

Valuation Värdebarometer har tagits fram av företaget Valuation Företagsvärderingar chefsanalytiker 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 har jämfört boksluten hos småföretagen per den sista december 2012 med boksluten från den sista december 2013. Undersökningen visar att den genomsnittliga värdetillväxten i småföretagen under 2013 var relativt god, 4,3 procent. Ändå bidrar den låga räntenivån och inflationen i Sverige och i Europa till att hålla nere den generella värdetillväxten i svenska företag. Värdebarometern visar att lönsamheten i företagen på det hela taget är god, även om den minskade något under 2013. Företagen som ingår i värdebarometern har i genomsnitt en mycket stark finansiell ställning. Soliditeten är också 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.

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 73 803 aktiebolag.

Valuation Värdebarometer är alltså en sammanställning av de uppskattade värdena hos dessa drygt 73 000 småföretag. Valuation Företagsvärderingar i Sverige AB har använt en värderingsteknik som tar sin utgångspunkt i företagets eget kapital. Utöver detta görs en analys av företagets förmåga att generera 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 företagets 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 publicera Valuation Värdebarometer två gånger per år.

Valuation Företagsvärderingar i Sverige AB