

Marknadsvärdering av igång varande företag

För närvarande skrivs debattartiklar i våra dagstidningar om immateriella rättigheter och immateriella tillgångar. Regeringen har beslutat att satsa 80 Mkr på att "informera företagen" om den stora potential de sitter på.

Medvetenheten är fortfarande låg inom det här området. Det är nästan lika illa som under bank- och finanskrisen åren 1987-1993. Då slaktades runt 60 000 företag med cirka 400 000 arbetsplatser på grund av bankernas bristande kunskap och avsaknad av samhällsansvar. Hade bankerna haft den minsta förståelse för värdet av immateriella tillgångar, vilka finns i alla företag såväl stora som små, skulle flera tusen företag ha funnits kvar och kanske fortfarande generera både jobb och skatteintäkter.

Nedan redovisas ett försök att reda ut vad som skall ingå i en företagsvärdering för att komma fram till ett totalt marknadsvärde.

Totalt marknadsvärde

Alla professionella värderare känner till att det är helt uteslutet att fastställa ett företags marknadsvärde endast genom att analysera bokslut och balansräkning. Substansvärdet är inte ett mått på ett företags marknadsvärde. Marknadsvärdet består till runt 80 procent av immateriella tillgångar. De måste därför värderas seriöst och kontinuerligt utvecklas vidare. Grafisk överblick enligt bilaga och text nedan ger en god överblick över tillgångarna inom ett företag med egna produkter, tillverkade i egna fabriker, marknadsförda globalt via egna marknadsbolag som samarbetar med tillverkare (OEM), återförsäljare och mot slutkunder. Denna redovisning bygger på System 3R-koncernen från årsskiftet 1993/1994.

HuMan

HuMan, Human Management (mänskligt ledarskap), står för att människan sätts i förgrunden och tekniken i centrum. Ledare som inte först och främst tänker på människans möjligheter och begränsningar skall stanna i specialistrollen. Människan är vår viktigaste resurs och skall som sådan vårdas med ödmjukhet och respekt genom hela företagsstrukturen. Andan och kulturen i ett företag påverkar starkt företagets marknadsvärde.

HuTech

HuTech, Human Technology (mänsklig teknik), står för användar- och miljövänlig teknik. Det vilar ett stort ansvar på alla genom hela företagsstrukturen att värna om naturen och livsutrymmet för framtida generationer. All utveckling och produktion skall grundas på Reuse, Reduce and Recycle (3R). En etablerat och väl genomtänkt miljöpolicy ökar företagets marknadsvärde.

Materiella tillgångar

Byggnader

Fastigheter och mark har alltid ett värde. De kan avvecklas för andra ändamål till marknadsmässiga priser, anpassade efter tillgång och efterfrågan i en växlande konjunktur.

Lös hårdvara

Hit räknas all hårdvara som anskaffats för att tillverka produkterna och skeppa ut dem över världen. Allt från den mest avancerade, datoriserade, produktionsmaskinen till det enklaste handverktyget har ett högt marknadsvärde så länge de används i en lönsam produktion. Stängs fabriken och avveckling skall ske blir värdet avsevärt lägre, inte minst för de avancerade produktionsmaskiner som anskaffats för att tillgodose krav inom den egna tillverkningen.

Substansvärde - (skrotvärde)

När tillverkningen stängts av och de anställda lämnat företaget förlorar de materiella tillverkningsresurserna stort i värde och slumpas ofta bort för skrotvärdet. Ett igång varande företag kan aldrig förvärfas för substansvärdet om avsikten är att fortsätta driften.

Finanskapital

Aktiekapital

Aktiekapitalet representeras av bolagsstämman som är ägarnas språkrör. Att aktiekapitalet är intakt kontrolleras genom kontroll- och balansräkning. Föreligger inte goda marginaler för aktiekapitalet är det VD som ansvarar för att lämpliga åtgärder vidtas.

