

些人來說，兼職和短期聘用能為他們提供較大自由度和彈性，有助其追尋其他人生目標和個人興趣。

業界形象

- a. 雖然報酬待遇已有所改善，工作量也因為科技輔助而有所減輕，但業界的服務形象不一定能引起公眾共鳴，認為它是備受尊重的專業。另外，由於受疫情打擊後業界形勢大變，也有人擔心健康和安全，即使酒店業的職位能提供向上流動和全球發展的前景，家長和畢業生均可能會重新考慮從事酒店業所涉及的風險。

建議

為推動酒店業未來的發展，政府、培訓機構、企業培訓人員、僱主僱員應提供適切的人力訓練及措施紓緩人力短缺如下：

政府

- a. 物識合適的年輕人偶像與網紅，由他們引領全業界的形象活化計劃，以令公眾對款待文化產生興趣和尊重業界的貢獻。要改變公眾的想法需要時間和不斷努力，政府應迅速採取行動，避免未來五至十年出現人力缺口。
- b. 透過撥款和簡化申請程序促進更廣泛採用科技。培養本地專才支持各種規模的運作，引入所需科技來保持競爭力。
- c. 資助來自其他行業的員佐級新人接受業界技能與知識的正規教育，同時接受在職培訓。
- d. 與業界協會合作設立獎學金和傑出服務獎嘉許和鼓勵人才，令他們更投入業界，與業界一同成長。
- e. 透過改善夥伴合作的見習期和畢業後的計劃來鼓勵職訓學生留下投身業界，令僱主與學生都可受惠。
- f. 以有趣活動從小吸引有意入行

的人才，把焦點放在業界的正面之處，向學校、職業訓練機構和青年組織投入額外資源。

- g. 經過審慎考慮和平衡所有社會與經濟因素後，為房務與清潔工僱員等長期無法填補的空缺輸入數量適合的外地勞工。

培訓機構

- a. 隨著更多面對面交流回歸，應向有關各方更新業界安全與身心健康指標，保持安全、衛生的工作與服務環境。
- b. 拓展國際酒店實務和趨勢的視野，例如引入和推行酒店的環境、社會及管治(ESG)要求。
- c. 為各級員工安排最新與前瞻智能科技的培訓和工作坊。向香港數碼港、香港科學園和業界協會的科技專家和初創人才徵詢意見，把握正在發展和蓄勢待發的科技。然而，應根據業界基本需要讓科技發揮相輔相承的效用，而學習成果應配合業界需要和對業界有所貢獻。

- d. 因應業界新出現的需要或改變，針對性設計培訓活動。迅速修訂培訓內容來配合業界轉變，以抵消全面培訓方案的需要。
 - e. 業界應與培訓機構保持緊密溝通。鞏固基礎，以掌握行業基本與科技技能，以便在工作場所即時應用。
 - f. 調校學生與年輕人以正向思維於現今急速多變，精簡結構的工作環境中應付挑戰和突發情況，從解難經驗培養學習和改進的態度。
 - g. 為培訓導師和輔導員建立一個穩定的即時溝通渠道，確保能為未來人才提供適時、持續的回饋，幫助他們在瞬息萬變的工作環境中順利融入。
- 會。建構務實與透明的晉升和培訓階梯，讓有潛力的員工前途更形理想。行業實習、在地和海外同系酒店的調遷工作計劃均有效挽留員工，同時節省招聘資源。
- d. 與聲譽良好的職業訓練機構協作設計過渡培訓，包括跨業界、技能提升和再培訓課程，讓失業人士重投款待業界，填補現有空缺。
 - e. 透過職務分擔及提供與全職僱員相約的福利，以應對人力不足問題。
 - f. 維繫與前同事的人脈網絡，以便重新聘用。藉著值得信賴的培訓機構的就業和招聘平台，來聯繫校友、畢業生和受訓者來填補職位空缺，並持續吸引他們參與業界活動。
 - g. 為受訓者提供支持發展的工作環境，認同和提升他們的能力。維持好友制度，並提供迎新、聚會和嘉許。新一代年輕人渴望自己為組織目標所作的貢獻得到賞識。讓年輕人參與新挑戰，並提供指導和作出適時反饋，都可以令他們更加投入。
 - h. 提供行業實習，讓學校、職業訓練機構和青年組織的老師和領導者瞭解業界現代管理系統，及已改善的工作環境。藉著與業界表表者，特別是年輕領袖與成功人士，進行交流活動，令上述人士留下深刻印象。

僱主

- a. 建立正面的僱主形象來吸引和挽留優秀人才，而非以觸發惡性循環的加薪來吸引僱員。
- b. 關愛員工和配合他們的個別需要，特別是前線員工，例如在壓力大的緊張時期在工作規劃與編更方面注入彈性。引入獎勵制度，以表揚中層從業員對他們在領導和訓練實習生及新人的貢獻。
- c. 嘉許與獎勵表現優秀的員工，並為挽留人才設立學習與成長機

