

Markkinapaikat osana yritysten omistajanvaihdosten ekosysteemiä

21.8.2026

Yrityksen ostajan ja myyjän kohtaaminen on yksi omistajanvaihdoksen nivelkohdista. Myyjä voi olla valmis luopumaan, ostaja voi etsiä sopivaa yritystä ja liiketoiminta voi olla elinkelpoista. Silti omistajanvaihdos ei etene, jos osapuolet eivät löydä toisiaan. Tässä kohtaa online-markkinapaikat tulevat kuvaan. Ne tekevät myynnissä olevia yrityksiä näkyviksi ja auttavat ostajia löytämään heille sopivia ostokohteita. Hyvä markkinapaikka ei ole pelkkä ilmoitustaulu. Se on osa omistajanvaihdosekosysteemiä, jossa näkyvyys, luottamus, asiantuntija-apu ja yrityksen myyntikunto kytkeytyvät toisiinsa.

REBTES-hankkeen ekosysteemikartoitukset osoittavat, että ostajien ja myyjien kohtaamiseen liittyvät rakenteet vaihtelevat huomattavasti eri alueilla. Joillakin alueilla on useita vakiintuneita online-markkinapaikkoja ja vahva markkinaehtoinen asiantuntijakenttä. Toisilla alueilla kohtaaminen perustuu enemmän neuvontaan, tapahtumiin, verkostoihin ja hankkeisiin. Etelä-Pohjanmaan näkökulmasta kiinnostavaa on juuri tämä ero: tarvitaanko yrityskauppojen edistämiseen ensisijaisesti enemmän digitaalisia alustoja vai parempaa kokonaisuutta, jossa yritys osataan valmistella ja esitellä sekä yrittäjä ohjata oikeiden toimijoiden luo?

Markkinapaikka ratkaisee löydettävyyden ongelmaa

Online-markkinapaikan ensimmäinen tehtävä on tehdä ostettava yritys löydettäväksi. Tämä kuulostaa yksinkertaiselta, mutta omistajanvaihdosten kannalta sillä on suuri merkitys. Ilman näkyvää markkinaa moni

mahdollinen ostaja ei tiedä, mitä olisi tarjolla, eikä moni myyjä saa käsitystä siitä, millaisessa ympäristössä omaa yritystä voisi tarjota ostettavaksi.

Toimiva markkinapaikka voi lisätä omistajanvaihdosmarkkinoiden dynamiikkaa kolmella tavalla. Se kokoaa myytäviä yrityksiä yhteen paikkaan, tekee yrityksen ostamisesta näkyvämmän vaihtoehdon yrittäjäksi ryhtymiselle ja antaa ostajille mahdollisuuden vertailla kohteita. Samalla se voi madaltaa kynnystä ottaa ensimmäinen askel: ostajan ei tarvitse heti sitoutua neuvotteluihin, vaan hän voi ensin hahmottaa markkinaa ilman suoraa kontaktia.

Myyjälle markkinapaikka tarjoaa kanavan, mutta ei vielä ratkaisua. Yritys ei muutu ostettavaksi sillä, että siitä julkaistaan ilmoitus. Ostajan näkökulmasta olennaista on, mitä ilmoituksen takaa löytyy: onko liiketoiminta kannattavaa, ovatko luvut ymmärrettäviä, jatkuvatko asiakassuhteet, onko yritys riippuvainen nykyisestä yrittäjästä ja onko hintapyyntö realistinen. Jos nämä kysymykset jäävät avoimiksi, näkyvyys ei muutu kiinnostukseksi.

Siksi markkinapaikan arvo riippuu sen ympärillä olevasta ekosysteemistä. Mitä paremmin yrittäjää autetaan valmistautumaan myyntiin, sitä paremmin markkinapaikka toimii. Hyvä ilmoitus kertoo mitä myydään, miksi kannattaa ostaa, millaiselle ostajalle sopii ja miksi myydään. Tavoitteena on, että oikea ostaja osaa ottaa yhteyttä. Mitä luotettavampi asiantuntijaverkosto ostajan ja myyjän ympärillä on, sitä todennäköisemmin ensimmäinen kontakti etenee selvityksiin, neuvotteluihin ja lopulta kauppaan.

