



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Vad krävs för att köpa ett företag?

kandidatuppsats VT2010

Seminariearbete kandidat i

Industrial and Financial Management

Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

vårterminen 2010

Handledare: Anders Axvärn

Författare: Daniel Olsson 830221-
Marcus Nord 810610-

Sammanfattning

Bakgrund: Inom de närmaste 5 åren planerar var fjärde småföretagare att dra sig tillbaka, detta innebär ungefär 60 000 företag eller 180 000 företag om även egenföretagarna räknas med. Detta beror på att 40-talisterna är en stor demografisk åldersgrupp och liksom de yngre 60- och 70-talisterna har de inte sålt av sina bolag i samma utsträckning. Vad som händer med dessa bolag är osäkert, en del har en färdig plan för generationsskiftet andra är mer osäkra på vad som kommer att ske, omkring 10 procent av småföretagen väntas läggas ner, ytterligare 25 procent har ingen plan för hur ägarskiftet kommer att ske. För att belysa läget ännu mer så säger sig 42 procent av landets småföretagare att de har som avsikt att dra sig tillbaka inom 10 år (Företagarna, 2009).

Detta ser inte alla som ett problem i sig utan det finns nu möjlighet att köpa sig ett företag istället för att starta eget.

Syfte: Syftet med vår uppsats har varit att ta reda på hur attityden mot oss studenter är från företagare. Hur de ställde sig till att vi är villiga att köpa 40-talisternas. Vi ville även se hur vår utbildning är anpassad till detta ändamål och vad som krävs för att finansiera ett köp.

Metod: Vi valde att göra kvalitativa intervjuer med företagsförmedlingar, Företagarnas riksorganisation, småföretagare och finansiärer för att undersöka hur köpprocessen går till hur finansiering löses och vilken attityd 40-talisterna har gentemot oss.

Slutsats: Vad vi kom fram till i analysen av vårt empiriska material är att det är en fördel med en examen när man kommer ut och är intresserad av att köpa ett företag. Dock behöver man en branschvana och ett sätt att kunna jobba sig in i ett företag som man är intresserad av att köpa. Den svåraste biten att lösa är det finansiella då det krävs ett stort eget kapital för att få köpa ett företag och detta har ökat sedan finanskrisen 2008.

Innehåll

1 Inledning.....	4
1.1 Bakgrund	5
1.2 Problemdiskussion	5
1.3 Syfte.....	6
1.4 Avgränsningar.....	6
2.1 Metod.....	7
2.1 Inledning.....	8
2.2 Praktiskt tillvägagångssätt.....	8
2.3 Kvalitativa intervjuer kontra kvantitativa.....	8
2.4 Datainsamling.....	8
2.4.1 Insamling av primärdata.....	9
2.4.2 Sekundärdata	10
2.5 Kritisk metodgranskning.....	11
3 Teori.....	13
3.1 Köpa eller grunda	13
3.2 Ägarbyte	13
3.3 Fundamentalanalys och värderingsmodeller	14
3.3.1 Strategisk analys.....	15
3.3.2 Redovisningsanalys.....	16
3.3.3 Finansiell analys.....	16
3.3.3.1 NUTDEL-metoden.....	16
3.3.3.2 Substansvärdemetoden	16
3.3.3.3 Relativvärderingsmodellen.....	17
3.3.3.4 Avkastningsvärdemetoden	17
3.3.3.5 Goodwill	18
3.4 Due Diligence.....	18
3.5 Sluta avtal	19
3.6 Finansiering	20
4 Emperi	21
4.1 När en företagsförsäljning kommer på tal	21
4.2 Hur en företagsvärdering går till	22

4.3 Problem vid ägarskifte.....	22
4.4 Generationsskiftesplanering	23
4.5 Finansiering	25
4.6 LBD.....	26
4.7 Operationella kontra Finansiella ägare	26
4.8 Köparens kunskaper om företagsvärdering	27
4.9 Mentorskap	27
4.10 Attityd till Studenter	28
4.11 Entreprenörskap.....	29
4.12 Riskkapitalavdrag.....	29
4.13 Företagsköp av student	29
5 Analys	30
5.1 Analys om när ett företag kommer ut till försäljning.....	30
5.2 Analys av företagsvärdering	31
5.3 Analys av problem vid ägarskifte.....	32
5.4 Analys av finansiering och förhandling	33
5.5 Operationella kontra Finansiella ägare	34
5.6 Analys av Mentorskap	34
5.7 Analys av attityd gentemot studenter och entreprenörskap.....	35
6 Slutsats	36
6.1 Slutsats med avslutande kommentar	36
6.2 Finansieringen	38
6.3 Diskussion.....	39
6.4 Vidare studier	39
Källhänvisning.....	40
Internetkällor.....	40
<i>Bilagor</i>	41

1 Inledning

Kapitlets syfte är att ge en inblick i arbetet. I bakgrunden ges en introduktion till hur det demografiskt går att dela upp företagare i Sverige. Detta mynnar sedan ut i en problemdiskussion där frågeställningen definieras.

1.1 Bakgrund

En onsdag i november 2004 tar Sveriges dåvarande finansminister Pär Nuder till orda på ett morgonmöte med SEB. ”*Detta köttberg av 40-talister som vi 60-talister ska föda...*” säger han och syftar på att de svenska medborgare som är födda på 1940-talet skall börja gå i pension (Aftonbladet 2004). Uttalandet fick mycket stort utrymme i media och uppskattades inte heller av dåvarande statsminister Göran Persson, född 1949. Pär Nuder må ha uttryckt sig vulgärt, men helt fel hade han inte. Enligt SCB väntas antalet pensionärer, alltså folk från 65 år och uppåt, att öka med 700 000 fram till år 2030 (Företagarna 2009). Detta kan jämföras med ökningen i åldern 0-19 med 125 000, och personer i arbetsför ålder, alltså 20-65, väntas öka med endast 40 000 (Företagarna 2009). Siffrorna bör naturligtvis iakttas med försiktighet då det är svårt att förutse barnafödande och invandring, men skulle det bli verklighet så väntar en stor demografisk förändring i Sverige de närmsta 20 åren.

Den förre finansministerns uttalande är bara ett i raden av många inslag av debatten om 40-talisternas pensionsgång. Men kanske är det den första stora motgången som drabbar denna omtalade åldersgrupp. De växte upp under en efterkrigstid där Sverige utvecklades enormt ekonomiskt. De var bland de första som kunde ta lån för att utbilda sig på högskola, och fick sedan se sina studielån ätas upp av inflationen. De kunde köpa fastigheter och fick sina huslån subventionerade av en frikostig ekonomisk politik. Detta kan ha medfört att många 40-talister vågat ta steget och starta ett företag. Enligt AKU är mer än var fjärde företagare född på 40-talet. Med detta som bakgrund gjorde SIFO en undersökning som presenterades förra året där syftet var att få klarhet i hur många företagare som planerar ett ägarbyte de närmsta 10 åren. Slutsatsen av undersökningen är att 42 procent av Sveriges företagare tror att ett ägarbyte i företaget kan bli aktuellt inom 10 år. 26 procent angav att det kunde bli aktuellt redan inom de närmsta 5 åren (Företagarna 2009).

Ett ägarbyte i sig är inget ovanligt i dagens effektiva marknadsekonomi. Företag överlåts dagligen till andra familjemedlemmar, säljs till konkurrenter eller externa intressenter. Men problem uppstår när det inte längre finns nya ägare att hitta. För att undersöka till vilka företagarna tror sig överlåta eller sälja sin verksamhet ställde även SIFO frågor om just detta. Det vanligaste var att en extern ägare spåddes vara köpare. Hela 36 procent av företagarna som förväntade sig ett ägarbyte inom 10 år uppgav detta. 25 procent uppgav att någon familjemedlem skulle ta över, och över 20 procent svarade att de inte visste något om vem som kunde bli den nya ägaren. Resterande företagare uppgav att det skulle lägga ner verksamheten eller sälja till en kollega/anställd (Företagarna 2009).

Oavsett hur kritisk man är mot undersökningar där statistiken är byggd på förväntade händelser istället för faktiska händelser så går det inte att bortse från slutsatsen att utbudet av företag som är till salu de närmsta åren kommer att öka kraftigt. För samhället är detta naturligtvis ett stort problem. Men eftersom utbud och efterfrågan gäller även företagsförsäljningar så kan det bli gynnsamt för de som väljer att satsa.

1.2 Problemdiskussion

Som färdig civilekonom ställs man oftast inför två val. Det vanligaste är att man söker sig till en arbetsgivare man väntas trivas hos och försöker göra en karriär som anställd. Det andra alternativet är att man har en affärsidé och startar ett företag. Då krävs ett entreprenöriellt hjärta och en stor drivenhet. Det tar även tid att få igång verksamheten och komma tillrätta med allt.

Ett tredje alternativ, som näst intill aldrig nämns, skulle vara att köpa ett redan befintligt och etablerat företag som är till salu, och driva detta vidare. Här skulle då den långa tiden att starta upp ett företag och bygga upp en kundbas undgås. Lokaler, utrustning, och i många fall, anställda med en enorm kunskap skulle ingå (Företagarna, Lars Jagren). Nackdelen är

självklar, en finansiering krävs. Men kanske skulle det vara roligare att investera i ett företag än i en bostad. Detta eftersom ett företag kan bli ens livsverk på ett annat sätt. Det är för många ens största investering, samtidigt som det är ens hobby, yrke och levebröd, samt något man identifierar sig med. Något som kanske inte i samma utsträckning passar in på en lägenhet eller bostad för de allra flesta. Men räcker en utbildning på en Handelshögskola för att kunna ta över ett företag? Vill en 40-talist sälja sitt livsverk till en student? Eller krävs det något mer, som branschkunskap och kundkännedom? Är det möjligt att ordna en finansiering och hur skulle den då se ut?

