

Yrittäjät yrityskaupoilla: myyntikiinnostus kasvanut, ostokiinnostus ennallaan

17.12.2024

Yritysten ja liiketoimintojen myyminen ja ostaminen ovat olennainen osa yritysdynamiikkaa. Sekä ostoilla että myynneillä on myös yhteys kasvuun. Yrityskaupat ovat itsessään luonteva kasvustrategia kasvua tavoittelevalle yrittäjälle. Toisen yrityksen tai liiketoiminnan ostaminen myös mahdollistaa uusien ideoiden ja resurssien virtaa, mikä usein edistää innovaatioita ja tehokkuutta.

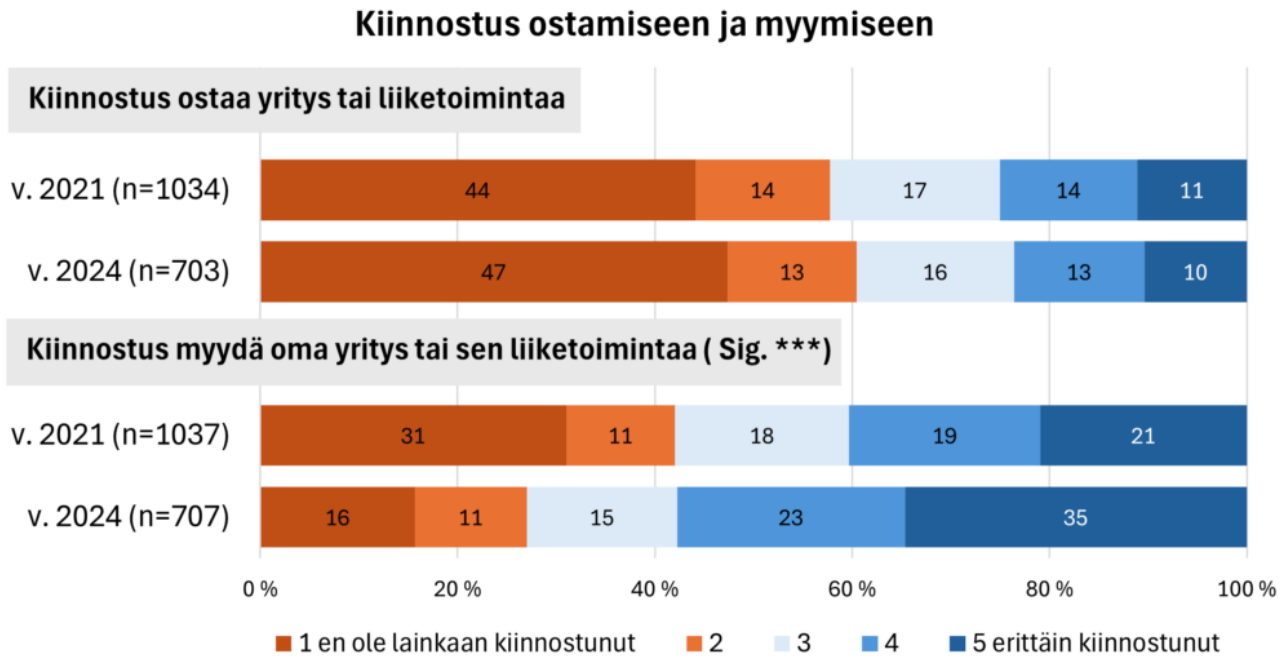
Liiketoimintojen myynti voi puolestaan auttaa fokusoimaan yrityksen strategisesti keskeisimpään liiketoimintaan tai asiakasryhmään. Luonnollisesti yrityksen myynti on myös mahdollisuus irrottautua liiketoiminnasta ja siirtyä uusiin haasteisiin vaikkapa uuden yritysidean kanssa.

Ostokiinnostus ennallaan

Osana vuoden 2024 valtakunnallista omistajanvaihdosbarometria tarkasteltiin perinteiseen tapaan yrittäjien kiinnostusta yritysten tai liiketoimintojen myyntiin tai ostamiseen. Osto- ja myyntikiinnostusta käsittelevät kysymykset esitettiin alle 60-vuotiaille yrittäjille, joita vastaajissa oli 783. Vastaavat kysymykset esitettiin myös vuoden 2021 barometrissa.

Vuoden 2024 barometrissa 23 % alle 60-vuotiaista yrittäjistä oli joko erittäin kiinnostunut tai hyvin kiinnostunut ostamaan yrityksen tai liiketoimintaa (Kuvio 1). Kolme vuotta aiemmin kiinnostuneita tai hyvin kiinnostuneita oli 24 %. Vastaajia, jotka eivät olleet lainkaan kiinnostuneita ostamisesta, oli puolestaan kolme

prosenttiyksikköä vähemmän kuin vuonna 2021. Erot eivät ole tilastollisesti merkitseviä, eli kiinnostus yrityksen ostamiseen on osapuilleen ennallaan verrattuna vuoden 2021 barometrin tulokseen.