僱員

- a. 以主動積極的心態善用僱主支持和各種政府資助計劃，學習新的才能和多元技能。
- b. 透過積極參與業界交流和實習活動、形象建立計劃、技能認證和技能大賽，以激勵發人深省的個人成長與創意。
- c. 幫助受訓者與年輕入職者解決技能差距問題，並以專門設計的職場學習計劃和即時回饋，提供訓練和師友指導，令他們易於投身業界。

**2020年12月至2021年11月期間
招聘媒體的網上招聘廣告比率 (按職級及門類)**

全職

門類^	職級	經理及專業人員	督導及技術員	技工及操作工	文員及其他員工	比較 2021 至 2022 年期間 (按門類的總招聘廣告比率) *
酒店		6.9%	35.6%	54.8%	2.7%	
比較 2021 至 2022 年期間 (按職級的總招聘廣告比率) *	↑	74.95%	↑ 192.56%	↑ 130.54%	↑ 238.68%	↑ 146%

兼職

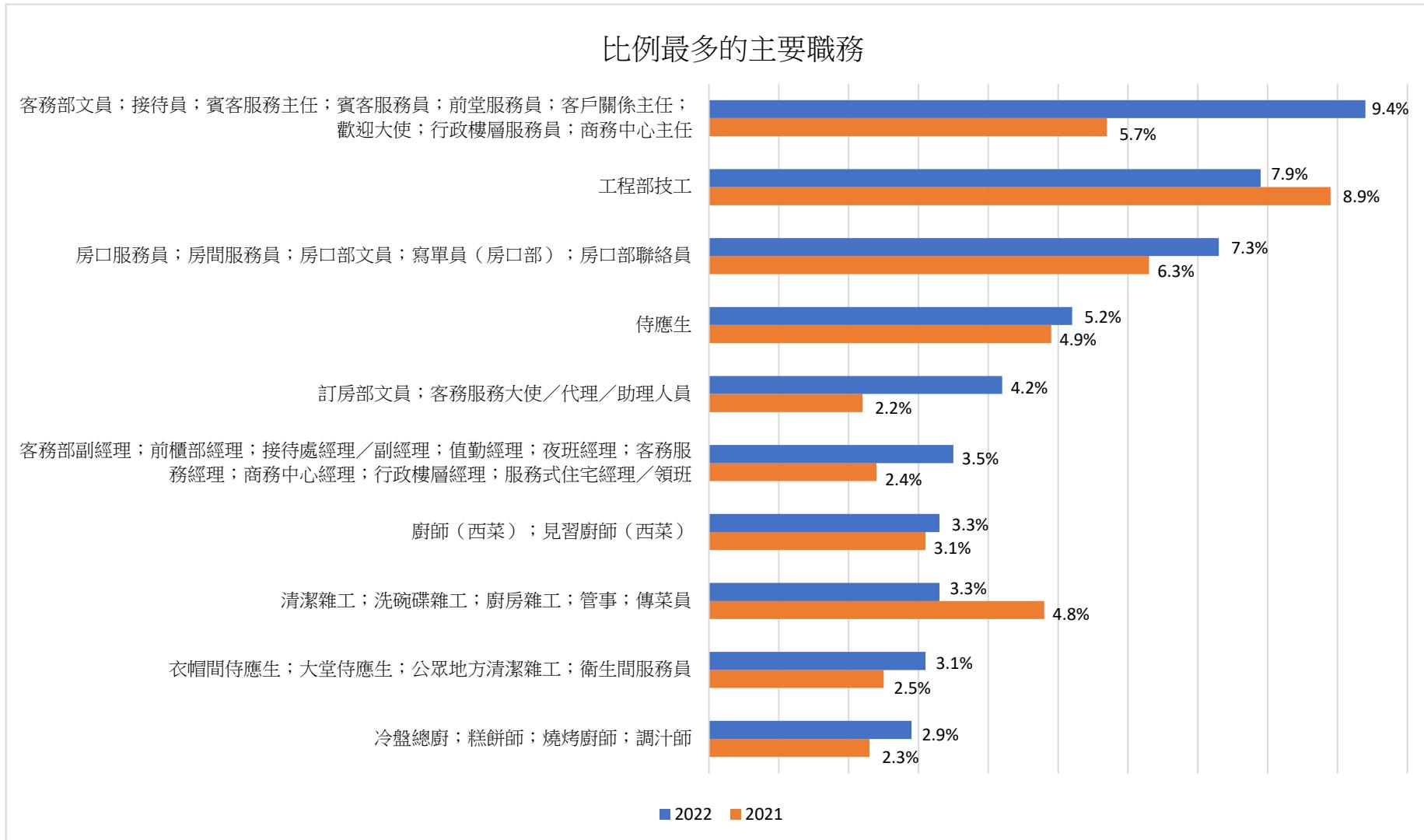
門類^	職級	經理及專業人員	督導及技術員	技工及操作工	文員及其他員工	比較 2021 至 2022 年期間 (按門類的總招聘廣告比率) *
酒店		0	11.0%	86.0%	3.0%	
比較 2021 至 2022 年期間 (按職級的總招聘廣告比率) *	↑	不變	↑ 450%	↑ 133.33%	↑ 350%	↑ 153%