Alankomaat näyttää markkinan voiman ja sen rajat

REBTES-kartoituksissa Alankomaat erottuu alueena, jossa markkinaehtoinen ostajien ja myyjien kohtaaminen on pitkälle kehittynyttä. Käytössä on useita online-markkinapaikkoja ja yrityskauppaan erikoistuneita palveluja, kuten MKBase, Bedrijventekoop.nl, Overnameadvies.nl, Brookz ja Marktlink. Osa palveluista toimii ennen kaikkea ilmoitus- ja hakualustoina, osa yhdistää digitaalisen näkyvyyden yrityskaupan neuvontaan, välitykseen ja analytiikkaan.

Tämä kertoo kypsästä markkinasta. Ostettavia yrityksiä voidaan etsiä verkosta, palveluja on erikokoisille yrityksille ja yrityskauppa näyttäytyy yhtenä normaalina yrittäjyyden ja kasvun väylänä. Markkinapaikkojen määrä lisää vaihtoehtoja, ja ostajan on helpompi hahmottaa, millaisia yrityksiä on tarjolla.

Samalla Alankomaiden esimerkki osoittaa, ettei laaja markkinapaikkakenttä yksin muodosta toimivaa omistajanvaihdosekosysteemiä. Utrechtin alueella ei REBTES-kartoituksen mukaan ole pysyvää alueellista omistajanvaihdosten koordinaatiorakennetta. Toimijoita on paljon, mutta kokonaisuus voi yrittäjän näkökulmasta jäädä hajanaiseksi. Tämäkin on tärkeä muistaa: markkina voi olla aktiivinen, vaikka ekosysteemi ei olisi selkeästi johdettu.

Alankomaiden malli ei siis tarjoa yksinkertaista vastausta, mutta se tekee yhden asian näkyväksi: Kun markkinapaikkoja on paljon ja ne ovat tunnettuja, yritysten ostaminen ja myyminen on helpompi nähdä normaalina toimintana.

Etelä-Pohjanmaalla kohtaaminen ei ole vain digitaalista

Suomessa yrityksiä voi etsiä verkosta useiden palvelujen kautta. Myytäviä yrityksiä löytyy esimerkiksi Yrityspörssistä, Firmakauppa.fi-palvelusta ja Suomen Yrityskauppojen kanavista (Yrityspörssi, i.a.; Firmakauppa, i.a.; Suomen Yrityskaupat, i.a.). Nämä palvelut ovat valtakunnallisia, mutta niiden kautta voidaan hakea myös Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevia yrityksiä. Esimerkiksi Firmakaupassa oli elokuussa 2026 yli 1400 myynti-ilmoitusta ja niistä 52 ilmoitti sijaintipaikakseen Etelä-Pohjanmaan. Osa palveluista yhdistyy yritysvälittäjien työhön, jolloin markkinapaikka ei ole pelkkä avoin ilmoitusalusta, vaan osa välitys- ja neuvontaprosessia.

Etelä-Pohjanmaan erityispiirre on kuitenkin se, että online-markkinapaikat toimivat rinnakkain vahvan neuvonta- ja asiantuntijarakenteen kanssa. Alueella on vakiintunutta omistajanvaihdosneuvontaa, alueellinen omistajanvaihdosfoorumi, Yritysmarkkinat -tapahtuma sekä ostajien ja myyjien muita kohtaamisia. Etelä-Pohjanmaan näkökulmasta online-markkinapaikat eivät siis ole irrallinen ratkaisu, vaan yksi kohtaamisen kanava muiden joukossa. Ne antavat ostokohteille näkyvyyttä, mutta alueellinen ekosysteemi voi auttaa ratkaisemaan sen, mitä tapahtuu ennen näkyvyyttä ja sen jälkeen.