Kuvio 1. Alle 60-vuotiaiden kiinnostus ostaa tai myydä yritys tai liiketoimintaa. (Lähde: OV-barometrin aineisto, 2024).

Ostamaan opitaan

Ostosta kiinnostuneita alle 60-vuotiaita yrittäjiä oli aineistossa 703. Heidän profiilinsa tarkentamiseksi ordinaalinen regressioanalyysi. Sen perusteella kiinnostusta ostaa yritys tai liiketoimintaa selittävät useat eri taustatekijät. Tärkein selittävä tekijä on ikä mutta käänteisesti: nuoremmat vastaajat ovat vanhempia kiinnostuneempia ostamisesta. Toiseksi tärkein selittävä tekijä on aiempi ostokokemus. Toisin sanoen, yrittäjät, joilla on aiempaa kokemusta yrityksen tai liiketoiminnan ostamisesta, ovat siitä kiinnostuneempia jatkossakin. Tämä osoittaa, että ostamaan opitaan: jokainen yrityskauppa on samalla oppimisprosessi. Yhden onnistuneen kaupan jälkeen on helppo nähdä mahdollisuuksia myös uusissa yritysostoissa.

Kiinnostusta ostaa yritys tai liiketoimintaa selittävät myös kasvutavoitteet (yritys tavoittelee kohtalaista tai voimakasta kasvua. Yritysostot ovatkin luontevasti osa yrityksen kasvustrategiaa, ja myös hallitustyöskentelyn aktiivisuus selittää ostokiinnostusta. Huomionarvoista on, että myös sukupuoli (mies) selittää ostokiinnostusta. Tämä herättää kysymään, onko epäorgaaninen kasvu jollain tavalla maskuliiniseksi mielletty strategia, mutta käsillä oleva aineisto ei mahdollista syvempää analyysia tämän tekijän osalta. Ostokiinnostuksessa ei ollut eroa maaseutu- ja kaupunkialueilla sijaitsevien yritysten välillä.

Myyntikiinnostus kasvanut

Peräti 58 % vastanneista oli erittäin kiinnostuneita tai hyvin kiinnostuneita myymään yrityksensä tai sen liiketoimintaa. Vuoden 2021 tutkimuksessa myynnistä kiinnostuneita tai erittäin kiinnostuneita oli vain 30 %. Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Voikin todeta, että myyntikiinnostus on noussut huomattavasti alle 60-vuotiaiden yrittäjien keskuudessa. Barometri ei kerro mistä ero johtuu, mutta erilaisia syitä voi spekuloida. Viime vuosien synkänpuoleiset ajat taloudessa ovat saattaneet aiheuttaa ”taisteluväsymystä”, joka johtaa kasvavaan haluun luopua liiketoiminnasta. Toisaalta on myös mahdollista, että nuoremmat yrittäjät eivät lähtökohtaisestikaan ryhtyneet yrittäjäksi loppuiäkseen tai keskittyäkseen yhteen yritykseen. Työurat monimuotoistuvat myös yrittäjien taholla.

Myynnistä kiinnostuneita oli alle 60-vuotiaissa vastaajissa yhteensä 641. Myös heistä tehtiin ordinaalinen regressioanalyysi. Myyntikiinnostusta eli kiinnostusta myydä yritys tai liiketoimintaa selitti ensisijaisesti ikä, toisin sanoen vanhemmat vastaajat olivat nuorempia kiinnostuneempia myynnistä. Myyntikiinnostus on siis, kuten arvata saattaa, päinvastaisessa suhteessa ikään verrattuna ostokiinnostukseen.

Analyysissa havaittiin myös lievä vaikutus yrityksen sijainnilla: kaupunkialueiden yrittäjillä myyntikiinnostusta oli hieman enemmän kuin maaseutualueiden yrittäjillä ($p<0,05$). Syytä voi vain spekuloida. Yksi mahdollisuus on, että kaupunkialueilla yrittäjät tunnistavat enemmän muita mahdollisia vaihtoehtoja työmarkkinoilla tai muita mahdollisia liikeideoita. Maaseudulla vaihtoehtoja saattaa olla näköpiirissä vähemmän. Mahdollista on myös, että kaupunkialueilla katsotaan olevan enemmän ostajaehdokkaita ja siten kiinnostus myyntiin on suurempaa.

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 4. osa tuloksia kuvaavaa verkkolehtiartikkelien sarjaa. Aiemmat artikkelit:

Yrittäjäksi 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