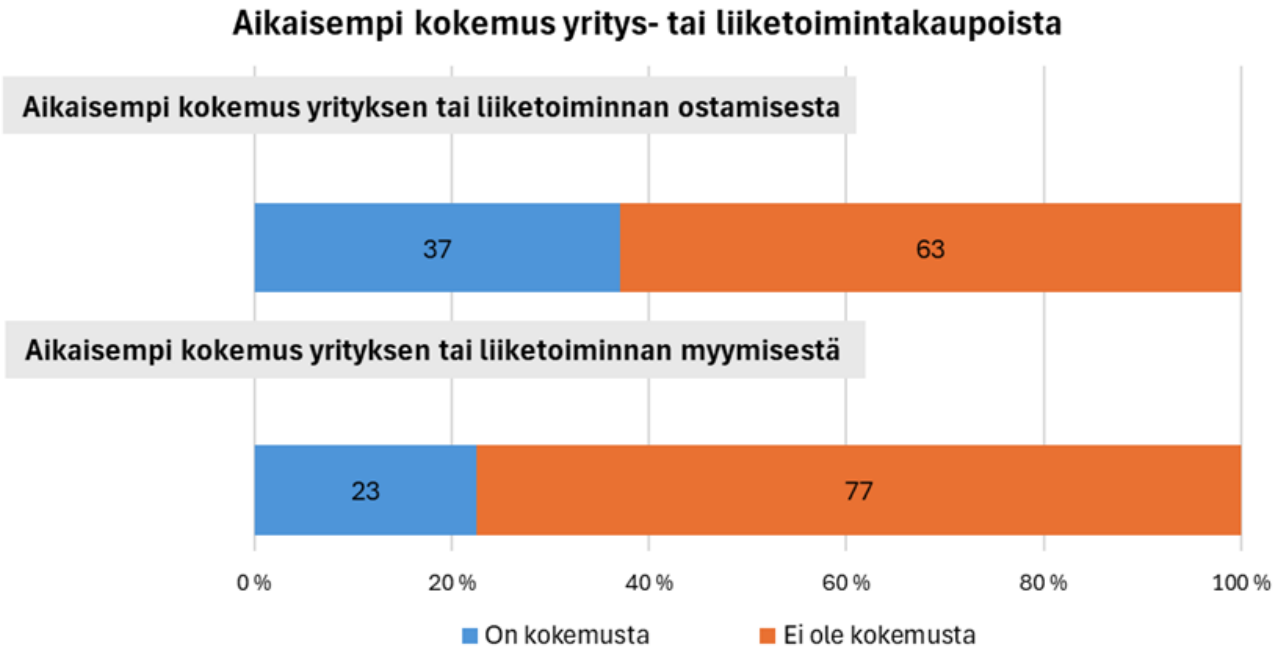


No miten meni? Yrittäjät yrityskaupoilla

18.12.2024

Miltä tuntuisi ostaa yritys? Tai kasvattaa omaa yritystä yrityskaupalla? Tai myydä oma pois?

Myös tätä tutkittiin vuoden 2024 omistajanvaihdosbarometrissa. Kaikista vastaajista 37 %:lla oli aiempaa kokemusta yrityksen tai liiketoiminnan ostamisesta ja 23 % puolestaan oli kokemusta yrityksen tai liiketoiminnan myynnistä (Kuvio 1). Edellisessä barometrissa vuonna 2021 kokemusta oli hieman harvemmalla (34 % ja 22 %), mutta erot eivät ole tilastollisesti merkitseviä.



Kuvio 1. Aiempi kokemus yritys- tai liiketoimintakaupoista. (Lähde: OV-barometrin aineisto, 2024).

Kokemusta yrityskaupoista useammin miehillä

Kokemus yrityskaupoista ei jakaudu tasaisesti. Miehillä (40 %) oli naisia (31 %) useammin kokemusta yritysostoista. Samaten naisilla oli miehiä harvemmin kokemusta yrityksen tai liiketoiminnan myynnistä (13 % vs. 27 %).

Myös vastaajan yrityksen toimialalla oli merkitystä. Eniten kokemusta yritysostoista oli teollisuusyrityksillä (45 %) ja vähiten puolestaan rakentamisen alan yrityksillä (24 %). Asiantuntijapalvelujen alalla 35 %, muiden palvelujen alalla 39 % ja kaupan alalla 36 % omasi kokemusta yritysostoista. Myyntikokemusta oli puolestaan toimialoista eniten asiantuntijapalveluita (28 %) tai teollisuutta (27 %) edustavilla vastaajilla ja vähiten rakentamisen (13 %) alaa edustavilla vastaajilla.