Ennen ilmoittamista yrityksen on oltava riittävän myyntikuntoinen. Ilmoituksen jälkeen tarvitaan yhteydenottojen käsittelyä, luottamuksen rakentamista, taloustietoa, arvonmääritystä, rahoituksen selvittämistä ja osaamista neuvotteluihin. Tämä tekee online-markkinapaikoista Etelä-Pohjanmaalla ennen kaikkea täydentävän kanavan. Se voi tuoda ostokohteen näkyviin, mutta alueellinen ekosysteemi ratkaisee, onko yritys valmisteltu siten, että ostajan kiinnostus voi edetä yrityskaupaksi.

Kroatiassa digitaaliset kanavat ovat olemassa, mutta markkina on vielä hajanainen

Kroatian esimerkki täsmentää hyvin, mistä online-markkinapaikkojen kehittämisessä on kyse. Kyse ei ole vain siitä, onko verkossa yksittäisiä kanavia, joissa yrityksiä voidaan ilmoittaa myytäväksi. Kroatian kartoituksen mukaan tällaisia alustoja ja välityssivustoja on olemassa, mutta ne toimivat hajanaisesti. Ne eivät ole keskitettyjä, laajasti tunnettuja tai osa virallisesti tuettua kansallista kohtaamisstrategiaa.

Kroatiassa ei siten ole täysin institutionalisoitua julkista online-markkinapaikkaa, joka olisi omistettu nimenomaan pk-yritysten omistajanvaihdoksille. Yksityiset alustat ja välityssivustot voivat tuoda yrityksiä näkyviin, mutta niiltä puuttuu vahva institutionaalinen tuki ja kansallinen näkyvyys. Tärkeä edistysaskel on CEPRAn (Centre for Family Businesses and Business Transfer) kehittämä biznis-transfer.com -alusta, joka on yksi ensimmäisistä jäsennellyistä yrityksistä rakentaa omistajanvaihdoksiin keskittyvä digitaalinen markkinapaikka Kroatiassa. Senkin osalta kartoitus kuitenkin toteaa, että alustan tavoittavuus ja markkinaläpäisy ovat vielä rajallisia.

Tämä tekee Kroatiasta kiinnostavan vertailukohdan. Digitaalinen kanava voi olla olemassa, mutta jos sen

käyttö ei ole vakiintunutta, näkyvyys on rajallista ja kytkentä neuvontaan, välittäjiin ja julkiseen tukirakenteeseen jää heikoksi, kohtaanto on edelleen haavoittuvaista. Kroatiassa tätä aukkoa on paikattu myös tapahtumilla: BIZ-BUY-SELL -tilaisuudet Rijekassa ja Zagrebissa tarjosivat vuonna 2024 rakenteistetun mahdollisuuden ostajien ja myyjien kohtaamiseen. Ne osoittavat, että ekosysteemissä on aktiivisuutta, mutta toiminta on vielä episodimaista eikä täysin systeemistä.

Markkinapaikan pitää tuottaa luottamusta, ei vain liikennettä

Online-markkinapaikan laatua ei kannata arvioida vain ilmoitusten määrän perusteella. Tärkeämpää on se, millaista luottamusta markkinapaikka synnyttää. Hyvä markkinapaikka auttaa ostajaa arvioimaan kohdetta riittävän realistisesti ja auttaa myyjää tuomaan yrityksen esiin tavalla, joka ei paljasta liikaa mutta kertoo kuitenkin olennaisen.

Luottamus syntyy useasta tekijästä: ilmoitusten laadusta, taustalla olevasta asiantuntijatyöstä, selkeistä prosesseista, luottamuksellisuuden hallinnasta sekä siitä, että ostaja ja myyjä tietävät, miten edetä ensimmäisestä kiinnostuksesta seuraavaan vaiheeseen. Yrityskaupassa myytävänä on tuleva tuloksentekokyky. Siksi ostaja tarvitsee perustellun käsityksen siitä, mitä on ostamassa.