1.3 Syfte

Syftet med studien har varit att undersöka om det växande utbudet av företag som är till salu kan göra att det är ett alternativ till att starta eget eller bli anställd. Vi ville ta fram vad som krävs för att en nytexaminerad Civilekonom skall kunna köpa ett företag och driva det vidare. Vi ville undersöka möjligheterna till finansiering av ett förvärv, samt att lokalisera de hinder som eventuellt kan tänkas vara i vägen.

1.4 Avgränsningar

Den empiriska studien har avgränsats till att innefatta så kallade små företag. Detta innebär företag med 0-49 anställda. Studien har inte beaktat företag som är börsnoterade. Den har inte heller ett internationellt perspektiv, utan är helt och hållet fokuserad på den svenska marknaden. Vi har även valt att utesluta avancerade juridiska regler vid avtalsskrivning samt det skattemässiga frågorna kring ägande och försäljning då denna studie är skriven ur köparens perspektiv. Dessa avgränsningar är satta för att få en enklare och mer lättövergriplig studie. Det skulle naturligtvis vara intressant att sätta studien i ett internationellt perspektiv, men den satta tidsramen gjorde det tyvärr inte möjligt enligt vår bedömning. Då studien gjordes på den Företagsekonomiska institutionen ansåg vi heller inte att avancerade juridiska regler skulle analyseras i denna studie. Anledningen till att börsnoterade bolag inte är med är att de redan värderas varje dag av en marknad, vilket onoterade bolag inte gör. Detta gör att noterade bolag inte behöver gå igenom samma värderingsmodeller på samma sätt.

2 Metod

I det här avsnittet redogör vi för det sätt vi genomfört vårt arbete. Vi tar reda på syftet med arbetet och hur vi kom fram till detta genom vår insamling av data från olika kanaler och varför vi gjort som vi gjorde.

2.1 Inledning

För att få förståelse för ägaren behövs en viss förståelse för psykologi, många som kommer till pensionsstadiet vet inte vad de ska göra efter att de avvecklat sitt företag. Det kanske finns familj att sälja till i första hand eller skall man välja att sälja till utomstående? Eller så finns helt enkelt inte någon som kan ta över och man får tyvärr lägga ner verksamheten. Genom våra metoder har vi tagit reda på detta och sedan analysera resultatet vi fick av vår analys. Detta för att se vad som krävs av köparen för att denna ska kunna få ta över företaget.

2.2 Praktiskt tillvägagångssätt

För att kunna få en bra bild av hur marknaden ser ut för 40-talisternas företag har vi kontaktat de förmedlare som hjälper dessa med att sälja sina livsverk. Första kontakten en företagare tar, när han eller hon funderar på att sälja, är med en mäklare för att få fram en prisbild, precis som vid försäljningen av en fastighet. Sen kommer även banken in i bilden. Tillsammans med företagaren tar banken bland annat fram det bästa skatteupplägget i affären och hur finansiering skall genomföras. Därför skedde våra första kontakter även dem med företagsförmedlare för att få en bild av hur de tyckte att marknaden såg ut.

När det gäller själva intervjuerna var vi med båda två för att eventuellt kunna följa upp med följdfrågor som var intressanta samt säkerställa att vi inte missade något, samt för att lättare kunna spinna vidare och låta den intervjuade utveckla intressanta ämnen vidare. Vid kontakt per telefon är det svårare att få en personlig och avslappnad intervju, därför har vi använt oss av en telefon endast när det var omöjligt att stämma träff. I dessa fall har vi även valt att spela in samtalen detta accepterats av kontaktpersonen. Även detta var för att inte missa några

viktiga delar i samtalet. De som har intervjuats är företagsledare, företagsmäklare, samt finansiärer.

2.3 Kvalitativa intervjuer kontra kvantitativa

Vi använde oss av kvalitativa intervjuer eller informella intervjuer. (Trost, 2005). Dessa intervjuer går ut på att förstå hur den intervjuade tänker och känner, vilka erfarenheter den har och, hur den intervjuades föreställningsvärld ser ut. Vissa anser att kvalitativa studier är lämpade som förstudier till ”riktiga” studier, dvs kvantitativa. ”Den sortens uppfattning är vanlig och är icke desto mindre fullständigt galen”. Trost(1997). Om man som vi är intresserade av att försöka förstå människors sätt att resonera eller reagera eller av att särskilja eller urskilja varierande handlingsmönster så är en kvalitativ studie rimlig. Nu ville vi inte ha reda på hur många som kan tänka sig att sälja sitt företag till en student, utan om det var en rimlig tankeställning hos dem.

Nackdelar med att använda en kvalitativ studie är att det är mer tidskrävande att utföra dessa intervjuer än kvantitativa studier. En annan nackdel är att tolkningen ofta kan tendera att bli subjektiv. Detta är något vi vart medvetna om under studien och försökt att hålla det så objektivt som möjligt.

2.4 Datainsamling

Datainsamling kan delas in i primärdata och sekundärdata, primärdata är sådan information som vi själva samlat in och sekundärdata är sådant som andra redan skrivit om. (lundahl, 1999). Sekundärdata är i klassisk mening sådana data som finns ”på papper”, böcker, tidningsartiklar, årsredovisningar, men även tv och radioprogram. Där det finns tillgänglig sekundärdata är ofta en mycket god ide att utnyttja dessa data (lundahl, 1999).

2.4.1 Insamling av primärdata

Den insamling av primärdata som vi kommer använda oss av är de intervjuer vi gör med folk som vi har valt ut enligt urvalsgruppen 2.5.3. Primärdata är sådant som utredaren själv samlar in och en intervju är en sådan metod av datainsamling (Lundahl, 1999)

När vi valde ut vilka vi skulle kontakta valde vi först ut de som kunde ge oss ett övergripande svar och leda oss vidare i vår studie. Alla de personer vi kontaktade var villiga att ställa upp för en personlig intervju. Dessa intervjuer skedde på respektive företag medans vi kontaktade andra per telefon om avståndet var för långt för ett personligt möte. Tyvärr är det svårt att få tag i register över 40-talister som är företagare som vi kunde intervju, det finns egentligen inga sådana register alls. Så för att hitta öppna företagare som ville berätta om sig själva, sin situation och sitt företag, fick vi ta kontakt med företagare som vi genom vårt kontaktnät, familj och vänner vet att personen befinner sig i en situation där pensionen närmar sig och vi har kunnat få tillfälle att genomföra en intervju.

Av hänsyn till företagarna och deras situationer bad ett par att inte bli nämnda med namn, därför beslutade vi att alla dessa fick bli anonyma när vi redovisade vår urvalsgrupp.

Företag	Kontaktperson	Position
Swedbank företagsförmedling	Thor Bergenholtz	VD
Swedbank företagsförmedling	Dan Gårdström	Företagsmäklare
PWC Corporate Finance	Lars Rosen	Företagsmäklare
Bank	”Fredrik”	Företagsrådgivare

VM AB	”Tomas”	Fd Ägare
PROF	”Börje”	Fd Ägare
Verktogsindustri AB	”Magnus”	Ägare
Grossisten AB	”Sven”	Ägare
Hörsaga AB	”Sune”	Ägare
Småbolagskoncern AB	”Gösta”	Fd Koncernchef
Företagarna	Lars Jagren	Ekonomichef
Köpkandidat	Viktor	Civilekonom

Förutom de intervjuer vi genomfört har vi även varit på ett seminarium kallat ”Att köpa företag” som hölls av Almi företagspartner den 6 maj i Göteborg. Där hade de en genomgång av hur ett företagsköp går till och bland annat hur man genom dem kan få hjälp med sin finansiering. Vi hade även där ett samtal med finansieringsrådgivare Carin Ramneskär. Vi har även haft en intervju med en företagsrådgivare på en bank, men på grund av rådande banksekretess väljer vi att inte nämna vilken bank eller person det berör.

2.4.2 Sekundärdata

Det sekundärdata vi använt oss av kommer från handelshögskolans bibliotek och är i många fall kursböcker och därmed trovärdiga källor.

Andra sekundärdata är alla de artiklar som skrivits om generationsskiftet som vi har hittat på nätet genom skolbibliotekets sökmotor och genom internet. Dessa data har inte i alla fall den objektivitet som ofta kursböcker har.

Vi har även fått många broschyrer av de förmedlare vi intervjuat där det grundligt visas hur en företagsförsäljning går till och information om finansiering.

2.5 Kritisk metoddiskussion

I en undersökning med god reliabilitet påverkas mätningen i liten utsträckning av tillfälligheter, det finns få slumpmässiga fel. Med reliabilitet avses frånvaron av slumpmässiga mätfel. Det gäller att använda rätt metod vid rätt tillfälle. Eftersom vår undersökning är av kvalitativ karaktär beror våra svar på hur vår intervjuade personers öppenhet är just denna dag då intervjun genomförs, tillfälliga omständigheter påverkar intervjupersonens svar. (Lundahl, 1999)

Reliabiliteten är avgörande förutsättning för validitet, ett inte perfekt mätinstrument kan bli värdelöst om det tillämpas fel eller slarvigt. För att öka reliabiliteten använder man metoden att med standardiseringsförfaranden säkerställa att mätningen genomförs på så identiskt lika sätt som möjligt. Man ska undvika slumpens inverkan på mätningen man gör. (Lundahl, 1999)

Metoden vi har använt oss av blir bättre ju fler intervjuer som genomförs. Tyvärr fanns dock ingen möjlighet att intervjuar alla de 180 000 företagare som står inför ett generationsskifte utan vi har utefter bästa förmåga gjort en analys av de data vi fick in. Risken finns att vi använt oss av för få intervjuer, men genom att ha kontakt med olika delar av Sverige (Jönköpings, Västergötlands och Stockholms län) och hoppas vi att detta till stor del undviks och att vi får ett objektiva resultat.

