



Liiketoiminta-analytiikan professori, Oulun kauppakorkeakoulu, Martti Ahtisaari Instituutti

Liiketoiminta-analytiikan professorin
perustaminen auto- ja kuljetusalan
sekä liikenteen tulevaisuuden
ratkaisujen
ja vihreän siirtymän edistämiseen

Yleiskuvaus

Oulun yliopisto perustaa kauppakorkeakouluun liiketoiminta-analytiikan professorin, jonka erikoisalana on auto- ja ajoneuvoalan digitalisaatio, digitaalisten palvelualustojen analytiikka ja vihreä siirtymä. Professorin tehtäviin kuuluvat alan tutkimus, opetus ja yhteistyö liike-elämän ja yhteiskunnan eri tahojen kanssa.

Professorin perustaminen on jatkoa pitkäaikaiselle yhteistyölle Autoalan keskusliiton ja autoalan ammatillisen kehittämissäätiön kanssa ja sen valmistelussa on kuultu autoalan edustajien toiveita ja näkemyksiä tutkimusyhteistyöstä ja tulevaisuuden osaamistarpeista.

Professorilla vahvistetaan Oulun yliopiston monialaista toimintaa autoalan tutkimuksessa ja koulutuksessa ja lisätään ajoneuvojen ja liikenteen turvallisuutta erityisesti liitettävyyteen, digitalisaation ja sähköistymiseen liittyvillä ratkaisuilla sekä edistetään ajoneuvojen ja moottoriliikenteen vihreää siirtymää.

Professori mahdollistaa konkreettisen hankeyhteistyön ja erilliset tilaustutkimukset eri auto- ja logistiikka-alan toimijoiden kanssa.



Yritysyhteistyö liiketoiminta- analytiikan kursseilla ja tutkimuksessa

- Yritystoimeksiantojen pohjalta tehtävät kurssit
- Kandityö tai gradu
- Market and competitor analysis (MCA)
- Customer analysis course (CA)
- Capstone course
- Tutkimusyhteistyö hankkeissa



MCA

MCA kurssilla tyypillinen toimeksianto on yritykselle tehtävä markkina- ja/tai kilpailija-analyysi yrityksen määrittelemästä tuotteen/palvelun kohdemarkkinasta. kyseessä voi olla paikallinen, koko Suomen kattava tai kansainvälinen markkina. Nämä toimeksiannot tehdään opiskelijoiden ryhmätöinä ja loppuraportit valmistuvat kurssin loppuun mennessä, eli helmikuun lopussa.

Yrityksiltä tarvittava panos:

- Toimeksiannon määrittelyyn, esimerkiksi tyyliin ”haluamme tehdä markkina- ja kilpailija-analyysin tuotteen X Pohjois-Suomen markkinoilta” . Kuvaukset tarvitaan syksyn aikana, jota ne saadaan kurssimateriaaleihin mukaan.
- Kun ryhmät toimeksiannoille on valittu, voisi olla hyvä pitää ryhmän kanssa palaverin jossa toimeksiantoa käydään tarkemmin läpi, esim. halutaanko fokusoida tutkimus johonkin tiettyyn kohderyhmään tai tiettyyn markkinasegmenttiin, tms.
- Harjoitustyön kuluessa ryhmäläisillä saattaa nousta esiin kysymyksiä toteutukseen liittyen, joten sähköpostitse tapahtuvaan yhteydenpitoon ryhmän kanssa kannattaa varautua.
- ohjaajan toivotaan osallistuvan kurssien loppuraporttien esitykseen ja/tai sopivan ryhmän kanssa omasta palaverista jossa tulokset käydään läpi



CBA

CBA -kurssilla keskitytään nimensä mukaisesti yrityksen määrittelemään asiakasanalyysiin. Tutkittavat teemat valitaan yrityksen tarpeen mukaisesti, eli selvitetään esimerkiksi asiakkaiden tarpeita, mistä asiakasarvo koostuu, verkkopalveluiden käyttökokemuksia, tuotteen/palvelun käyttöä, brändi-imagoa, tms.

- Ensimmäinen osa tehdään tammikuussa alkavalla CBA kurssilla. Tässä ensimmäisessä osassa ryhmät työstävät annetun tutkimusongelman ja siihen soveltuvan teoriataustan pohjalta kyselylomakkeen ja alustavan tutkimussuunnitelman (miten ja mistä aineisto on tarkoitus kerätä, mitä analysointityökaluja on tarkoitus käyttää, jne). Tämän ensimmäisen vaiheen (eli kurssin) kesto on tammi-helmikuu.
- Toinen osa, eli varsinaisen tutkimuksen toteutus tehdään maaliskuussa alkavalla Capstone - projektikurssilla. Työvaiheita ovat kyselylomakkeen validointi, aineiston kerääminen, analysointi ja tulosten raportointi. Tämän vaiheen kesto on maaliskuusta lokakuuhun. Tutkimus tehdään mahdollisimman kattavana tutkimuksena, tyypillisesti siis tehdään laaja kyselytutkimus ja tarpeen vaatiessa myös esim. laadullinen haastattelututkimus.

Yrityksen panos

- Toimeksiannon määrittelyyn, lyhyet toimeksiantokuvaukset syksyn aikana, jota ne saadaan kurssimateriaaleihin mukaan.



