

Fremtidens Rejsepolitik

Trends og udfordringer

Sund, Kristian J.

Publication date:
2016

Citation for published version (APA):
Sund, K. J. (2016). Fremtidens Rejsepolitik: Trends og udfordringer.

General rights

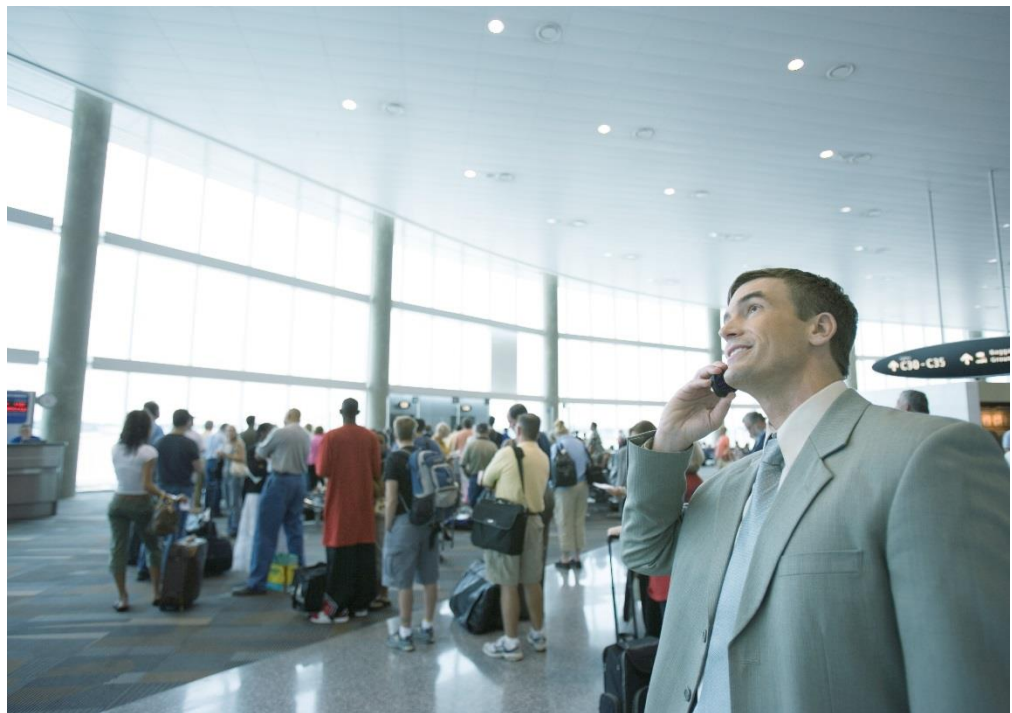
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact rucforsk@kb.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

FREMTIDENS REJSEPOLITIK



9/8/2016

Trends og udfordringer

I denne korte rapport diskuteres hvilke tendenser der kan have en indflydelse på fremtidens rejsepolitik, baseret på en undersøgelse gennemført af en gruppe studerende fra Roskilde Universitet i foråret 2016.

Fremtidens Rejsepolitik

TRENDS OG UDFORDRINGER

INDLEDNING

Hvilke tendenser gør sig gældende for fremtidens rejsepolitik, og hvilke udfordringer ses i travel management, i forhold til udarbejdelsen af en rejsepolitik? I samarbejde med DBTA har en gruppe studerende på Roskilde Universitet undersøgt udviklingen indenfor rejsepolitik i Danmark, med vejledning fra Kristian J. Sund, Lektor i strategi ved universitetet. Formålet var at kunne sige noget om nuværende trends.

Ved at gennemføre interviews med forskellige travel managers i danske virksomheder, samt rejsebureauer og leverandører, har det været projektgruppens intention, at tendenserne for fremtidig rejsepolitik skal forstås gennem disse personers forretningsmæssige erfaringer, meninger og holdninger. Hensigten med interviewene har derfor været, at spørge ind til deres retrospektive erfaringer omkring, hvad der tidligere har præget rejsepolitikker samt hvilke meninger og holdninger de har til fremtidig rejsepolitikker. Interviews omhandlede eksempelvis behov, dilemmaer, udvikling, medarbejderinddragelse, forventninger osv. Kodning blev anvendt til at dele interviewene efter temaer og for at se, om der er sammenhæng mellem disse temaer/tendenser. Travel managers fra følgende virksomheder blev interviewet: Tryg, Lundbeck, COWI, ALK-Abelló, Novo Nordisk, LEO Pharma. Yderligere blev topledere fra Carlson Wagonlit og American Express interviewet, og en produktchef fra DSB. Endelig blev en række rejsepolitikker gransket.