比較 2021 至 2022 年期間
全職及兼職比率 ↑ 145.96%

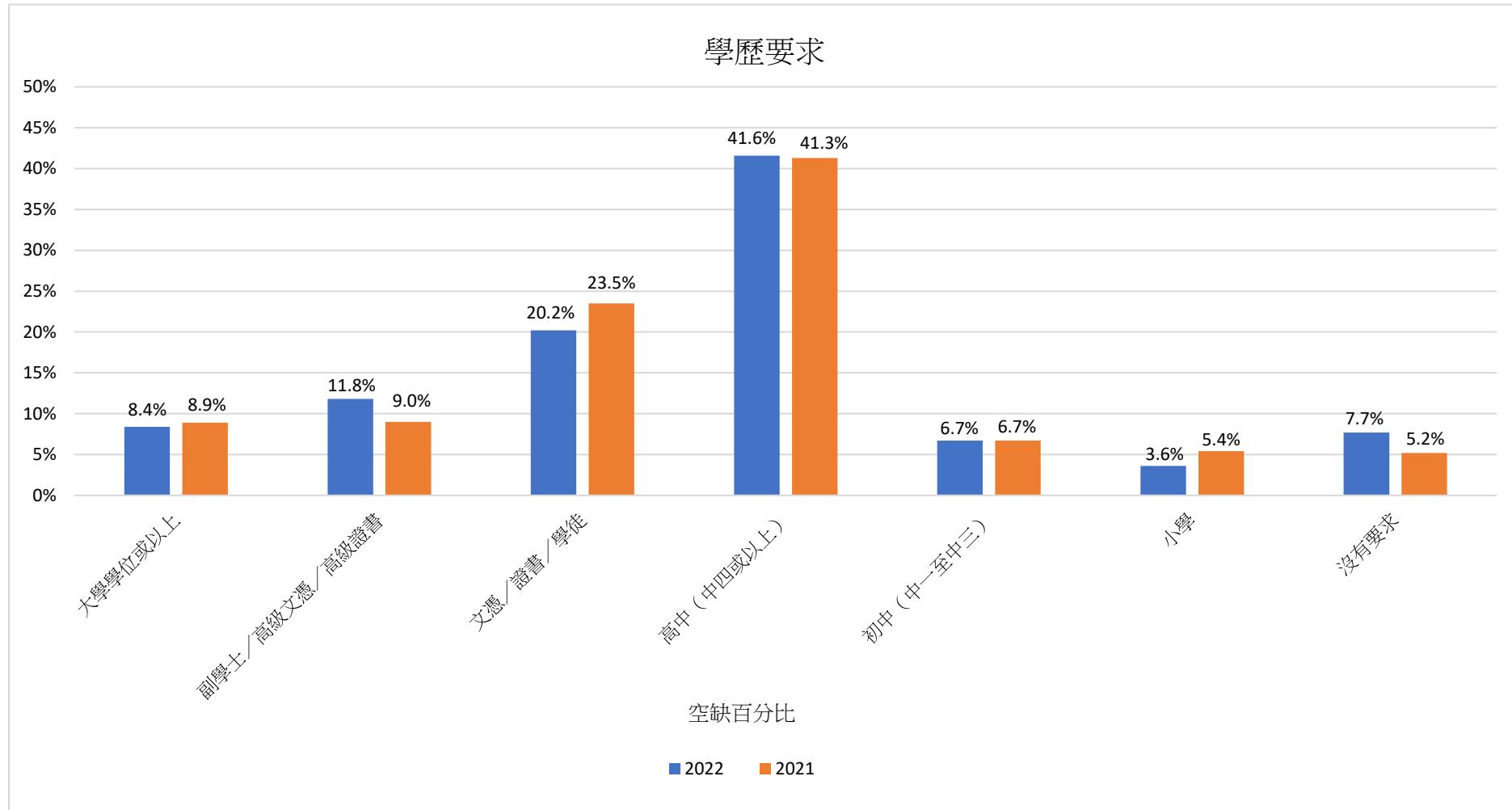
備註：

- ^ 2022 年廣告比率計算方法：
(特定職級的廣告數目／全職或兼職的廣告總數) x 100%
- * 2022 與 2021 年廣告數目之比較方式
- 2021 年數據收集期：2019年12月至2020年11月

2020 年 12 月至 2021 年 11 月期間
熱門招聘媒體的全職網上招聘廣告比率 (按職務)



**2020 年 12 月至 2021 年 11 月期間
熱門招聘媒體的全職網上招聘廣告比率（按學歷要求）**



**2020 年 12 月至 2021 年 11 月期間
熱門招聘媒體的全職網上招聘廣告比率（按月薪幅度）**

