

Valuation Värdebarometer har tagits fram av företaget Valuation Företagsvärderingars 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 och presenteras nu för sjunde gången. Mätningen kan ses som 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 nya upplagan av Valuation Värdebarometer, alltså den sjunde i ordningen, granskar de aktiebolag som har kalenderår som bokslutsperiod och som redovisat sina årsbokslut den 30 april, den 30 juni och den 31 augusti under 2017. Boksluten från 2017 har jämförts med motsvarande bokslut under 2016. Resultatet visar på en vikande trend för de svenska småföretagens värdetillväxt. Den genomsnittliga värdetillväxten var under den här perioden 4,1 procent, det vill säga 1,5 procent lägre än i den föregående värdebarometern.

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 85 267 aktiebolag. 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 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 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 fortsättningsvis publicera Valuation Värdebarometer två gånger per år.

Valuation Företagsvärderingar i Sverige AB den 4 september 2018