Capstone

- Kurssi suoritetaan projektimuotoisena, eli kullekin ryhmätyölle perustetaan oma projekti. Case yrityksen edustajan tulisi osallistua projektin johtoryhmätyöskentelyyn. Johtoryhmien kokouksia on yleensä 3 (projektin aloituskokous maaliskuussa/huhtikuussa, tilannekatsaus touko/kesäkuussa ja projektin päätöskokous lokakuussa). Kukin johtoryhmän kokous kestää tunnin. Yhteensä yhden ryhmän johtoryhmän kokouksiin menee siis Capstonen aikana n. kolme tuntia.
- Projektin kuluessa ryhmäläisillä saattaa jälleen nousta esiin kysymyksiä toteutukseen liittyen, joten sähköpostitse tapahtuvaan yhteydenpitoon ryhmän kanssa kannattaa varautua. Ryhmäläiset kuitenkin ohjeistetaan siten, että kaikki kysymykset tulevat ensin meille opettajille jotta yritysten edustajille asti tulevat kysymykset saadaan rajoitettua vain oleellisiin.



Autoala elää yhtä suurinta murroskauttaan ja tarvitaan uusia ratkaisuja ja toimintamalleja, jotta tarvittavat osaamis- ja koulutustavoitteet voidaan saavuttaa. AKL näkee Oulun yliopiston monitieteisenä yliopistona oikeana paikkana, jossa alan kehitystä ja koulutusta voidaan tutkia ja kehittää.



AUTOALAN KESKUSLIITTO

Tavoitteet

Tavoitteena on vastata autoalan murroksen, erityisesti digitalisaation ja sähköistymisen haasteisiin panostamalla data-analytiikkaan, tekoälyyn ja uusiin innovatiivisiin ratkaisuihin.

Professuurin, ja sen ympärille kasvatettavan tutkimusryhmän kautta tuotetaan uutta tietoa ja innovatiivisia ratkaisuja ajoneuvoalan liiketoimintaan ja liikenteen palveluiden kehittämiseen.

Tutkintomuotoisen koulutuksen kautta vastataan alan osaajatarpeisiin ja koulutetaan asiantuntijoita ajoneuvoalan ja liikenteen palvelukseen.

Tohtorikoulutuksella mahdollistetaan liiketoiminta-analytiikkaan tehtyjen panostusten mahdollisimman kokonaisvaltainen hyödyntäminen ja vaikuttavuus myös pitkällä aikavälillä.



Liiketoiminta-analytiikan professori



Liikenteen digitalisaatio ja sähköistyminen, sekä digitaalinen alustatalous avaavat uusia mahdollisuuksia vihreään siirtymään, mutta muuttavat samalla alan liiketoimintamalleja, -ekosysteemejä ja liiketoiminnan päätöksentekoa.

Erikoisalana auto- ja ajoneuvoalan digitalisaatio, digitaalisten palvelualustojen analytiikka ja vihreä siirtymä, tehtäviin kuuluvat alan tutkimus, opetus ja yhteistyö liike-elämän ja yhteiskunnan eri tahojen kanssa.

Tutkimusteemoja

- kuinka datan ja tekoälyn hyödyntäminen muuttavat auto- ja ajoneuvoalaa ja sen tulevaisuutta
- kuinka liikenteen sähköistymistä ja vihreää siirtymää tuetaan uusilla päätöksentekomalleilla ja -ratkaisuilla
- kuinka uudet viestintäteknologiat ja esimerkiksi autonomiset kulkuneuvot muuttavat auto- ja ajoneuvoalaa ja alan toimijoiden strategioita,
- millaisia uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja -rakenteita voi alalle syntyä
- kuinka auto- ja ajoneuvoala linkittyy ja vaikuttaa digitalisaation ja uusien teknologioiden, kuten digitaalisten alustojen ja niihin pohjautuvien palveluiden kautta muihin toimialoihin ja yhteiskunnan eri osa-alueisiin

Professorissa annettava opetus on osa Oulun kauppakorkeakoulun liiketoiminta-analytiikan opetusta. Professorilta edellytetään kansainvälistä tutkimusyhteistyötä, kilpaillun tutkimusrahoituksen hankkimista, ja tutkimustulosten aktiivista levittämistä professorin alan toimijoiden pariin alan kilpailukyvyyn ja vihreän siirtymän edistämiseksi.



Kustannukset yhteensä 2025-29

Professuuri, toimintamenot & kulut
120 k€/vuosi, 5 v

yht. 600 000 €
koossa 420 000 €

Resursointisuunnitelma

Säätiörahoitus
(5 x 40 000 €)

150 000 €

AKL/Ammatillisen koulutuksen edistämissäätiö
(5 x 30 000 €)*

150 000 €

Oulun yliopiston / tiedekunnan rahoitus
(5 x 30 000 €)*

150 000 €

Yritysrahoitus (5 x 20 000* €)

150 000 €

josta Vakuutusyhtiö x*

100 000 €

*rahoitus varmistettu



Yhteystiedot

Petri Ahokangas

Johtaja, professori, tulevaisuuden digitaalinen liiketoiminta
petri.ahokangasi@oulu.fi
p. 0294 48 7792

Sakari Jussi-Pekka

Yhteyspäällikkö
sakari.jussi-pekka@oulu.fi
p. 0294 48 4026



**OULUN
YLIOPISTO**