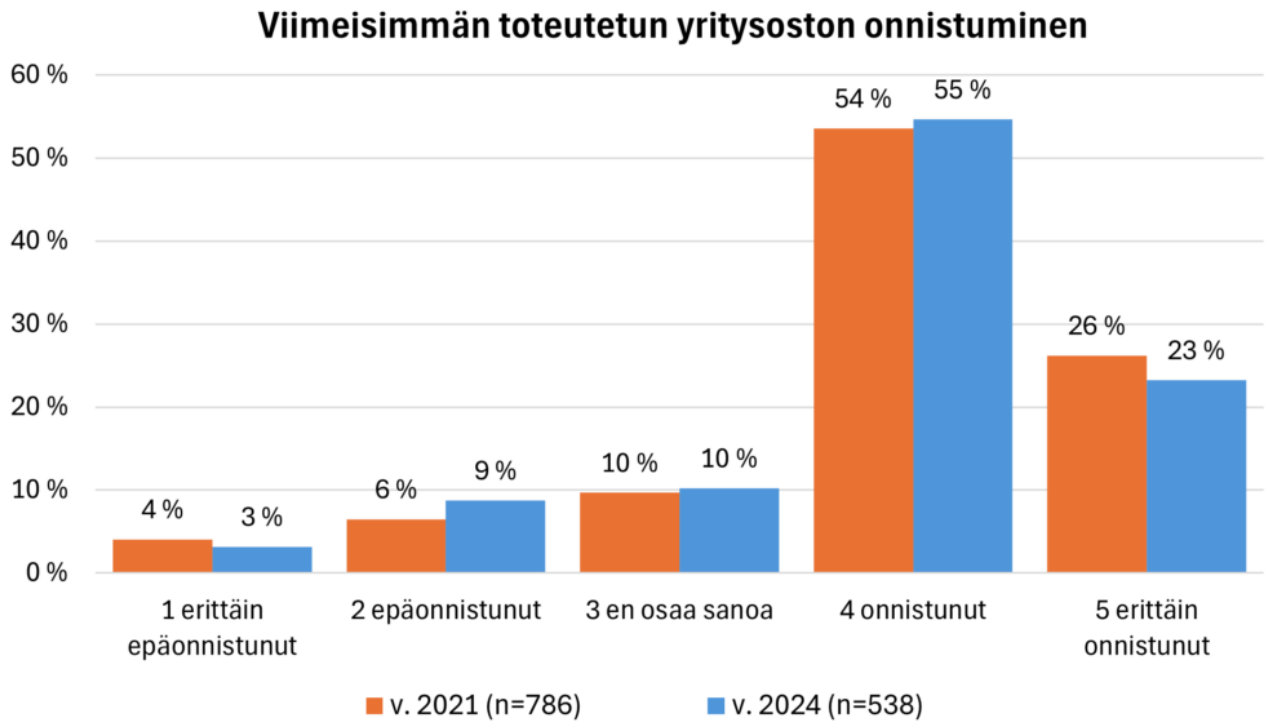
Yrityksen koolla oli suoraan yhteys aiempaan kokemukseen yritysostoista. Yli 20 henkeä työllistävistä 63 %:lla ja 11–20 henkeä työllistävistä 37 %:lla oli kokemusta yrityksen tai liiketoiminnan ostosta, kun taas yhden hengen yrityksistä vain 24 %:lla ja 2–4 henkeä työllistävistä 31 %:lla oli vastaavaa kokemusta. Toisin sanoen, mitä suurempi yritys, sitä todennäköisemmin yrittäjällä oli kokemusta yrityksen tai liiketoiminnan ostosta. Myös yrityksen tai liiketoiminnan myynnin osalta kokemusta oli useammin suuremmilla yrityksillä, joskin yhden hengen yrityksissä kokemusta myynnistä oli hieman useammin (20 %) kuin 2–4 henkeä työllistävissä yrityksissä (18 %). Eniten kokemusta oli kuitenkin yli 20 henkeä työllistävillä yrityksillä (37 %). Sekä osto- että myyntikokemuksen osalta kokoluokkien väliset erot olivat tilastollisesti erittäin merkitseviä.

