

Valuation Värdebarometer har tagits fram av företaget Valuation Företagsvärderingars chefanalytiker Tomas Hjelström. Han har under lång tid arbetat med företagsanalys och företagsvärderingsfrågor och har en ekonomie doktorsexamen från Handelshögskolan i Stockholm.   
  
Värdebarometern är den första i sitt slag. Mätningen kan ses en konjunkturindikator för den svenska ekonomin i stort, men tar framförallt sikte på att undersöka hur de svenska småföretagen mår och hur värdetillväxten utvecklas långsiktigt.   
  
Den första upplagan av Valuation Värdebarometer publicerades i november 2014. Den gången jämfördes boksluten hos småföretagen per den sista december 2012 med boksluten från den sista december 2013. Undersökningen visade att den genomsnittliga värdetillväxten i småföretagen under 2013 var relativt god, 4,3 procent.

Den nya upplagan av Valuation Värdebarometer, alltså den andra i ordningen, granskar de aktiebolag som har brutna räkenskapsår och som redovisat sina bokslut 30 april, 30 juni och 31 augusti 2014. Boksluten från 2014 har jämförts med motsvarande bokslut under 2013. Resultatet visar på en fortsatt mycket stabil värdetillväxt bland de svenska småföretagen. Den genomsnittliga värdetillväxten var under den här perioden 7,6 procent, det vill säga till och med bättre än i den första värdebarometern. De huvudsakliga anledningarna till förändringen jämfört med den tidigare Värdebarometern är en hög grad av återinvestering av vinster i företagen samt en något annorlunda branschstruktur i den här gruppen av företag. Tillväxten är fortsatt måttlig men lönsamheten är stabil på en god nivå.

Den positiva utvecklingen bland småföretagen är intressant mot bakgrund av den låga räntenivån och inflationen i Sverige och i Europa som bidrar till att hålla nere den generella värdetillväxten i svenska företag. Värdebarometern visar att lönsamheten i företagen på det hela taget är god. Företagen som ingår i värdebarometern har i genomsnitt en mycket stark finansiell ställning. Soliditeten är mycket god, vilket innebär att de sammantaget har en bra beredskap för sämre tider. Det finns dock en betydande spridning när det gäller värdetillväxten mellan såväl olika kommuner som mellan olika län.

Eftersom de två upplagor av Valuation Värdebarometer som hittills publicerats mäter olika grupper av aktiebolag, är det viktigt att ta detta i beaktande vid en jämförelse. En kommun vars småföretag ökade värdetillväxten i den första barometern (kalenderår som räkenskapsperiod) kan ha minskat värdetillväxten i den andra barometern (brutna räkenskapsår). Och vice versa. Detta trots att de undersökta perioderna – helåret 2013 och april 2013 - april 2014, juni 2013 - 2014, augusti 2013 - augusti 2014 – delvis överlappar varandra. De ibland till synes tvära kasten i värdetillväxt kan bero på flera faktorer: sammansättningen av företag i de olika bokslutsperioderna, antalet företag i kommunen, samt företagens långsiktiga lönsamhets-, tillväxt- och soliditetsutveckling. Från om med den tredje värdebarometern (bolag med kalenderåret 2014 som bokslutsperiod) blir det möjligt att fullt ut jämföra utvecklingen av småföretagens värdetillväxt över tid även på kommunnivå.  
  
Företagen som ingår i Valuation Värdebarometer ska uppfylla fyra grundläggande kriterier. De ska vara aktiebolag, ha 1 – 49 anställda, en nettoomsättning som överstiger 250 000 kronor men understiger 92 miljoner kronor (10 miljoner euro) samt ha registrerat minst tre bokslut hos Bolagsverket. Den nu publicerade värdebarometern omfattar totalt 60 243 aktiebolag.   
  
Valuation Värdebarometer är alltså en sammanställning av de uppskattade värdena hos dessa drygt 60 000 småföretag. Valuation Företagsvärderingar i Sverige AB har använt en värderingsteknik som tar sin utgångspunkt i företagens eget kapital. Utöver detta görs en analys av företagens förmåga att genera värdeskapande vinster under en längre tid framöver. Värderingen bygger på företagets specifika historiska utveckling under ett antal år. Detta gör att kortsiktiga variationer i ett företags förmåga att leverera avkastning endast får en begränsad inverkan på värderingen. Värderingen tar vidare hänsyn till branschspecifika egenskaper hos företagen.   
  
Genom den valda värderingsmodellen tar den nya värdebarometern hänsyn till tre centrala delar i ett företags finansiella utveckling: företagets förmåga att skapa vinster, tillväxttakten samt viljan att återinvestera i företaget och därmed skapa en grogrund för framtida tillväxt. Interaktionen mellan de olika delarna är central för att förstå ett företags värde. Det gör att Valuation Värdebarometer ger en helhetsbild av företagens utvecklingskapacitet och förmåga att skapa den levande småföretagsamhet som är så viktig för sysselsättning och Sveriges framtid. Valuation Värdebarometer lyfter på det viset fram de olika komponenter som en företagsledning ständigt måste hantera. Kombinationen av de olika faktorerna ovan gör att Valuation Värdebarometer kan ses som en indikator på konjunkturen och på olika tendenser i den svenska ekonomin.   
  
Vi hoppas att den nya värdebarometern ska öka intresset för bolagsvärderingar allmänt. Vi hoppas också att förståelsen för de komplexa samband som gäller mellan tillväxt, lönsamhet och viljan att återinvestera ska bli större. Valuation Företagsvärderingar i Sverige AB har för avsikt att fortsätta att publicera Valuation Värdebarometer två gånger per år.

Valuation Företagsvärderingar i Sverige AB