Bank, kassa

Företagets löpande likviditet kan med dagens datastöd avläsas löpande med stor precision och skall hålla god marginal för oförutsedda händelser och kostnader. Dessa poster påverkar inte mycket företagets marknadsvärde. Varje köpare av ett företag har sin egen lösning som anpassas till det egna finansiella läget och relationen till banker och långivare.

Justerat eget kapital

Detta innebär kontroll och uppföljning av det egna kapitalets ställning inför försäljning alternativt avveckling av verksamheten.

Immateriella tillgångar

Att skapa ett uthålligt företag kräver inte bara materiella tillgångar. Helt avgörande är de immateriella tillgångarna. För att utveckla dessa i ett helhetsperspektiv krävs inte bara gedigna kunskaper utan också en stor portion själ och hjärta samt samhällsansvar. De innovatörer, entreprenörer och företagsledare som misslyckas med att nå sina mål och

överleva finner oftast anledningen till detta i de immateriella tillgångarna. De har bristande förståelse för att de immateriella tillgångarna är kittet i sammanhållningen. Ett företag som brister i utveckling och anpassning av de immateriella tillgångarna tappar styrfart och går så småningom under.

De immateriella tillgångarna omfattar allt som inte är fysiskt gripbart och som länkar samman människa, maskin och datorkraft.

I ett renodlat legoföretag (underleverantör) utan egna produkter, utan marknadsorganisation och med ringa administration är de immateriella tillgångarna relativt begränsade. Det är annorlunda för ett företag med egna avancerade produkter, egen tillverkning, egen forskning och utveckling, internationell marknadsorganisation, avancerad infrastruktur med IT-stöd för administration, utveckling, public relation, personaladministration och så vidare. Där bedömer man att cirka 80 % av marknadsvärdet består av immateriella tillgångar.

Trots den stora skillnaden mellan det relativt enkla legoföretaget och det komplexa internationellt etablerade företaget med egna produkter och egen marknadsorganisation, så värderas emellanåt företagen efter samma principer, det vill säga efter en analys av balansräkningar och substansvärderingar. De immateriella tillgångarna blundar man då för helt avsiktligt. Man vill hålla nere företagets marknadsvärde och kunna göra det stora klippet och alla tänkbara knep tillgrips för att pressa ned värdet. Många gånger liknar det mer en tilltvingad affär som bygger på hästhandlarprinciper än på sakliga förhandlingar efter en riktigt genomförd due diligence. Denna form av affärsuppgörelse kan förhindras om man tar adekvat hänsyn till företagets immateriella tillgångar eftersom dessa representerar en så stor del av företagsvärdet för överlevnad och framsteg.

Strukturkapital

Strukturkapital är det immateriella kapital som finns kvar när de anställda gått hem för dagen och resurserna står intakta i väntan på morgondagen. Bland dessa tillgångar finns den etablerade marknadsrelationen och morgondagens potential, all mjukvara för produktion, administration och marknadsföring med mera, kort sagt allt som inte syns men är helt avgörande för den löpande verksamheten.

Kundkapital

Utan kunder finns ingen långsiktig verksamhet. Kunden är företagets viktigaste kapital och skall värderas och värnas därefter.

Kundpotential

Ingen verksamhet bör startas och utvecklas utan att det först har gjorts en grundlig analys av den framtida potentialen.

Kundrelationer

Kundrelationen får inte vila på endast en kund utan flera säljkanaler skall finnas för att öka riskspridningen vid växlande konjunkturlägen och förändringar i konkurrensläget. Relationer till återförsäljare och OEM-kunder skall säkras genom avtal.

Kundbas

En grundmurad och nöjd kundbas ger löpande försäljning till lägsta kostnad. Finns behovet globalt kan riskspridningen ökas genom att konjunkturläget oftast inte infaller samtidigt inom de tre blocken USA, Asien och Europa. Kundstocken skall vårdas väl för att i möjligaste mån leda till löpande försäljning utan aktiva säljinsatser.

Konjunkturläget

Under lågkonjunktur skall resurserna utnyttjas för att företaget ska stå rustat när konjunkturen vänder. Konjunkturläget skall löpande stämmas av för att undvika förhastad neddragning av humankapital, dvs de fast anställda medarbetarna. Dessutom skall det ske samverkan med finanskapitalet i god tid för att inte riskera att utsättas för riskkapitalister vilka ser möjligheter till ett klipp i företagets nödsituation.