Lisäksi havaittiin, että kaupunkialueiden yrityksillä (24 %) oli useammin myyntikokemusta kuin maaseutualueiden yrityksillä (19 %). Vastaavaa eroa ostokokemuksessa ei ilmennyt.

Kokemukset yritysostoista hyviä

Omistajanvaihdosbarometrissa tutkittiin myös yrittäjien kokemuksia yrityskaupoista, sekä ostoista että myynneistä: yrityskaupan tehneitä pyydettiin subjektiivisesti arvioimaan viimeisimmän toteutetun oston tai myynnin onnistumista.

Vuoden 2024 barometrissa yritysoston toteuttaneista 78 % piti viimeisintä toteutettua yritysostoa erittäin onnistuneena tai onnistuneena (Kuvio 2). Vastaajista 12 % piti viimeisintä yritysostoa erittäin epäonnistuneena tai epäonnistuneena, ja 10 % ei osannut sanoa. Kolme vuotta aikaisemmin toteutetussa barometrissa vielä hieman useampi oli tyytyväinen (80 %), mutta ero edelliseen tutkimukseen ei ole tilastollisesti merkitsevä.

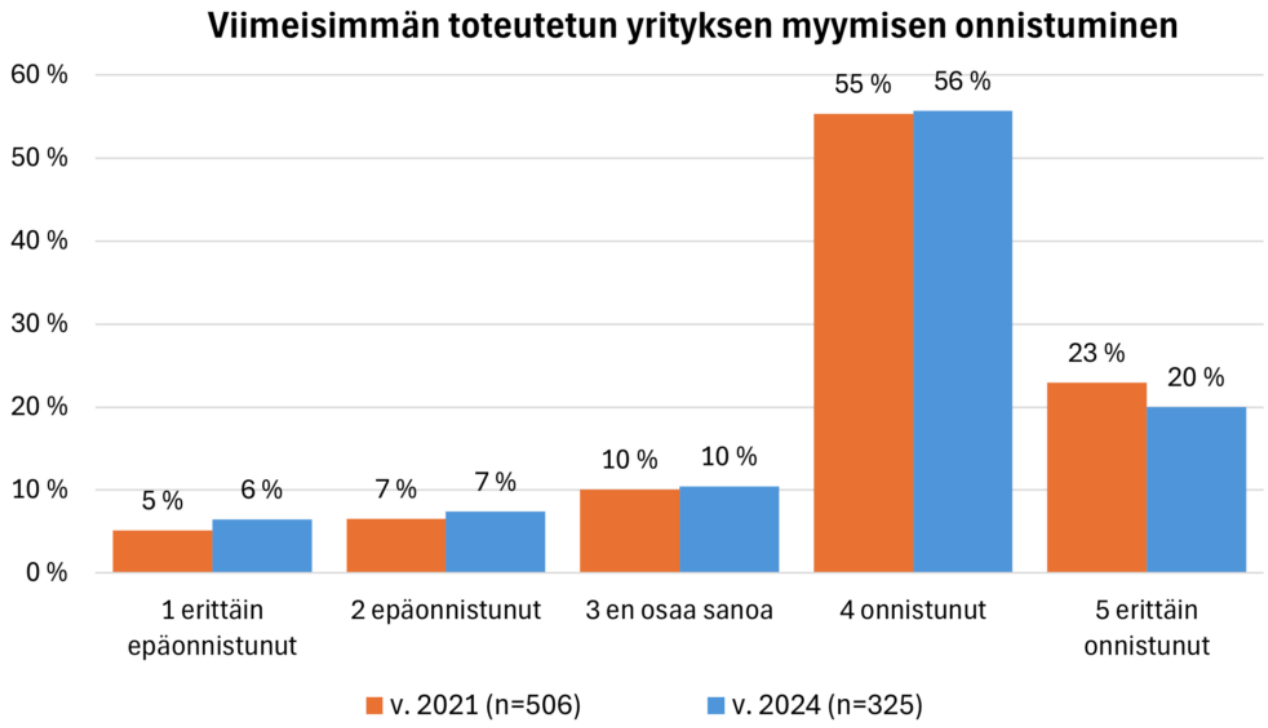


Kuvio 2. Tyytyväisyys viimeisimpään yritysostoon. (Lähde: OV-barometrin aineisto, 2021, 2024).