FORMÅL MED REJSEPOLITIKKEN

Vores respondenter indikerede tre hovedformål for en rejsepolitik. Det første er **optimering af rejseomkostninger**. Her handler det ikke nødvendigvis om en simpel minimering af disse omkostninger, men om at guide medarbejdernes adfærd i forhold til erhvervsrejser, både i bookingfasen og under selve rejsen. Formålet er altså at kunne holde styr på omkostningerne, og skabe transparens. Ligeledes blev det af flere respondenter påpeget at den rejsende repræsenterer virksomheden under rejsen, og at det forventes at der er en hvis kompatibilitet imellem rejseadfærd, og for eksempel etiske og CSR retningslinjer.

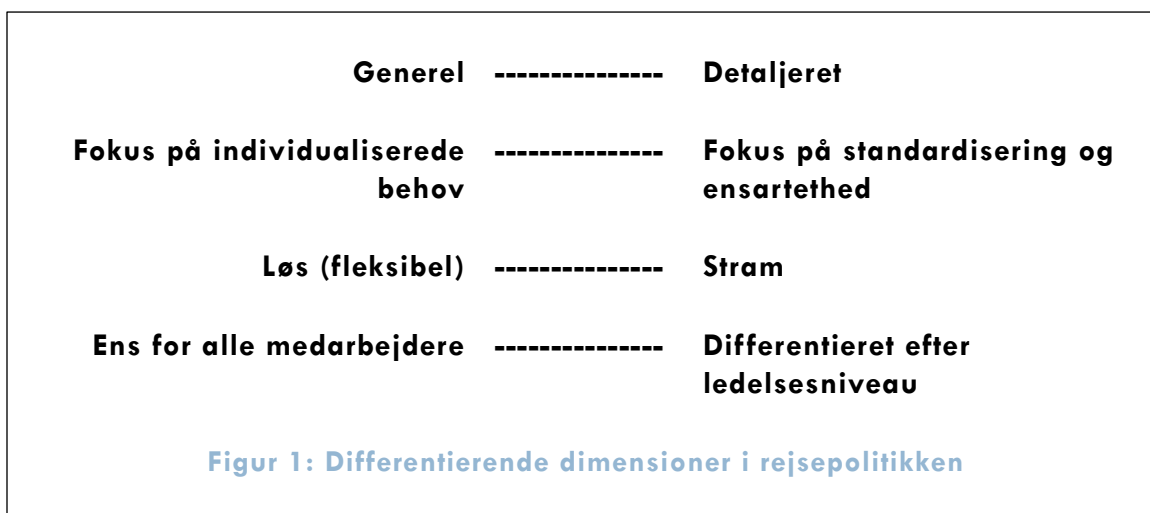
Det andet formål er **optimering af bookingprocessen**. Her handler det i høj grad om at minimere den tid medarbejderen skal bruge på planlægning, og sørge for at den optimale rejseplan bliver identificeret hurtigt og effektivt. Her spiller rejsebureauet, samt rejseportalen, en vigtig rolle. Ligeledes er der fokus på at godkendelse af rejser, rejseafregning, osv., gøres enkelt. Rejsepolitikken er her en guide for alle parter til at forstå hvordan rejsen skal bookes, gennemføres og rapporteres.

Det tredje formål med rejsepolitikken er **håndtering af risici**. Den rejsende skal være i stand til at evaluere risikoen forbundet med rejsen, og sikres hjælp hvis det bliver nødvendigt. Ligeledes ses det som vigtigt at den rejsende er i stand til at udføre sit arbejde optimalt når vedkommende er nået til sin destination. Vores

interviews med travel managers indikerede at de gennem deres virke har kendskab til, hvilke arbejdsvilkår medarbejderne har brug for, og hvilken betydning det har for deres videre arbejde. Virksomhederne er interesserede i, at de fysiske behov er dækket hos deres forretningsrejsende. Dermed øges effektiviteten hos medarbejderne. Endelig er det værd at nævne at flere respondenter hentydede til at medarbejderens adfærd under rejsen gerne må afspejle organisationens kultur og værdier generelt.