Konkurrenter

Av absolut största vikt är att följa marknadsutvecklingen och inte sitta hemma i sin kammare och göra analyser i kristallkulan. En ny konkurrent kan från den ena dagen till den andra rasera värdet av det egna produktkonceptet och hota företagets framtid och marknadsvärde.

Marknadskapital

Marknadskapital innebär samtliga aktiviteter som görs för att bearbeta kundkretsen på kort och på lång sikt. Upprättande av strategier och mål för att säkra en långsiktig företagsutveckling är nödvändigt.

Produktkoncept

En förutsättning för ett uthålligt företag och tryggade arbetsplatser är löpande utveckling av produktkonceptet. Det behövs ständiga kompletteringar och förbättringar för att gå i takt med marknadens och kundernas behov. En löpande gallring i produktmixen hör till ett naturligt steg för att hålla produktkonceptet attraktivt.

Marknadsföring

Marknadsföring innebär att med en smart strategi och redaktionell ton skapa ett kommunikationsinnehåll som attraherar målgruppen. Detta ska göras via rätt kanal och med anpassning av innehållet för den särskilda kanalen och målgruppen. Kortfattat kan man säga att marknadsföring är strategisk målgruppsanpassning. Uttrycket används för att sammanfatta flera olika aktiviteter, inklusive personliga kontakter, där man mer fokuserar på mottagarens villkor än det företaget vill förmedla.

PR och SP

PR, Public Relations är främjande åtgärder som gagnar umgänget med kundkretsen. Hit hör sociala medier, säljmaterial, filmer, case stories mm.

SP, Sales Promotion är en sammanfattande benämning för olika säljfrämjande åtgärder. Hit hör till exempel personligt presentations- och föredragningsmateriel, butiksvideos, butiksmateriel, säljtävlingar, presentreklam och dylikt.

Utställningar

Deltagande i lokala, nationella och internationella fackutställningar är ofta nödvändigt för att synas och höras i den långsiktiga etableringen av företaget, varumärket och produktkonceptet.

Demokoncept

I direktkontakt med kundkretsen kan behövas ett komplett koncept av demoprodukter för att visa grundläggande principer som framhäver det egna produktkonceptet i konkurrens med alternativen.

Organisationskapital

Organisationskapital kan man säga innebär strukturer för det samlade värdet av företagets värdeskapande processer dokumenterade i mjukvara eller skriftliga dokument.

IT-struktur - (digitalisering)

En viktig del är en övergripande sammanställning av IT-strukturen (digitaliseringen) inom alla områden från konstruktion och utveckling via produktionsberedning, produktionsplanering, programmering av bearbetningsmaskiner och processer, leveransplanering, bokföring, löneadministration, säljplanering och så vidare.

Administration

En bra administration har skriftligt dokumenterat sådant som organisationsscheman, uppförandekod, allmängiltiga spelregler och gemensamma värderingar med mera.

Regelverk

Ett regelverk kan till exempel vara kvalitetssäkring enligt ISO för verksamheten gällande normer och villkor, med skyddsföreskrifter och dess implementering.

Innovationskapital

Innovationskapital är de samlade insatserna för forskning och utveckling med syftet att säkerställa ett uthålligt företagande i en snabbt föränderlig värld.

Forskning och utveckling

Har företaget en utvecklad organisationsstruktur för forskning och utveckling som är fristående från den löpande produktutvecklingen är detta en stor immateriell tillgång för att säkra den långsiktiga utvecklingen. I övrigt är det en stor immateriell tillgång om det finns en organiserad utveckling som löpande anpassar produktkonceptet för en snabbt föränderlig marknad.

