

共享员工调查:先行者对话迟疑者

疫情期间,一面是餐饮等企业停业造成的人员溢出,一面是商超、外卖行业人员紧张。此时,一个创新性的“共享员工”模式被提出,并在一些餐饮企业和零售企业身上先行先试。那么,共享员工模式究竟有多大的适用范围?不同行业对此模式有何疑惑?成本和风险该如何防控?该模式将在“特殊时期”发挥多大的作用?2月4日,北京商报记者对共享员工一事进行了深入调查。

先行者说: 三方共赢

共享员工模式发轫于盒马联合云海肴、青年餐厅解决餐饮业待岗人员的收入问题,一边可以缓解餐饮企业成本压力,一边能弥补商超等行业人力短缺的难题。

2月4日,北京商报记者了解到,当下57度湘、茶颜悦色、蜀大侠、望湘园等餐饮企业也开始向超市输送临时员工,而超市则有近万的人力缺口待补充。仅盒马全国范围内的200家门店,人力缺口就达到6000人。

“开工难”的餐企急需为留守员工觅得更多的工作机会,并以此减轻自身的支出压力;“用工难”的商超、物流等企业迫切需要更多的人手。

值得注意的是,共享员工的方式可解渴,但也应章法有度,工资结算、应聘准则、安全培训以及业务能力均需要有更为详细的应对策略。

盒马全国经营管理总经理胡秋根接受北京商报记者采访时坦言:“每个门店都存在明显的人手不足。春节期间,近七成盒马员工按计划留下来正常工作,根据日常的需求弹性,七成员工可以应对30%以内的需求增量;然而,当客流增幅超过50%时,就会出现用工缺口”。

据了解,按照上述合作模式与要求,餐饮企业向盒马推荐适合的员工,盒马从中选择持有健康证并在14天内没有发热等症状的员工上岗。

胡秋根介绍称,从餐饮企业临时“借调”的员工主要从事一些上手快、短期培训即可上岗的工作,例如前场排面的摆架、整理、补货,以及后场的仓库整理、打包分拣等。一些情况复杂、要求更高的岗位暂时不会安排临时员工上岗。此外,餐企员工多负责盒马店内的工作,并不会承担配送服务。

与此同时,临时补充的员工能否适应新的工作安排,也是行业关注的问题之一。

北京商报记者了解到,餐饮企业员工接受过相应服务培训以及疫情防控培训,一定程度上节省了对口用人企业培训成本。

目前,不少餐饮企业陆续与盒马在共享员工一事上达成合作。截至2月4日中午,包括西贝、花家怡园、探鱼在内的30多家餐饮企业正在与盒马沟通合作。

餐饮经营者说: 输出存在顾虑

超市与餐企的合作开启了特殊时期“共享员工”的新尝试,北京商报记者就此联系

的多家连锁餐饮企业表示,此种方式确实有利于缓解压力,但不少负责人也表达了一些担忧。

比格比萨创始人赵志强表示:“共享员工”在人员安全问题上需要有详细的策略研究,尤其是外派的员工在此期间的人身安全以及感染风险等问题都需要详细规划,双方应达成共识。

另据一位不愿具名的餐饮企业负责人表示,员工安全、员工福利以及疫情过去后的员工召回问题是主要顾虑:“多数餐企是负责员工一日三餐及住宿的,外出工作会提升感染风险”,另外,如果疫情得到控制,餐饮企业需要开工,员工是否能及时到位,也存在不确定性。“我们在评估共享员工的可行性,同时征求员工的意见。”他说。

也有不少餐企的员工并不是完全赋闲,所以暂时不考虑共享。北京商报记者了解到,目前许多餐饮企业都在通过力推外卖的方式消耗库存、保持运转,与此同时也有不少餐饮企业正在疫情期间加强员工的培训和餐厅的卫生、安全工作,并随时做好开工的准备。

奈雪の茶就在接受北京商报记者采访时 表示,目前除了武汉及部分疫情较严重的区域门店暂停营业,其他部分区域的门店已经在政府和物业的批准下陆续开始营业。因疫情影响在家休息的员工,公司要求员工都尽量留在家里,减少外出,做好个人防护。所有员工的工资都会依照国家规定正常发放。因人员调配尚未遇到严重空缺或闲置,是否需要共享员工”会进一步研究。