Myös myyjät tyytyväisiä kauppoihin

Yrityksen tai liiketoimintaa myynneistä kokemusta oli 329 vastaajalla. 76 % piti viimeisintä toteutettua myyntiä erittäin onnistuneena tai onnistuneena (Kuvio 3). Edellisessä barometrissa vuonna 2021 vastaava luku oli 78 %. Erot vuoden 2021 barometriin eivät ole tilastollisesti merkitseviä.

Kokonaisuutena ottaen pk-yrittäjien kokemukset myös yrityksen tai liiketoiminnan myynnistä ovat hyvin positiivisia. Vain 13 % piti viimeisintä toteutunutta myyntiä epäonnistuneena tai erittäin epäonnistuneena ja 10 % valitsi vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. (vuonna 2021: 12 %).



Kuvio 3. Tyytyväisyys viimeisimpään yrityksen myyntiin. (Lähde: OV-barometrin aineisto, 2021, 2024).

Pk-yritysten yrityskaupat onnistuvat jopa yllättävän hyvin

Yrittäjien tyytyväisyys pk-yrityksissä toteutuneisiin yrityskauppoihin on yleensä omistajanvaihdostutkimuksissa ollut jopa hämmästyttävän korkealla tasolla, 75–80 % välillä. Voi siis päätellä, että pääsääntöisesti pk-yritysten yrityskaupat onnistuvat.

Vaikka barometri ei kerro tyytyväisyyden syitä, niitäkin voi spekuloida. Tärkein syy luultavasti on se, että tarkastelussa ovat vain loppuun asti viedyt yrityskaupat. Läheskään kaikki alkuun päässeet neuvottelut eivät johda yrityskauppaan (Matalamäki ym., 2020). On myös esitetty, että pk-yritykset ovat suuria yrityksiä ketterämpiä vetäytymään prosessista, jos jokin alkaa epäilyttää (Weitzel & McCarthy, 2011), sillä omistajayrittäjille harkinta on omakohtaisempaa kuin suurten yritysten päättäjille.

Yrityskentän dynamiikan kannalta tilanne on joka tapauksessa hyvä: kun yrityskauppa toteutuu, se todennäköisesti myös onnistuu.

Omistajanvaihdosbarometrista

Syksyllä 2024 viidettä kertaa toteutettuun valtakunnalliseen omistajanvaihdosbarometriin osallistui 1 476 yritystä. Ensimmäinen barometri toteutettiin 2012 ja on sen jälkeen toteutettu kolmen vuoden välein. Barometrin tavoitteena on selvittää yrittäjien aikomuksia omistajanvaihdoksiin sekä yrittäjien kokemuksia jo

toteutetuista omistajanvaihdoksista. Lisäksi tarkastellaan omistajanvaihdosten ja kasvun välistä yhteyttä. Barometrin toteutti jälleen Seinäjoen ammattikorkeakoulu yhteistyössä Valtakunnallisen omistajanvaihdosfoorumin kanssa. Barometria ovat rahoittaneet TT-säätiö sekä Töysän Säästöpankkisäätiö.

Tämä artikkeli on 5. osa tuloksia kuvaavaa verkkolehtiartikkelien sarjaa. Aiemmat artikkelit:

Yrittäjät yrityskaupoilla: myyntikiinnostus kasvanut, ostokiinnostus ennallaanYrittäjäksi ryhtymisen tapa vaikuttaa siihen, haluaako yrittäjä omien lastensa jatkavan yritystäänYrityksen koko vaikuttaa merkittävästi yrityksen jatkuvuusnäkymäänYritysten jatkuvuusnäkymät parantuneet**KTT Anmari Viljamaa, KTT Elina Varamäki, KTT Sanna Joensuu-Salo**
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Lähteet

Matalamäki, M., Varamäki, E., Viljamaa, A., Tall, J., & Mäkelä, A.-M. (2020). Unsuccessful SME Business Transfers. *Journal of Enterprising Culture*, *28*(02), 121–146. https://doi.org/10.1142/S0218495820500065

Weitzel, U., & McCarthy, K. J. (2011). Theory and evidence on mergers and acquisitions by small and medium enterprises. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, *14*(2/3), 248. https://doi.org/10.1504/IJEIM.2011.041734

Yrittäjät yrityskaupoilla: myyntikiinnostus kasvanut, ostokiinnostus ennallaan