Immateriella rättigheter - (IPR Intellectual Property Rights)

Immateriella rättigheter faller under begreppet immateriella tillgångar. Äganderätten till immateriella rättigheter är reglerad i lagen. Produktpatent, varumärken, företagsnamn, design, musik mm söker man skydd för hos patent- och registreringsverket eller direkt

till motsvarande instanser utomlands. Visst skydd av immateriella rättigheter kan uppnås genom inarbetning.

Företagsnamn

Ett företags framgång kan helt vila på det budskap namnet och logon förmedlar. Företagsnamnet skall förmedla positiva budskap och kunna kommuniceras inom alla världsdelar, på alla språk och passa alla religioner om produkterna är avsedda för en global marknad. Till exempel motsvarar företagsnamnet/varumärket System 3R, alternativt 3R, dessa krav och kan enkelt förmedla ett positivt budskap som fastnar i mottagarens minne.

Företagsnamnet/logon skall attrahera såväl kunder som anställda i den allt mera konkurrensutsatta världen. Skickliga och begåvade ungdomar lockas också till inarbetade företagsnamn som förmedlar positiva värden och budskap.

Varumärke - (Wikipedia)

"Ett varumärke är ett namn, en symbol eller ett tecken, som används för att identifiera produkter eller tjänster. Varumärken är en typ av immateriell tillgång. De är ofta skyddade genom ett varumärkesskydd eller helt enkelt genom att varumärket är känt av allmänheten. Varumärke har en grundläggande betydelse för individualisering av ett visst företags produkt och för dess marknadsföring. Märket blir härigenom bärare av produktens positiva intryck hos konsumenten."

Patent

Ett patent har inget värde som immateriell tillgång om det inte används för att skapa affärsvärde. Ett registrerat patent är en immateriell rättighet som skaparen har ensamrätt till i 20 år. Det blir en tillgång för skaparen först genom royaltyintäkter eller egen tillverkning.

Motivet för staten att ge ensamrätt i form av ett patent är att det ger incitament att skapa uppfinningar, som i sin tur kan komma konsumenterna och samhället till nytta. Ensamrätten gör det möjligt för en uppfinnare att få avkastning på sina investeringar i forskning och utveckling.

Humankapital

Personalens samlade kompetens, skicklighet, innovationsförmåga att lösa uppgifter är en oersättlig immateriell tillgång och ett företags största tillgång. Ofta sägs detta av många "moderna" företagsledare men det ska också upplevas så i medarbetarnas vardag.

Styrelse

En bolagsstyrelse tillsätts av bolagsstämman för övervakning och långsiktig styrning av företaget. Styrelsens sammansättning väljs med hänsyn till företagets verksamhet och inriktning. Bolagsstämman representerar ägarna.

5D Academy

VD/Ledningsgrupp

VD tillsätts av styrelsen. VD utser sin ledningsgrupp för den löpande verksamheten. VD och ledningsgruppen ansvarar för den löpande verksamheten och rapporterar till styrelsen.

Medarbetarna

Medarbetarna kunskap och erfarenheter i en löpande administration och produktion är företagets mest betydelsefulla immateriella tillgång och måste behandlas och bemötas med respekt, värdighet och omtanke. Det är nödvändigt för ett långsiktigt framgångsrikt företag.

HR

Human Resources, personalfunktionen, handlägger löpande personalfrågor och administration, ansvarar för anställningar och följer löpande upp medarbetarnas utveckling för en trygg och stimulerande anställning.

Kultur

HR-funktionen svarar för, tillsammans med hela företagsledningen, att en positiv företagskultur utvecklas och hålls levande såväl internt som mot omvärlden. Det krävs gemensamma grundvärderingar för en att skapa en positiv image som gagnar företagets överlevnad och utveckling.

Goodwill

Goodwill är en term inom företagsekonomi som betecknar värden i ett företag, vilka överstiger det bokförda värdet på företagets tillgångar och egna kapital. Vid köpet av ett företag kan goodwill förklaras av bland annat ett välkänt varumärke, kunskap, inarbetad kundkrets, företagskultur osv enligt exempel i texten nedan.

Februari 2017

5D Academy AB

Bilaga: Grafisk sammanställning Totalt marknadsvärde

5D Academy