零售用工者说: 建议按小时计酬

与输出人员、担心收不回来的餐企相比,急需员工的零售用工企业则对“共享员工”有更迫切的渴望和好奇心。

北京商报记者从多家零售企业了解到,由于春节期间外地务工人员返乡,本身就会出现一定的“用工难”,加之疫情期间回京员工要经历一段时间的隔离期,面对不断增长的消费需求,各大零售企业很多在岗员工都满负荷连轴转奋战在一线。

全家中国区人力资源负责人陈俊卿对北京商报记者表示,目前,全家便利店全国门店用工人员缺口大概在500人左右,其中北京地区门店在30人左右。

事实上,对于共享用工,用工企业最关注的问题还是如何签订用工合同以及薪资待遇。陈俊卿认为,特殊时期倾向用相对灵活的“小时工”方式合作。“共享用工模式,劳动关系还在原单位,建议用工时制来进行薪资结算。”

天提供两个送货时段,方便消费者在家接收生鲜果蔬商品,同时,消费者可以随时使用多点App查询自己所在区域的商品配送恢复情况。同时,企业建议用户于当日较早时段进行下单,以免门店的配送人员被约满。

此外,如果App上显示配送小哥已经约满,也可以选择在线上选购下单后到门店进行自提,以便节省消费者在门店的选购时间,降低暴露接触风险。针对疫情特殊情况,多点Dmall调整原有的配送方式,要求配送员在上门时必须佩戴口罩、手套等,做好防护措施,同时引导用户进行“无接触配送”,配送回到门店测量体温后,第一时间使用“消毒凝胶”进行手部消毒,并使用消毒布清洁配送箱,双“保险”保护用户与配送员的安全。

此外,北京商报记者了解到,近期多点Dmall平台上增加“有菜有肉有口罩”套餐,方便消费者同时选购防护用品和日常生活所需蔬菜及肉品。



几位戴着口罩的外卖员在北京海淀区一家停业的餐厅里休息,等候接单。

·专家观点·

这将会是未来的一种工作模式

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为,共享员工模式不仅是一种应急措施,也是未来的一种趋势。未来的工作模式、工作体制都在不断变化,越来越多的人将有机会把主要的精力集中在自己最擅长、最有时间、最能做的事情上,而并不一定要捆绑在某一家企业中,这将会是未来的一种工作模式。

同业态之间用工问题不大,跨业态用工的话会存在一些差异。

“一方面是如何安排餐饮员工的食宿。这在餐饮企业中是标配,对于全家来讲,现阶段临时为共享员工配备宿舍存在一定难度,但又不得不考量固定住宿点到全市各地门店的距离。另一方面,便利店工作属于复合型工作,同一名员工需要具备收银、操作设备、清洁、上货补货订货等复合工作能力,输入的员工适应此工作性质也需要一定的培训考核。”陈俊卿表示。

此外,随着即将迎来的疫情拐点,餐饮和零售企业也将全面复工,共享员工势必将回到原单位,届时,如何来控制好人力的衔接也非常关键。

对一些在内部已经形成多业态经营的企业而言,共享用工模式就显得比较容易和常见。北京苏宁易购相关负责人向北京商报记者透露,跨界共享员工对苏宁来讲并不新鲜。从苏宁成立之初到现在,这已经成为企业内部行之有效的员工协同机制和工作机制。特定时期内,通过不同产业、不同体系、不同部门间员工的短期调配,成立临时项目组实现效率与效益的双提升。

举例来看,从1月10日至今,北京苏宁从门店、职能体系调配近2000人次对家乐福等进行多岗位支援,缓解其春节期间超旺盛需求的工作压力。春节期间支援家乐福门店分拣外卖工作的苏宁员工平均每天约100人次。

物流外卖者说: 行业间已实现共享

对于物流企业而言,共享员工的形式实际上早已融入到行业中,这是由企业的用工模式决定的。以同城配送为例,由于众包的特殊性,配送人员多与第三方人力公司签约。

收入管理平台薪起程营销副总裁葛世明接受北京商报记者时表示,以借调为主的共享员工,合同签约主体通常为第三方人力公司,然后由第三方公司派遣至各个用工单位,若该员工在某个单位无法赚到满意收入时,会选择其他的单位继续工作,这部分人通常都是兼职的。

在中国物流学会特约研究员杨达卿看来,物流行业共享员工可能性还是比较大的,但仅限于同行业之间,跨界共享风险系数较高。

研究合作机制 不留“后遗症”