När vi talar med företagsförmedlingar har vi valt att lägga fram studien så att det blev gynnsamt för dem att delta tack vare att vi hoppas kunna öka intresset bland nytexaminerade akademiker att köpa redan etablerade företag. Dessa företag sysslar även med försäljning och vill visa upp en positiv sida av hur marknaden ser ut. Ett annat hinder som måste beaktas är att vi för tillfället är på väg ut ur en av de värsta finansiella kriser som världen någonsin upplevt, om inte den allra värsta. Därför kan det vara ett ännu svårare beslut för många företagare att sälja sitt företag. Kanske vill många vänta in en ny högkonjunktur och sälja till ett högre pris.

Det empiriska materialet har mestadels hämtats från de intervjuer vi genomfört. Vi skulle behövt fler företagare att intervjua, men dessa var väldigt svåra att komma i kontakt med samtidigt som intervjuerna var väldigt tidskrävande. Ämnet vi har berört är känsligare än vi trodde när vi började studien. Vi har kontaktat personer som är och har varit företagare men de har inte kunnat hjälpa oss med fler intervjuer för de vet hur svåra många företagare är att handskas med och många har helt enkelt inte den tid som krävs.

Den litteratur vi använt som teoretisk bakgrund är ofta kurslitteratur på handelshögskolan i Göteborg och många andra högskolor i Sverige, den borde därför vara en säker källa.

I de artiklar vi läst kan man inte utesluta en viss subjektivitet. Organisationen Företagarna driver även vissa frågor politiskt och därför har de under detta valår försökt att i media uppmärksamma frågor kring generationsskiften bland debatter. Vi har dock inte sett att detta skall påverka vår studie i något avseende.

De intervjuer vi tvingades göra per telefon istället för att föra en diskussion med den intervjuade öga mot öga kändes lite svårare att genomföra och alla svar blir kanske inte så utförliga som vi hade hoppats på.

3 Teori

I detta kapitel presenteras de teorier som legat bakom företagsförvärv och hur dessa är finansierade.

3.1 Köpa eller grunda?

Bakgrunden och motiven till att bli företagare är enligt Johansson och Hult (2002) vitt skilda. Vanligast är att man har erfarenhet från en bransch där man kommit fram till att det finns möjligheter att slå sig in och lyckas. Kanske ser man efterfrågan för en ny produkt eller tjänst. Det kan också vara ett lokalt behov av en viss vara eller ökad service inom ett visst tjänsteområde. Gemensamt är dock viljan att lägga energi och tid på sin idé. Vad man sedan ställs inför är beslutet att starta något nytt från grunden, eller om man skall förvärva ett redan befintligt företag. Johansson och Hult (2002) menar att fördelarna med ett förvärv är att det går fortare att komma igång och få lönsamhet i ett redan befintligt företag. En annan fördel som de pekar på är den stora tillgången som medarbetare, produkter, lokaler, och kunder redan är en del av företaget.

Johansson och Hult (2002) menar dock att nackdelarna inte är obefintliga. Ofta kan köpeskillingen bli för hög och svår att hantera. Det kan också vara en fördel att själv få skapa sin marknadsprofil och välja sina medarbetare. En ytterligare nackdel kan vara att det är svårt att förändra en redan inarbetad kultur och prägel på det befintliga företaget. Besluten måste dock fattas från företag till företag, och bransch till bransch. Skillnaderna kan enligt Johansson och Hult (2002) vara mycket omfattande.

3.2 Ägarbyte

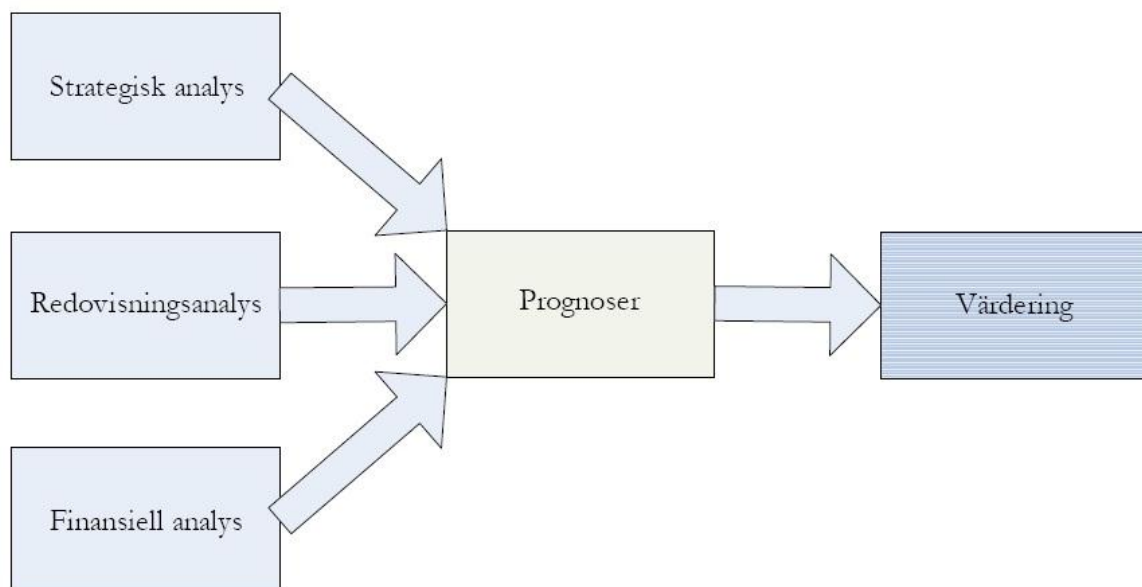
Likt alla andra kända marknader styrs prissättningen av utbud och efterfrågan enligt Orrbeck (2006). Men innan man kommer till en prisdiskussion är det en lång och krävande process som oftast går igenom. Enligt Johansson och Hult (2002) är de kortaste processerna 3-4 månader långa, men i vanliga fall betydligt längre än så. De längsta kan kräva upp till 4 år. Det första steget i denna process blir för köparen att bestämma sig för att utöka sin verksamhet genom ett förvärv. Orrbeck (2006) pekar sedan på att det är viktigt att en

genomarbetad strategi tas fram där fördelarna med ett köp ställs mot nackdelarna. Utifrån detta skapas en målbild av vad man vill vinna på ett förvärv, något som Johansson och Hult (2002) kallar ”Köpprofil” och bör bestå av lönsamhetsmål, vilket finansiellt utrymme som ges, val av bransch, och liknande.

Med Köpprofilen som mall startar sedan den del av processen som enkelt kallas sökprocessen enligt Johansson och Hult (2002). Enligt Hult (2003) är det vanligast att man använder sitt personliga nätverk för denna process, men Orrbeck (2006) pekar på vikten av att ta hjälp från företagsmäklare, de stora revisionsbyråerna samt Almi företagspartner. En annan vanlig väg in i ett företag kan vara genom en leverantör i samma bransch.

3.3 Fundamental analys och värderingsmodeller

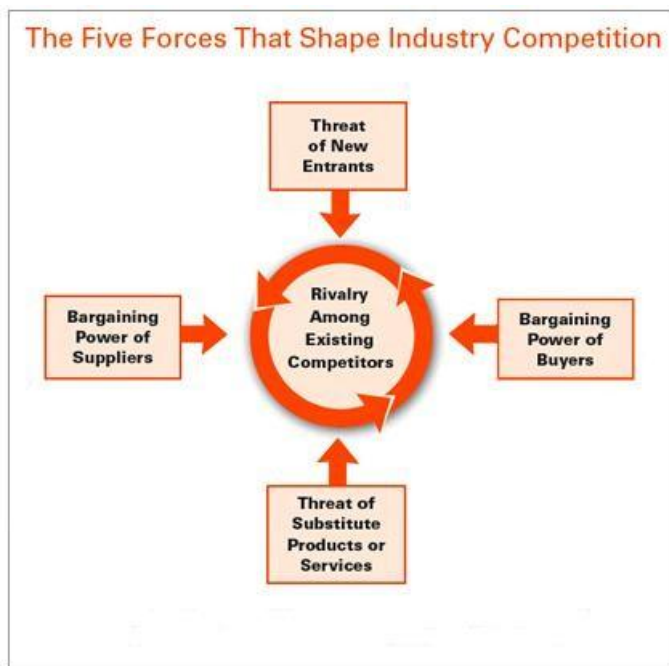
När köparen hittat ett objekt som han kan tänkas gå vidare med så är nästa steg i processen att göra en fundamental analys av företaget man ämnar köpa. Den fundamentala analysen består enligt Nilsson et al (2002) av tre delar; strategisk analys, redovisningsanalys, och finansiell analys. Dessa tre skall enligt Nilsson et al (2002) ses som prognoser som hjälper till att få en så bra och objektiv värdering som möjligt.



Figur 1. Fundamental analys, en överblick. Nilsson et al (2002)

3.3.1 Strategisk analys

Enligt Sevenius (2003) är strategisk analys starten på värderingsprocessen och här försöker man allokerade de vinstdrivande orsakerna i ett företag. Något som bör vara med i en strategisk analys är bransch- samt konkurrentanalyser. Enligt Sevenius (2003) är det vanligaste och bästa sättet att utföra detta genom Porters femkraftsmodell. Genom den får man bra överblick på konkurrenter och branschen i helhet. Men också vad som är vinstdrivande i företaget.