Tässä kohtaa markkinapaikka ja asiantuntijapalvelut kytkeytyvät toisiinsa. Tilitoimisto voi auttaa taloustiedon ymmärrettäväksi tekemisessä. Yritysvälittäjä voi arvioida ostajaprofiileja ja neuvotteluasetelmaa. Yritysneuvoja voi ohjata prosessin alkuvaiheessa. Rahoittaja arvioi kaupan toteuttamiskelpoisuutta. Juristi ja verotuksen asiantuntija varmistavat, ettei toteutus kaadu sopimuksellisiin ongelmiin.

Toimiva markkinapaikka tekee muun työn näkyvämmäksi

Online-markkinapaikka ei yksin muodosta omistajanvaihdosekosysteemiä. Se ei korvaa neuvontaa, rahoitusta, arvonmääritystä, verosuunnittelua, yritysvälitystä eikä yrittäjän omaa valmistautumista. Silti toimiva markkinapaikka vahvistaa koko ekosysteemiä: se tarjoaa ostajille paikan aloittaa, myyjille konkreettisen kanavan ja asiantuntijoille näkyvän markkinan, josta keskustella. Parhaimmillaan digitaalinen alusta tuo markkinaan näkyvyyttä, ja alueellinen ekosysteemi tuo siihen valmistelun, luottamuksen ja toteutuskyvyn.

Etelä-Pohjanmaalla tämä tarkoittaa, että online-markkinapaikkoja kannattaa tarkastella yhdessä omistajanvaihdosneuvonnan, yritysvälittäjien, tilitoimistojen, rahoittajien ja kehittämisyhtiöiden kanssa. Yritys ei tarvitse vain paikkaa, jossa se ilmoitetaan myytäväksi, vaan palveluita, joiden avulla siitä tehdään ostettava.

Artikkeli kuuluu sarjaan, joka käsittelee REBTES-hankkeen ekosysteemikartoituksia. Niissä tarkasteltiin Etelä-Pohjanmaan lisäksi Flanderia Belgiassa, Kroatiaa, Sloveniaa, Ivano-Frankivskin aluetta Ukrainassa sekä Utrechtin aluetta Alankomaissa. REBTES – Developing Regional SME Business Transfer ecosystems on SEAMKin vetämä Interreg Europe -hanke. Ekosysteemikartoitukset kokonaisuudessaan kattava julkaisu

ilmestyy syksyllä 2026.

Sarjassa aiemmin ilmestyneet artikkelit:

Yrityksen omistajanvaihdos alkaa herättelystäYritysten omistajanvaihdosten herättelyn hyvät käytännöt EuroopassaYritysten omistajanvaihdosekosysteemi syntyy yhteistyöstäOmistajanvaihdokset näkyviksi tilastoin ja tutkimuksinYrityksen omistajanvaihdos tarvitsee ostajan lisäksi rahoituksenYritysvälittäjät auttavat ostajaa ja myyjää löytämään toisensa**Anmari Viljamaa**
Tutkijayliopettaja
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Juha Tall
Asiantuntija, TKI
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Tiina Nieminen
Aluekehittäjä
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Lähteet

Firmakauppa.fi. (i.a.). *Myytävät yritykset Etelä-Pohjanmaalla*. Haettu 28.5.2026, https://www.firmakauppa.fi/fi/myytavat-yritykset/etela-pohjanmaa/

Suomen Yrityskaupat. (i.a.). *Myytävät yritykset*. Haettu 28.5.2026, https://www.yrityskaupat.net/fi/myytavat-yritykset/

Yrityspörssi. (i.a.). *Myytävät yritykset Etelä-Pohjanmaa*. Haettu 28.5.2026, https://www.yritysporssi.fi/etela-pohjanmaa/yritykset/