ALSIDIGHED I REJSEPOLITIKKER

Rejsepolitikkerne gruppen undersøgte viste sig at være meget forskellige. Nogle var korte og generelle, mens andre var meget længere og mere detaljerede. Tendensen ser ud til at være at gå mod en strammere politik, men der er stadig et stort spænd, som ses på en række dimensioner. Disse dimensioner ses i figur 1.



AKTUELLE TRENDS

Igennem vores undersøgelse har vi identificeret en række tendenser. Vi har grundet metoden ikke kunnet kvantificere eller rangere disse, hvorfor nogle tendenser måske i virkeligheden vil være vigtigere end andre. Nogle tendenser vil ses hos mange virksomheder, nogle måske kun hos få. Disse trends skal altså ses som et første forsøg på at identificere relevante trends.

- Trend 1:** Øget brug af firmakort. Obligatorisk brug af et kreditkort udstedt i virksomhedens navn muliggør en bedre kontrol, samt tilknytning af f.eks. rejseforsikring.
- Trend 2:** Automatisk kontrol. Store virksomheder specielt gør brug af de af rejsebureauers tilbudte muligheder for at kontrollere om individuelle rejser ligger indenfor de grænser som er defineret i rejsepolitikken. På denne måde outsources kontrolfunktionen.
- Trend 3:** Mere regelmæssig (løbende) opdatering af rejsepolitikken. Hvor denne førhen kunne fungere uændret over flere år, ses en mere løbende opdatering, og med indflydelse af flere aktører – både ledelse og medarbejdere. Medarbejderinvolvering blev i øvrigt nævnt som en klar trend.

- Trend 4:** Bonuspoints til medarbejderen. Eventuelle bonuspoints eller andre goder går i dag til medarbejderen. Dette ses fra arbejdsgiverens side som en måde at belønne medarbejderen.
- Trend 5:** Isomorfi inden for rejsepolitikker. I stigende grad kopierer virksomheder hinandens rejsepolitikker, således at disse i stigende grad ligner hinanden. Rejsebureauerne spiller til dels en rolle i denne udvikling.
- Trend 6:** Globalisering af politikker. Specielt for større internationale virksomheder ses der en tendens til at harmonisere rejsepolitikken lande imellem. Dette for at undgå forskelsbehandling når medarbejdere fra forskellige lande samarbejder.
- Trend 7:** Færre særftaler. Hvor særftaler med f.eks. flyselskaber var normen for få år tilbage, er dette mindre tilfældet i dag. Virksomhederne lader hellere konkurrencen spille mellem udbydere således at hver enkelt rejse bliver optimeret i forhold til omkostninger.
- Trend 8:** Hotelomkostninger vægter højere. Før vægtede transportomkostningerne meget i det samlede regnskab, hvor det i stigende grad er hotel og mad som vægter i dag.
- Trend 9:** Mindre forhandlingskraft til medarbejderen. På trods af at medarbejdere er mere involverede i udviklingen af rejsepolitikken, står den individuelle medarbejder svagere i forhold til at omgås politikken. Overtrædelser af politikken sker dog regelmæssigt.
- Trend 10:** Tidligere booking. I stigende grad bedes forretningsrejsende om at booke deres rejser så tidligt som muligt.
- Trend 11:** Travel management en del af indkøb. I takt med den højere automatisering og digitalisering, og brugen af eksterne bureauer, mindskes travel managers rolle, som i højere grad fusioneres med indkøbsfunktionen i virksomhederne.
- Trend 12:** Det menneskelige touch mindskes. I takt med automatiseringen, bliver det mere sjældent at den rejsende kontakter en travel manager, administrativ medarbejder, eller bureaumedarbejder direkte. Booking og afregning sker direkte igennem online portaler.
- Trend 13:** Øget tracking. Virksomheder er i højere grad i stand til at identificere hvor medarbejdere befinder sig på et pågældende tidspunkt.
- Trend 14:** Usikkerhed omkring deleøkonomien. Deleøkonomi fører for eksempel til muligheden for brug af Uber og AirBnB. Disse ses af virksomhederne som et tvivlsomt alternativ. På den ene side kan der være muligheder for omkostningsbesparelser, men på den anden er der risici forbundet. Den rejsende kan stå mindre sikret end hvis taxa og hoteller benyttes.

Medvirkende studerende:

*Jean Aime Bangurambona, Belal Iqbal, Hülya Özcan,
Frederik Egekær Thomsen, Amanda Æbelø*