Figur 2. Porters femkraftsmodell enligt Michael E. Porter (2008)

Sevenius (2003) pekar också på vikten av att använda en så kallad SWOT-analys i den strategiska analysen för att få fram utvecklingspotentialen och tillväxten i ett företag. SWOT står som bekant för Strengths, Weaknesses, Opportunities och Threats. På svenska betyder det styrkor, svagheter, möjligheter, och hot. Nackdelen enligt Nilsson et al (2002) är att den lätt blir subjektiv då det kan vara svårt att förutse möjligheter och hot. Metoden är ändå en av de mest använda och är tänkt att ta fram styrkor och svagheter inom företaget, samt att möjligheter och hot är något som verkar externt i företagets marknad.

3.3.2 Redovisningsanalys

I en redovisningsanalys utgår man från det material och fakta som redovisas i årsredovisningar och delårsrapporter. Anledningen till att denna analys görs är att se så att bland annat avskrivningar görs i den mån de är tillåtna. Är det så att företaget skriver av maximalt av vad som är tillåtet? Om inte så kanske man bör ställa sig frågan varför så inte är fallet. Enligt Nilsson et al (2002) så bör även tillgångarna och eventuella försäljningar av dessa studeras med extra noggrannhet. Enligt Sevenius (2003) så är det dock svårt att i ett så här tidigt skede göra en rättvis bedömning av enbart årsredovisningen utan en noggrannare genomlysning bör göras i Due Dilligensdelen som utförs senare i förvävsprocessen.

3.3.3 Finansiell analys

Den finansiella analysen är enligt Sevenius (2003) det viktigaste steget i värderingsprocessen och är oftast en bra vägvisare på vart priset senare kan hamna. Men det finns en rad olika modeller för hur en värdering går till och några av dem skall vi enkelt förklara nedan.

3.3.3.1 NUTDEL- modellen

Den modell som kallas Nutdel har enligt Hult (2003) sin grund i investeringsteori. Namnet är en förkortning av "Nuvärdet av framtida utdelningar" och modellen förklaras kort med att investeraren som satsat pengar i ett företag förväntas erhålla framtida avkastningar på sin investering. Ett företags värde i Nutdel-modellen bestäms av nuvärdet på alla framtida utdelningar som kommer investeraren till godo adderat med restvärdet av företaget efter dessa utdelningar. Enligt Hult (2003) spelar den kalkylerade räntan väldigt stor del i beräkningen och för att ta med olika scenarion i beräkningarna så bör därför olika kalkylräntor tas i beaktning för att inte analysen skall bli för känslig.

3.3.3.2 Substansvärdemodellen

Denna modell är enligt Johansson och Hult (2002) den enklaste modellen för att värdera ett företag. För att kunna använda Substansvärdemodellen krävs det att företaget redovisar sina

tillgångar enligt bokföringslagen, det vill säga att tillgångarna inte tas upp till ett högre värde än anskaffningsvärdet. Enligt Hult (2003) är det dock vanligt att många redovisar tillgångarna till ett lägre värde än marknadsvärdet på grund av avskrivningar. Detta gör att värdet måste justeras upp till marknadsvärde. Substansvärdet räknas sen som skillnaden mellan tillgångarnas värde och skuldernas värde i ett företag. Johansson och Hult (2002) menar att metoden idag är föråldrad och inte ensamt används för att värdera ett företag.

3.3.3.3 Relativvärderingsmodellen

Modellen går precis som det låter ut på att jämföra företaget med liknande företag och utefter det hitta ett rättvist pris. Vanligast är att man jämför företagen med finansiella mått som P/e, alltså Price per earnings, och P/s, alltså Price per sales. Enligt Sevenius (2003) är det dock bättre att jämföra med branschspecifika multiplar. Exempel på detta kan vara antalet anställda i ett konsultföretag, eller antalet kvadratmeter i ett fastighetsbolag. Modellens stora nackdel enligt Sevenius (2003) är att det är väldigt svårt att hitta jämförbara företag.

Skuldsättningsgrad, kapitalbindning och personalomsättning är bara några exempel på faktorer som kan skilja. Ännu värre blir jämförelsen i ett internationellt perspektiv då även skattesatser och redovisningsregler kan skilja avsevärt.

3.3.3.4 Avkastningsvärdemodellen

Enligt Sevenius (2003) är modellen som värderar avkastning de mest spridda modellerna när det kommer till värdering av företag. Hult (2003) menar att metoden syftar till att beräkna företagets uthålliga vinst och det för en investerare är den bästa metoden för att beräkna nuvärdet på sin investering, med andra ord företaget. Modellen beräknar förutom nuvärdet på företagets framtida avkastning också kalkylräntan som sedan används för att beräkna kapitalvärdet. För att göra detta tar man enligt Hult (2003) hjälp av företagets resultaträkningar samt hänsyn till vinst- och balansräkningsprognoser.

Enligt Orrbeck (2006) är de två vanligaste avkastningsmodellerna beräkning av utdelningar och kassaflöden. Vid beräkning av utdelning beräknar man nuvärdet av de förväntade och faktiska utbetalningar som företaget gör till sin ägare. Då man använder kassaflödesmodellen så beräknar man istället nuvärdet av de framtida förväntade kassaflödena. Enligt Sevenius

(2003) är detta den bästa modellen för värdering av företag och invändningarna mot modellen är också få. Vanligtvis bygger man sedan en modell med hjälp av prognoser på volym, priser, tillverkningskostnader, reklam, och liknande. Även en diskonteringsränta måste uppskattas, och Hult (2003) menar att man ibland även lägger till begreppet avkastningskrav. När alla prognoser är gjorda på en bestämd tidsperiod, vanligtvis upp till 10 år, så får man fram kassaflödena för respektive år, och beräknar därefter nuvärdet på dessa.

3.3.3.5 Goodwill

Det finns än idag kritik till värderingen av Goodwill. Hult (2003) menar dock att Goodwill kan definieras som skillnaden mellan företagets värde och företagets substansvärde. Goodwill representeras alltså av företagets varumärke, patent, kundkrets, tillverkningsmetoder och kunskaper. Hult (2003) menar också att dessa immateriella tillgångar inte får tas upp i företagets balansräkning. Detta gör att värdet är mycket svårt att uppskatta.

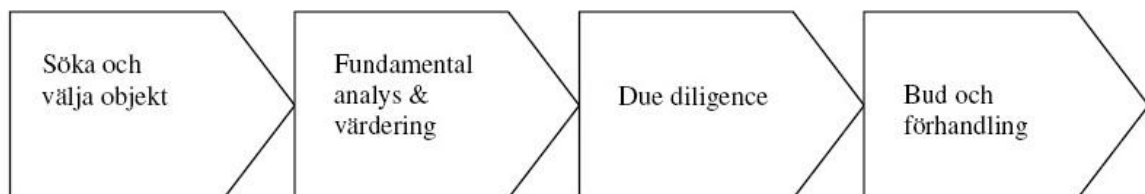
3.4 Due Diligence

Den engelska termen due diligence har blivit något av ett måste i köpprocessen enligt Sevenius (2003). Termen används även i Sverige, men Johansson och Hult (2002) menar att man på svenska kan kalla det företagsbesiktning. Det är en mycket viktig och grundlig analys av företaget där man som köpare får tillgång till material och data från företaget som är till salu. Efter att ha skrivit på ett avtal om tystnadsplikt får köparen tillfälligt tillträde till databaser, internredovisning, kundregister, och annat som köparen och säljaren tycker är viktigt att ta med. Vanligast är enligt Johansson och Hult (2002) att man anlitar en av de stora revisionsfirmorna som är vana vid att göra denna typ av uppdrag. Men det förekommer också att man gör det själv. Viktigt att undersöka är då enligt Johansson och Hult (2002); Produkter, marknaden, kunder och konkurrenter, försäljningsstatistik, medarbetarna, organisationen, nätverk och relationer, företagsledning, samt kapitalfinansiering.

Syftet med due diligence är enligt Sevenius (2003) att minimera risken i ett företagsförvärv. Med en noggrann och utförligt gjord due diligence kan man upptäcka överraskningar som annars skulle gått omärkt förbi. Ett exempel på detta kan vara patent som löper ut näst kommande år. Enligt Sevenius (2003) innebär due diligence en risk för säljaren som avslöjar

företagshemligheter som kan komma i orätta händer.

Efter en due diligence har köparen fått information som bekräftat den tidigare värderingen, eller information som gör att den inte alls är lika relevant. Det är sedan upp till köparen att bestämma om han vill gå vidare och starta förhandling om priset.



Figur 3. Förvärvsprocessen enligt Nilsson et al (2002)

3.5 Sluta avtal

När köprocessen har kommit till förhandling om pris och avtal betonar Orrbeck (2006) vikten av att anlita juridisk expertis eftersom lagar och avtal kring förvärv kan vara komplexa och kräver oftast jurister med kunskap i ämnet. En vanlig lösning enligt Orrbeck (2006) är att köparen inte förvärvar alla aktier i bolaget, utan bara en del. Detta gör att han delar risker och finansieringsbehov med säljaren. En ytterligare möjlighet enligt Johansson och Hult (2002) är att finansiera köpet med hjälp av tilläggsköpeskillning. Detta är användbart när köparen och säljaren har skilda åsikter om den framtida avkastningen, eller utvecklingen av företaget. Man bestämmer då att ett tillägg till köpeskillningen skall betalas av köparen om företaget uppnår de mål som man kommit överrens om inom en bestämd tid. En annan möjlig betalningslösning är att köparen betalar med aktier i köpebolaget. Detta är enligt Johansson och Hult (2002) vanligast när börsnoterade bolag gör affärer.