北京工商大学商业经济研究所所长、教授洪涛认为,这是当前解决用工难题的一种最好的办法,创新值得推广和借鉴。但这种模式必然会出现谁承担员工“三险一金”的问题,是共同承担,还是根据用工时间段来承担?双方企业应明确员工的工资待遇,不留“后遗症”。短期来看是一种员工过渡或借用,长期来看是一种共享机制,对企业间长期合作有重要意义。

现阶段,国内多数主流快递企业以加盟制为主,各网点间的管理方式不尽相同,因此,企业间的员工共享不易实现。

一加盟制快递企业相关负责人对北京商报记者表示:“快递领域跨界共享员工有一定需求,但真正实现难度很大。比如,若快递小哥去送外卖,因工资差异大,很可能无法正常回岗。反之,其他行业来送快递,也要经过一段时间系统学习和培训,过程较繁琐。”

一位快递业内人士透露,不同企业间的快递员在特殊情况已经在互相帮助。这也就是为什么有时人们网购时显示某家快递配送,但上门的却是另一家快递公司人员。

另外,一些尚未遇到员工短缺的流通企业,对共享员工模式持谨慎态度。酒便利副董事长沈丽波表示,门店即将恢复营业,但不存在人员闲置或空缺问题,从态度上还是拥抱这样的新模式。1919酒类直供表示,目前少数地区因疫情严重暂停营业,其余门店均正常营业,酒类销售需要专业知识,从线上接单到线下送单是个完整一体化流程,对共享员工模式将继续观察。

北京商报记者 闫岩 赵述评 郭诗卉 郭缤璐
赵驰 陈韵哲 王莹莹 冯若男/文 闫岩/摄

多点Dmall调整配送 80%门店陆续恢复当日达

北京商报讯(记者 陈韵哲)消费者对生活必需品类商品的消费需求持续增长,商业企业增派运力。2月4日,北京商报记者了解到,多点Dmall紧急调配资源,制订了配送调整方案及复工方案,来缓解平台订单数量出现的增长以及目前出现的配送不及时问题。

受疫情的影响,在线上平台下单购买生活用品成为消费者当前的第一选择。不过,面对极速增长的消费需求,在当前商家配送运力大幅缺乏的情况下,不少线上平台都出现了配送不及时的情况。

数据显示,在春节期间(腊月二十六到正月初七),多点Dmall全平台到家的订单量同比去年同期增长95.3%,销售额同比增长225.7%。

据多点Dmall相关负责人向北京商报记者介绍,2月4日-7日之间,多点Dmall合作商家物美超市在北京地区的80%门店都将会陆续恢复当日送达标准,并且每

优衣库、Levi's等品牌暂时关闭部分地区门店

北京商报讯(记者 王晓然 实习记者 陈媚)2月4日,据日经新闻消息,日本快时尚优衣库在中国的门店暂停营业,营业数量将增加30家,由此前的100家增至130家。此次暂时关店的店铺主要位于湖北省,重新开业时间待定。

据优衣库相关负责人向北京商报记者透露,上述暂时关闭的店铺多数处于湖北及周边地区,不少是因商业设施暂时关闭。除武汉所在的湖北省以外,预计绝大部分地区将于2月10日开始恢复正常工作。”优衣库相关负责人表示。

数据显示,截至2019年12月底,优衣库在中国拥有约750家门店。中国市场的重要性不言而喻。2019年中国地区一度成为仅次于日本的第二大市场,2019年“双11”销量更是服饰类品牌第一。有分析认为,此举或将让优衣库业绩“遇寒”。

北京商报记者发现,疫情之下,多家品牌纷纷宣布

延期开业。新加坡皮具配饰品牌CHARLES & KEITH宣布湖北省门店将全部暂停营业,具体重新营业时间后期再做通知。快时尚巨头H&M位于中国武汉的13家门店也已暂时关闭。美国服饰零售商Gap集团则暂时关闭中国总部和工厂,旗下门店根据需要调整营业时间,部分门店暂停营业。美国牛仔服饰品牌Levi's母公司已关闭中国约一半门店,包括品牌在武汉新开的亚洲最大旗舰店。

“品牌线下受影响较大,下一步或将更多加码线上。”一位不愿具名的品牌总监向北京商报记者表示,“近年来,品牌不断尝试线上线下一体化,线下门店更多去承担展示、体验功能,对于线上渠道占比较大的品牌而言,随着后期物流等相继恢复正常,所受影响相对更加可控,但一定区域的损失是不可避免的。”上述品牌总监说道。