Ytterligare ett möjligt sätt att genomföra affären enligt Orrbeck (2006) är genom en så kallad inkrämsaffär. Från juridisk synpunkt har en sådan affär fördelen att köparen inte blir ansvarig för skulder som inte är kända vid avtalstidpunkten. Köparen slipper dessutom stå för garantier och reklamationer, utan dessa får istället säljande part stå för. Nackdelen blir enligt Orrbeck (2006) att licenser och avtal inte automatiskt tillfaller köparen utan förhandlingar om dessa

måste bland annat ske med externa parter.

3.6 Finansiering

Det vanligaste sättet att finansiera ett företagsförvärv i Sverige är enligt Johansson och Hult (2002) att med hjälp av en traditionell bank, tillsammans med eget kapital täcker hela köpeskillingen. De pekar också på att en avbetalning mellan köparen och säljaren är en vanlig lösning. Köparen skaffar då en del av finansieringen via bank eller dylikt, och säljaren går sedan med på att få resten av köpeskillingen upplagt i omgångar. Detta mot en marknadsmässig ränta.

Johansson och Hult (2002) menar också att en välstrukturerad finansieringsplan måste kunna visas upp och att den skall innehålla tidsplan för den tänka återbetalningen, samt vilka andra långgivare som är medfinansiärer, och hur stor del de bidrar med. Sevenius (2003) är mycket noga med att peka på att inga medel från det företag som skall förvärfas får användas i finansieringen. Johansson och Hult (2002) menar att det på 80-talet rörde sig om 10 procent av köpeskillingen som köparen förväntades ha i eget kapital. De fortsätter med att det efter den svenska bankkrisen på 90-talet snarare rörde sig om mellan 30 och 50 procent. Vid banklån hävdar Johansson och Hult (2002) att banken kräver en säkerhet, oftast i form av en fast tillgång, t.ex. en lokal eller byggnad. Enligt Sevenius (2003) har banken dessutom första prioritet vid en konkurs. Banken lånar in finansiella medel med låg ränta från Riksbanken, privatpersoner och andra banker, och kan med en högre ränta låna ut samma medel. Detta gör att bankens risk är relativt låg, och man har en förhållandevis låg ränta.

En annan möjlighet att skaffa kapital till förvärv är enligt Nyman (2002) genom riskkapitalister. Dessa tar ingen ränta som betalning utan kräver istället ett delägarskap med tillgång till företagets utdelningar. Enligt Johansson och Hult (2002) tar riskkapitalister tar en större risk än en bank då de inte har någon säkerhet i företaget vid en konkurs. När en riskkapitalist utgörs av en ensam person brukar de kallas affärsängel (Nyman 2002). Det fungerar på samma sätt som en riskkapitalist, alltså ett kapital byts mot en viss andel i företaget. Oftast vill affärsängeln dessutom ha en plats i styrelsen för att lättare kunna få inblick och makt i företaget.

4 Empiri

I vår empiridel visar vi den samlade information vi fått genom de intervjuer vi gjort med personer verksamma inom företagsförmedling, Företagarnas Riksorganisation, ALMI, Bank, före detta företagare och tänkbara köpare.

4.1 När en företagsförsäljning kommer på tal

En entydighet som visat sig när vi intervjuat var att frågan om en försäljning av företagen ofta väcks alldeles för sent. Företagaren går ofta och väntar på att någon ska ta över hans företag, om det är någon i familjen eller någon inom företaget eller extern köpare. Om en försäljning av företaget påbörjas för sent kan detta leda till både att företagen inte hittar en ny ägare i tid eller att en konkurs uppstår för att den nya ägaren inte får den hjälp av förra ägaren som ofta krävs vid ett övertagande.

Detta säger en av respondenterna beror på att familjemedlemmarna har olika agendor, ålderskillnaden har också en avgörande roll. När väl företagaren fått en förfrågan om försäljning, vänder sig denne ofta till sina ”närmaste vän”, revisorn. Ofta är det också därför som företag aldrig når en företagsförmedlare. Endast 10-15 % når dessa enligt samtycke från både mäklarna på Swedbank företagsförmedling och PWC.

Sedan bankkrisen på 90 talet har tillväxtverket, före detta Nutek, sett en minskning av företag som ligger ute till försäljning. Många företag fick under denna period enligt PWC och Swedbanks företagsförmedling kämpa för att överleva och i många fall tömma sina kassor för att klara detta. Detta ses som en av orsakerna till att ägare av företag kan ha skjtit upp en eventuell försäljning i väntan på bättre tider.

Enligt företagsförmedlarna har de inte sett en överhopning av företag till salu ännu på marknaden, efterfrågan från köparnas sida är fortfarande stor. Ett företag kan ha allt mellan 1-25 intresserade köpare enligt Swedbank.

4.2 Hur en företagsvärdering går till

PWC har en mer omfattande värdering än många andra aktörer på marknaden, de använder sig av bland annat substansvärdering och kassaflödesanalys. Liksom Swedbank företagsförmedling ser de på framtida intäkter och inte bara bakåt i tiden när de gör en värdering. Enligt dem är detta av vikt för att kunna få köparen intresserad att köpa företaget.

En av förmedlarna nämner Adekvat företagsvärdering i intervjun, dessa gör en visserligen billig företagsvärdering, men kollar enbart bakåt i tiden och ser inget på framtida kassaflöden. Enligt dem är det lätt att få en felaktig bild av vad företaget verkligen är värt om man enbart lutar till de föregående årens redovisningar.

Enligt PWC och Swedbank gör både köparen och säljaren sina egna värderingar var för sig. Alla använder sig av substansvärdering, P/e talsvärdering samt kassaflödesvärdering, och koncentrerar sig på den som ger bäst värde på företaget. En säljare visar naturligtvis den värdering som gav högst värde och köparen metoden med lägst värde. PWC talar även varmt om hur man använder sig av hela värderingskedjan från fundamental analys, via kassaflödesmodeller, till en mycket djupgående due diligence där köparen får den hjälp han behöver för att noga analysera köpobjektet i detalj.

4.3 Problem vid ägarskifte

Det finns många frågor som uppstår vid ett ägarskifte. Enligt företagsförmedlare är deras första fråga om alla är överens inom familjen. Det finns gånger när man inte vågat tala om för sin fru om att man planerar för ett ägarskifte. Det är mycket viktigt att alla är överens om att man är redo att lämna ifrån sig sitt företag innan man går vidare med en värdering av företaget. Om det finns flera barn som är arvtagare är det ytterst viktigt att det blir en rättvis delning av arvet, oftast är det bättre att något av barnen får en större del så att inte ledarskapet

delas enligt företagsförmedlarna. På PWC nämner man hur viktigt det är att man fortsätter att fokusera på sitt företag om man bestämt sig för att sälja. Man bör överlåta själva försäljningen till mäklaren till så stor grad det är möjligt. En av orsakerna till detta är för att försäljningsprocessen är lång, minst 3-9 månader, oftast längre. Under denna perioden är det väldigt lätt för företagsledaren att fokusera för mycket på försäljningen av bolaget, och tappa fokus på bolagets verksamhet. Detta gör då att bolaget kanske går sämre under denna period. När väl slutförhandlingen sker så kollar man på det senaste halvårsbokslutet, om detta visar sämre siffror än vad som innan redovisats kan det skrämja köparen och priset kraftigt falla enligt PWC.

När vi ställde frågan till en mäklare om man kunde utesluta någon tänkbar ägare fick vi svaret att, ”Jo om det kommer ner någon Stockholmare med bakåtslickat hår till ett litet bolag i småland skulle det nog inte funka”. Attityden mot vem som tar över företaget är rätt klar när vi är färdiga med våra intervjuer med företagarna. Helst ser de att någon från trakten tar över företagen. Helst hade man sett någon man känner drev vidare det i samma stil som den förre ägaren. Kulturella skillnader är viktiga även när företagsförmedlare letar köpare åt företagen de säljer.

Enligt våra företagsförmedlare bryr sig inte företagare i lika stor utsträckning om vem som tar över i storstadsregionerna. Medans man i små städer fortfarande vill kunna ”visa sig ute på staden”, utan att folk har tycker att man svikit regionen genom att sälja till en extern köpare som kanske flyttat företaget.

Ett stort problem vid ägarskiftet är att ofta måste den förra ägaren gå kvar i företaget lång tid efter att han har sålt det, ibland så lång tid som 5 år. Detta skrivs det klausuler på i säljkontraktet. Men eftersom ägarskiftet ofta sker för sent är inte säljaren så positivt inställd till detta. Därför tycker företagsmäklarna att man måste börja med planeringen i god tid för att slippa gå kvar när man känt sig mogen att släppa företaget.

4.4 Generationsskiftesplanering

De företagare som nu sålt sina företag som vi varit i kontakt med talar om hur borttagandet av gåvoskatten underlättat deras överlåtelse av företaget. Innan var man tvungen att ofta tömma

sina kassor i företaget om man hade flera barn för att kunna lösa ut något om man inte lät dem dela på det. En av de tillfrågade berättade hur gåvoskatten gjort det möjligt för honom att lämna över företaget, men ser med skeptisk syn mot valet som stundar i höst. Han litar inte på den ”rödgröna röran” som kan komma att styra Sverige. Därför jobbar han nu hårt för att generationsskiftet ska vara helt klart innan valet så att inte några nya skatteregler tillkommer.

En annan företagare har aldrig haft någon plan att hans barn ska ta över företaget, eftersom han inte vill att de ska behöva slita lika mycket som han gjort genom åren. Nu har han löst det genom att sälja ut delar av företaget till yngre generationer för att bolaget ska leva vidare. Om och när han skall lämna företaget har han inte bestämt sig för även om pensionsåldern snart är uppnådd. Dock utesluter han inte att hans resterande del tas över av något av barnen ändå i framtiden, om de skulle vilja det.

En av respondenterna var länge oviss om vad som skulle hända med hans företag, som han uttryckte det har vi ungdomar idag en annan syn på arbetslivet, ofta bestämmer vi oss inte förens vi är 25-30 år för vad vi vill göra i livet. I detta fall slutade det med att sonen tar över ägarskapet och blir produktionschef. En extern VD var redan tillsatt för några år sedan för att underlätta generationsskiftet eftersom osäkerheten var stor om vad som skulle ske med företaget.

En ägare till de bolag vi varit i kontakt med hade ännu inte börjat planera för ägarskiftet, båda barnen hade valt en helt annan utbildning och har inget intresse av att driva företaget vidare efter fadern. Eventuellt fanns det en grupp anställda som var intresserade att göra en MBO. Management Buy Out, som det kallas, är en vanlig form där några i personalen går samman och köper loss företaget enligt PWC.

De flesta är överens om att de helst inte ser en finansiell ägare till företaget utan att denne går in som operationell ägare. En operationell ägare söks hellre av den förre ägaren enligt Företagsförmedlare, väldigt få företagare är beredd att lämna över sitt företag till en finansiell ägare.

4.5 Finansiering

Efter finanskrisen 2008 har också bankerna blivit mycket mer restriktiva i sin utlåningspolitik enligt de vi talat med. Därför krävs det oftast en stor del av finansiering från köparen själv. Tidigare stod banken för 50-70 procent av finansieringen medans Almi och den nya ägaren stod för resten. Enligt Almi och företagsförmedlingarna går nu bankerna in med mellan 30-50 procent av kapitalet vid ett företagsförvärv och resten får Almi och den nya ägaren stå för. Dessutom kräver bankerna en kort amorteringsplan, ofta högst 5 år.

Företagarna ser gärna att politikerna lägger vikt vid hur man ska ta över 40-talisternas bolag och finansiering av detta. Företagarna vill ha en högre avsättning till Almi för att dessa ska kunna hjälpa till högre grad än de kan göra idag. Idag har Almi en fond på ungefär 6 miljarder. Deras ränta är lite högre än bankernas eftersom de tar en större risk än bankerna. I nuläget ligger den på ca 8 procent, (Almi, 2010) Almis kreditförluster är genomsnittligt 5 procent per år och de har ett krav på sig att få en 2 procents avkastning per år.

Finansieringslösningar för att få ihop det egna kapitalet är oftast den svåraste biten vid ett företagsförvärv enligt förmedlarna. Vidare utvecklar de att det behövs bättre finansieringslösningar för ungdomarna om de ska ha en chans att ta över företag.

Det egna kapitalet förutom det man själv har sparat löses genom de tre f: na som tillväxtverket uttrycker det, ”family, friends and fools”. Har man en bra vision menar de att man inte ska vara rädd för att fråga familj, vänner och risktagare i sin omgivning. Man bör dock vara noga med att skriva ett detaljerat avtal om hur man lånar och till vilken ränta lånet fås till.

(Tillväxtverket)

Enligt företagsförmedlarna är finansieringen det största problemet för oss studenter som är sugna på att köpa ett företag. Det startkapital som behövs är oftast stort och kräver många års sparande för att få ihop och därför som vi sällan ser yngre ta över företag enligt förmedlarna.

Hur mycket den gamle ägaren får ut för sitt bolag beror ofta på hans riskbenägenhet, ju mer han får ut i pengar för sitt företag desto sämre får han betalt för det. Om köpeskillingen är i överhängande del i aktier blir köpesumman större enligt förmedlarna.

Än så länge tycker sig Swedbank företagsförmedling se att köparna finns ute på marknaden som har kapital, men än har inte säljarna visat sig i den omfattning de räknat med.

4.6 LBD

Learning By Doing ett begrepp som kommer upp när vi talar med Börje, en egen företagare i Småland. När vi talar om hans syn på akademiker ser han positivt på dessa, men menar att för att driva ett företag behövs entreprenörskapsanda.

Börje har två söner där den ena har gått LBD-skolan som han skämtsamt kallar det och nu driver ett eget företag med god tillväxtpotential. Sonen gick sedan vidare och startade upp ett eget företag där han tog med sig de erfarenheter han tidigare fått för att skapa sitt eget företag. Många i regionen har startat sina företag från grunden och gått den LBD skola som han säger sig att företagen i regionen bedriver. Genom att först arbeta i några år i ett tillverkande företag och lära sig de olika delarna är vissa sedan redo att starta upp liknande verksamhet och därmed föds nya företag. Han menar också att LBD-skolan inte är perfekt, vissa tror bara att de kan ta över företagen och arbeta vidare som sin far gjort. Men kanske gick de inte på nitarna som denne gjort i sin tur, när det råder bistra tider måste ”plånboken stängas”.

Den andra sonen har gått utbildning på Chalmers tekniska högskola och har enligt Börje ett försprång när han kommer in i företaget genom sin utbildning och även en stor allmänbildning som han fick genom denna. Dock behövs det en bit av LBD-skolan även för honom nu när han tar över Börjes del av företaget.

4.7 Operationella kontra Finansiella ägare

Under våra intervjuer är de flesta vi talat med överens om att köparen till deras företag ska vara en operationell ägare, en som är med i företaget aktivt. Enligt Företagsförmedlingarna fungerar dessa mest också och de ser färre konkurser hos dessa gentemot Finansiella ägare. Av de företagare vi intervjuat fanns det en som egentligen inte brydde sig om vem som tar över hans företag, när lönsamheten är tillräckligt hög ska företaget säljas till högstbjudande.

De övriga vi vart i kontakt med uttryckte större intresse för att den nya ägaren skall vara rätt person hellre än att få ut sista möjliga kronan av försäljningen.

4.8 Köparens kunskaper om företagsvärdering

Vid förhandlingen om köpet av företaget har oftast köparen en åsikt om hur mycket företaget är värt och säljaren en annan. Säljaren har större inblick i företaget och vill ha ut det han tycker det är värt. Däremot är de sällan insatta i hur man gör en företagsvärdering själva utan det anlitar de oftast revisorn för. Säljaren värderar inte tillgångarna på samma sätt och vet kanske hur viktig vissa kontakter är. (Swedbank)

När det väl kommer till försäljningen brukar båda vara nöjda och, skulle man vara missnöjd är detta något man aldrig erkänner utåt. Istället berättar man gärna hur mycket man fick på köpet, eller hur mycket man lyckades sälja av företaget för. (Swedbank).

4.9 Mentorskap

För att på ett tillfredsställande övertagande ska lyckas vid företagsförvärvet behövs det oftast ett långt överlämnande av den förra ägaren. Fler skulle kunna ta över företag om det blev lättare att jobba in sig i ett företag genom något slags mentorskap. Lars Rosen på PWC menar att man inte ska hymla med vad man vill göra. Är man sugen på att ta över ett företag tycker han att man helt enkelt tar kontakt med ägaren till detta och säger rakt ut vad det är man vill. Företagarna är inne på samma spår och vill att man ska kunna ta ryggen på en företagare för att sedan köpa ut denne när tiden är mogen. Detta gäller även enmansföretag där kundkretsen som en ensam konsult kan ha är värd pengar (Lars Jagren). Oftast räknas inte ens dessa små företag in i säljbara företag. Hur man löser detta ekonomiskt har de inte några svar på än men hoppas att någon arbetar fram en plan för detta. Om detta skulle gå att genomföra med statliga bidrag på något sätt skulle fler små enmans konsultbolag bli säljbara enligt Lars Jagren.

Lars Jagren ekonomichef på företagarna talar om att universiteten borde starta Nätverk med företag för att samarbeta med och ta över. Lars talar varmt om Jönköpings handelshögskola som har ett bra nätverk och samarbete med småföretag i regionen.

4.10 Attityd till Studenter

Attityden till studenter har varit god hos de företag som vi varit i kontakt med, de ser studenter som en tillgång och samarbetar gärna med skolor. Däremot berättade de personer vi har talat med om hur svårt många företagare har för att tala med studenter om sina företag. När vi bad våra intervjuade företagare om råd till andra företag visade sig detta mycket svårt. De förklarade att även om många av deras vänner var i samma situation så är de inte lika öppna som dem själva. Enligt Företagsmäklare är egna företagare lite ”egna” och inte alltid lätta att ha med att göra.

En av de personer som hjälpt oss genom studien var Carl-Gösta, en före detta koncernchef som hade ungefär 25 småbolag under sig. CG är mycket positivt inställd till studenter och hjälpte dessa med att komma ut i företagen i smålandsregionen. Många gånger var företagarna negativa till att studenter kom till platsen, men CG beordrade dessa att ta hand om dem på bästa sätt. Han tycker det är nyttigt att studenterna tidigt får se vilka problem som uppstår ute i arbetslivet på små bolag för att få dem intresserade av dessa samt lära sig. CG sa att det nätverk som Handelshögskolan i Jönköping har är viktig för framtiden och främjar studenternas positiva syn på småbolag.

De småföretagare vi har varit i kontakt med ser studenter som en tillgång i olika grad. Vissa såg inget problem med att sälja till en student om intresset finns. Medan en annan företagare såg positivt på studenter men om det inte fanns någon entreprenörskapsanda i personen så skulle inte en försäljning vara aktuell.

Ett par bolagsägare har inte haft någon kontakt med studenter och har ingen speciell uppfattning om dessa, men för dem står det klart att om man ska kunna ta över deras företag behövs det branschvana och helst några år inom företaget för att ett övertagande skulle vara aktuellt.

4.11 Entreprenörskap

De vi talar med om hur synen på oss studenter skulle fungera som nya ägare för bolaget talar de om den entreprenörskapsanda som krävs. Visst kan vi bli förvaltare om företaget är tillräckligt stort. Men om det ligger i storleksklassen mellan 10-20 anställda krävs det ofta att ägaren lägger ner sin själ i företaget enligt flera av de tillfrågade och egenskaper som entreprenörskap är en förutsättning.

När vi undrar om entreprenörskapsutbildningar är vägen för att få oss studenter att bli mer aktuella för övertagande av företag, menar de att studenterna är där och ”borrar”, vi är på rätt bana.

De flesta är överens om att de helst inte ser en finansiell ägare till företaget utan att denne går in som operationell ägare. En operationell ägare söks hellre av den förre ägaren enligt Företagsförmedlare, väldigt få företagare är beredd att lämna över sitt företag till en finansiell ägare.

4.12 Riskkapitalavdrag

Företagarna hade gärna sett att man under sin tid på t.ex. högskolan skulle kunna bygga upp en fond som man sedan använder som eget kapital när man tar över företag eller startar ett eget företag. Istället för att skatta bort sina pengar man tjänar under studietiden och sina första år i arbetslivet skulle en del gå in i fonden som man senare skulle kunna använda till detta ändamål. Privat sparande säger flera av våra intervjuade personer är mer effektivt än statligt investerade pengar i fonder. Privat sparande är mer kreativt enligt Jagren.

4.13 Företagsköp av student

Det finns branscher som är lättare än andra att komma in i och köpa företag enligt PWC, de lättaste är restauranger och säljande branscher. De flesta ser studenter som potentiella köpare men man måste veta vad man vill. Lars Rosen menar att man inte ska hymla med vad det är man vill. Om man vill driva ett tillverkningsföretag är det inte uteslutet, men man behöver få

branschvana. Därför menade han att om du vill ta över ett företag, kontakta ägaren, se om denna är intresserad och sedan jobba dig in i företaget för att slutligen kunna ta över detta.

5 Analys

I analysen binder vi samman teorierna med det empiriska material vi fått fram genom intervjuer och seminarium, och analyserar dessa.

5.1 Analys om när ett företag kommer ut till försäljning

Gemensamt för de förmedlare vi har intervjuat är att företagarna alldeles för sent börjar ägarskiftet av sina företag. Hade fler börjat planera i tid hade också fler säkert gått vidare och sålt sina företag genom en företagsförmedlare. Nu tvingas istället många företagare likvidera sina livsverk. Säljer man sitt företag genom en förmedling får man fler bud på sitt företag än om man endast säljer vidare det till en släkting, vän eller konkurrent, därmed borde också priset bli högre. Prissättningen styrs av utbud och efterfrågan enligt Orrbeck (2006) och med en större efterfrågan kan man alltså anta att priser för företag förvärvade via mäklare generellt är högre. Detta är dock omöjligt att bevisa då det är svårt att jämföra olika företag. Det enda alternativet till företagsförmedlingarna är egentligen att själv söka upp ett företag man är intresserad av att förvärva och sedan fråga om det kan tänkas vara till salu. Detta verkar vara den vanligaste vägen att gå då både Swedbank och PWC hävdar att endast en liten andel av marknaden kommer till förmedlarna.

Bakgrunden och motiven till att bli företagare är enligt Johansson och Hult (2002) vitt skilda. Vanligast är att man har erfarenhet från en bransch där man kommit fram till att det finns möjligheter att slå sig in och lyckas. Kanske ser man efterfrågan för en ny produkt eller tjänst. Det kan också vara ett lokalt behov av en viss vara eller ökad service inom ett visst tjänsteområde. Gemensamt är dock viljan att lägga energi och tid på sin idé. Vad man sedan ställs inför är beslutet att starta något nytt från grunden, eller om man skall förvärva ett redan befintligt företag. Johansson och Hult (2002) menar att fördelarna med ett förvärv är att det

går fortare att komma igång och få lönsamhet i ett redan befintligt företag. En annan fördel som de pekar på är den stora tillgången som medarbetare, produkter, lokaler, och kunder redan är en del av företaget. Uppfattningen vi får efter intervjuer med de utvalda är att det inte saknas intresse för att bli företagare i dagens Sverige. Det är nästan tvärt om, lite av en fluga enligt en av de utfrågade. Det märks inte minst på de alla entreprenörsskolor som startas upp. Handelshögskolan i Göteborg är inget undantag. Men flera vittnar om att intresset för att köpa ett befintligt företag inte är lika stort som att starta ett nytt från grunden.

Johansson och Hult (2002) menar vidare nackdelarna inte är obefintliga. Ofta kan köpeskillingen bli för hög och svår att hantera. Det kan också vara en fördel att själ få skapa sin marknadsprofil och välja sina medarbetare. En ytterligare nackdel kan vara att det är svårt att förändra en redan inarbetad kultur och prägel på det befintliga företaget. Besluten måste dock fattas från företag till företag, och bransch till bransch. Skillnaderna kan enligt Johansson och Hult (2002) vara mycket omfattande. Även här instämmer många av de intervjuade och menar att många kanske skräms av den höga köpeskillingen som måste finansieras när det kommer till förvärv av företag.

5.2 Analys av företagsvärdering

För att få en rättvis fördelning mellan barnen i en familj är det kanske bättre att gå till en Företagsförmedlare för en mer fullständig genomgång vad företaget är värt, dessa kan också jämföras med liknande företag som de förmedlat. Enligt Sevenius (2003) är en strategisk analys startskottet i själva värderingen, och här håller både PWC och Swedbank med, de nämner att mycket tid läggs på de olika värderingsmodellerna och eftersom de har ett uppdrag från säljaren så försöker man lägga fram en presentation av företaget med tyngdpunkten på den värderingsmodell som är mest gynnsam för säljaren. Samtliga vi vart i kontakt med hävdar också att köparen utför flera olika värderingsmodeller, och försöker istället koncentrera sig på den som ger lägst värdering vid en kommande förhandling.

De vi vart i kontakt med anser att det är nutidsberäkning av kassaflöden som är den mest exakta modellen när man bestämmer värdet på ett företag. Detta eftersom man istället för att se till vad som hänt i det förflutna koncentrerar sig på vad som kommer att hända i framtiden.

Och det är ju just detta som en köpare bör vara intresserad av. Vad han kan tänkas få ut av förvärvet efter att köpet har gått igenom. Enligt Sevenius (2003) är också detta den bästa modellen för värdering av företag och invändningarna mot modellen är också få.

Hult (2003) menar att Goodwill kan definieras som skillnaden mellan företags värde och företags substansvärde. Samt att dessa immateriella tillgångar inte får tas upp i företags balansräkning. Detta gör att värdet är mycket svårt att uppskatta. Enligt Almi och våra företagsförmedlare är Goodwill något som man är beredd att betala för i viss mån, men när det gäller värderingar så är det mycket komplext och skiljer sig från köpare till köpare. En viss köpare kan få ut stora synergieffekter av ett förvärv, medans en annan köpare kanske inte ser några liknande fördelar alls, trots att objektet är det samma.

Vanligast är enligt Johansson och Hult (2002) att man anlitar en av de stora revisionsfirmorna för att göra en så kallad due diligence. Men det förekommer också att man gör det själv. Viktigt att undersöka är då enligt Johansson och Hult (2002); Produkter, marknaden, kunder och konkurrenser, försäljningsstatistik, medarbetarna, organisationen, nätverk och relationer, företagsledning, samt kapitalfinansiering. Syftet med due diligence är enligt Sevenius (2003) att minimera risken i ett företagsförvärv. Med en noggrann och utförligt gjord due diligence kan man upptäcka överraskningar som annars skulle gått omärkt förbi. Ett exempel på detta kan vara patent som löper ut näst kommande år. Enligt Sevenius (2003) innebär due diligence en risk för säljaren som avslöjar företagshemligheter som kan komma i orätta händer. I våra intervjuer framgick framför allt av PWC att de erbjuder hjälp och stöd vid due diligence. Köparen och säljaren får komma överrens om ett tillfälle då köparen får tillgång till för honom viktig information. Innan dess skriver han på ett sekretessavtal så att säljaren försäkras sig om att informationen inte sprids.

5.3 Analys av problem vid ägarskifte

Enligt samtliga vi intervjuat är det största problemet vid ett ägarskifte är att det oftast sker försent. När väl den förre ägaren vill lämna sitt företag vidare är han mogen att gå vidare i livet. Om planeringen hade skett i tid hade detta varit möjligt, men nu får han ofta gå kvar länge i bolaget för att överlämningen skall bli framgångsrik, detta för att planeringen inte

börjat i tid. Enligt Johansson och Hult (2002) är de kortaste processerna 3-4 månader långa, men i vanliga fall betydligt längre än så. De längsta kan kräva upp till 4 år. Teori och verklighet verkar alltså peka på samma problem.

Problem med kulturella skillnader är större i små orter än större städer enligt både företagarna själva och företagsförmedlarna. I större städer är det inte lika viktigt att rätt köpare hittas då säljaren är mer anonym för allmänheten.

Ett problem som minskat angående ägarskiftet är arvs och gåvoskatten, där var alla eniga om att ägaren nu betydligt lättare kan sälja och lämna över företag utan att tömma dess kassor. Dock ser både bank och företagare vi talat med tvivel inför valet i höst. Många är förvånade att frågan inte tagits upp mer av politiker och media då den är betydande för Sveriges framtida ekonomi.

5.4 Analys av finansiering och förhandling

Att köpa ett företag har blivit svårare efter finanskrisen, banken kräver en kortare amortingsplan samtidigt som de kräver högre eget kapital in i företag enligt både banken och förmedlarna. Det vanligaste sättet att finansiera ett företagsförvärv i Sverige är enligt Johansson och Hult (2002) att med hjälp av en traditionell bank, tillsammans med eget kapital täcka hela köpeskillingen. Det borde alltså finnas en marknad för någon som är villig att ta den risken som banken inte längre är villig att ta.

För att lösa detta är Almi till stor hjälp, men deras fond på 6 Miljarder räcker dessvärre inte så långt. För att fler ska kunna ta över företag skulle Almis fond behöva mer pengar i tillskott av staten för att fler skulle kunna köpa företag, anser organisationen Företagarna.

När nu banken kräver högre eget kapital sänks deras risktagning ännu mer, riskerna ökar dock både för Almi och köparen, vilket kan avskräcka privatpersoner från att köpa företag i framtiden. Enligt Almi kräver dessutom banken idag en avbetalningsplan på maximalt 5 år. Johansson och Hult (2002) menar att det på 80-talet rörde sig om 10 procent av köpeskillingen som köparen förväntades finansiera med eget kapital. Johansson och Hult (2002) fortsätter med att det efter den svenska bankkrisen på 90-talet snarare rörde sig om mellan 30 och 50 procent. Siffran från 90-talet verkar enligt Almi vara den som gäller även

idag. Men utöver Almi och den traditionella banken kan man även vända sig till ett riskkapitalbolag eller en affärsängel. Nackdelen med dessa hävdar både Almi och Nyman (2002) är att de då kräver en del av företaget och dess utdelningar.

Ofta löser man finansieringen genom överlåtelse av aktier i det nya bolaget, detta är dock en risktagning för den förre ägaren och det beror på hur mycket han vill ha ut för sitt företag. En annan mycket vanlig lösning enligt PWC och Swedbank är en tilläggsköpeskillning eller revers. Detta är enligt Johansson och Hult (2002) användbart när köparen och säljaren har skilda åsikter om den framtida avkastningen, eller utvecklingen av företaget. Man bestämmer då att ett tillägg till köpeskillningen skall betalas av köparen om företaget uppnår de mål som man kommit överrens om inom en bestämd tid.

5.5 Operationella kontra Finansiella ägare

Att gå in som finansiell ägare ses inte som positivt av någon part som vi har talat med. Företagare söker efter operationella ägare som själva är med i bolaget och driver dess framtid. Många som öppet säger att de inte kommer vara operationella ägare får bakslag och väljs bort mot en lägre försäljningssumma. Detta har ofta också med att göra att man ofta inte får ut allt i pengar utan även en stor del i aktier i det nya bolaget säger de intervjuade på Swedbank. Genom att sälja till en Finansiell ägare riskerar man sin del eftersom dessa oftare går i konkurs, enligt PWC.

5.6 Analys av Mentorskap

Att det finns ett behov av något slags mentorskap råder det inga tvivel om när vi är klara med våra intervjuer. Att politiskt underlätta för köparen att ta över företaget hade kunnat föryngra ägandet i svenska företag. För att föryngra företagsledarna Sverige vill Företagarnas organisation att landets högskolor samarbetar mer med småföretagen i deras region. Ett annat förslag som Lars Jagren lyfte fram under intervjun var att företagaren under en övergångsperiod på något sätt får betalt av staten för att lära upp den nya ägaren. Detta skulle enligt Lars Jagren leda till att branschkunskapen, kontakter, nätverk, och kundkännedomen hos den nya ägaren skulle öka markant. Förutsättningarna för ett lyckat ägarbyte skulle också

höjas väsentligt.

En annan idé som kom upp under intervjuerna var att högskolestudenter via skolan fick en egenföretagare som mentor. En person som man kunde bolla tankar och frågor med, och som frivilligt lär upp en elev utanför eller inom skoltiden. Som kompensation marknadsförs företaget på skolan, samt att vissa problem kan lösas gratis av elever.

5.7 Analys av attityd gentemot studenter och entreprenörskap

Synen på oss studenter är enligt de vi intervjuat god, men det största problemet är att vi saknar branschvana. Samma företagare som vi talat med hade dock svårt att i sin närhet se andra företagare som var lika öppna gentemot studenter. I regionen Småland, där några företagare som vi intervjuat är från, tror man mycket på sina inhemska idéer, deras LBD skola som de kallar den är ofta minst lika viktig som en examen. Även om de såg studenterna från högskolan som något positivt så krävdes det ändå att man genom LBD skolan fick en examen för att bli framgångsrik företagare.

Flera av de intervjuade är positivt inställda till Jönköpings handelshögskola där man bedriver kurser i entreprenörskap och byggt upp bra nätverk mellan företagen och skolan.

För att få oss studenter i Göteborg intresserade av småföretagen och dess potential föreslog Lars Jagren på företagarna att vi borde ha nätverk också med små företagarna i regionen. Han tycker sig se att både litteratur och undervisning inriktar sig på större företag. Det är de småföretag som ligger till grund för vår välfärd i Sverige och utan dessa hade en betydligt högre arbetslöshet varit ett faktum menar Lars Jagren.

6 Slutsats

Nedan presenteras våra svar som vi fått fram genom intervjuer, teori och analyser som grundat sig på våra frågeställningar. I slutsatsen skall vi besvara frågorna i problemdiskussionen och uppsatsens syfte.

6.1 Slutsats med avslutande kommentar

Den slutsats vi har dragit är att studenter är välkomna att ta över 40-talisternas företag, dock räcker det i de flesta fall inte med enbart en utbildning från en Handelshögskolan. Det som behövs är branschvana och det kan lösas genom att vara rak och ärlig mot den man önskar köpa företaget av och arbeta sig in i företaget. Vi ställde oss bland annat frågorna om det var möjligt för en student eller nybakad civilekonom att ta över en 40-talists företag och om det krävdes en branschkunskap eller kundkännedom. Svaret på frågorna måste bli ja. Enligt analysen kan många av företagsledarna tänka sig att sälja till en student, men man måste vara beredd att kavla upp armarna, ta för sig, och visa att man verkligen vill. Något som också visat sig under studien är att det är lättare för studenter att ta över företag i storstadsregioner, eftersom man i mindre städer har en större tendens till att vilja sälja till någon man känner till sedan tidigare. Något som också önskades var att studenten innan övertagandet följde med i företaget för att lära sig om branschen och kunderna med mera.

Här kom det dock upp en ny intressant fråga under arbetets gång och det var hur man skulle kunna finansiera någon sorts mentorskap för att underlätta övertagandet av företag.

Om 40-talisterna vill sälja sina företag till studenter utan att tro att studenterna raserar det de byggt upp är en annan fråga vi ställt oss och här kom vi fram till att det är lättare inom vissa regioner att sälja till en extern köpare. I mindre städer är det mer angeläget att man lämnar över till någon man känner som tar väl hand om företaget i framtiden antingen en familjemedlem eller genom MBO. Vad som också är väldigt tydligt är att ägarna mycket hellre säljer till en operationell ägare än en finansiell. Många nämner att sista kronan inte är det viktiga vid en försäljning utan att de istället vill hitta rätt köpare. Detta gör att om man är villig att kavla upp armarna och visa ägaren att man är driven och verkligen vill föra företaget framåt så är en affär långt ifrån omöjlig. Men man måste vara tydlig med sina intentioner.

Att köpa ett redan etablerat företag visar sig vara ett utomordentligt alternativ till att bli anställd på någon stor firma eller starta eget från grunden. Visst finns en del hinder på vägen där finansieringen är allokerat som det enskilt största, men vi vill hävda att det inte är större hinder än att starta något från grunden. Förutsett att man hittar ett företag i en bransch där man är villig att verka så är detta ett bra alternativ. Kanske finns redan alla de kunskaper man behöver i företaget? Visst krävs en hel del research, värdering, och arbete bakom ett förvärv, men det kan vara den bästa affären du någonsin gör.

När det gäller värderingsprocessen så anser vi att likt teorin och empirin är det av ytterst vikt att det görs en noggrann genomlysning av företaget man skall köpa. Att börja med Porters femkraftsmodell och en SWOT-analys för att göra övergripande analyser på bransch, kunder, företagets möjligheter, och dylikt är bra. Detta kompletteras med beräkningar för att få fram värden på företaget. Här har vi kommit fram till att precis som teorin och empirin har diskuterat så är nuvärdet på kassaflöden är den bästa modellen, men vi skulle verkligen råda köparen till att använda fler modeller för att bredda analysen, samt att man vid en prispförhandling lätt då kan märka om säljaren räknat på samma sätt och vad har vill använda för argument för att få upp priset. För att avsluta värderingsprocessen är det mycket viktigt att man genomför en så kallad due diligence. Denna kommer att visa om köpobjektet har några icke redovisade fallgropar. Vi skulle varmt rekommendera att man anlitar en extern konsult för detta moment. Här är en oberoende revisor en god investering eftersom de har stor kunskap av denna typ av tjänster.

Vid slutförhandlingen skulle vi vilja rekommendera köparen att få in en tilläggsköpeskilling, då detta är något som gynnar alla parter. Dels motiverar det säljaren att stanna kvar i företaget under en övergångsperiod, och dels försäkrar man sig om att den samma verkligen tror på de prognoser han angivit för företagets avkastning och utveckling.

När vi frågade om det fanns något i dagens utbildning som saknades, kunde vi dra slutsatsen att många skulle vilja se ett större samarbete genom nätverk med mindre företag och dagens högskolor. Detta för att underlätta övertagandet av dessa bolag i framtiden och få oss intresserade av dessa.

6.2 Finansieringen

Den svåraste frågan när och om vi studenter vill och kan köpa redan etablerade företag är finansieringen. Oftast är en nyutexaminerad och god ekonomi knappast synonym, och det är sällan som en student lyckas spara till det relativt stora kapital som behövs. Bankerna har dessutom skärpt sina kreditkrav efter finanskrisen med både kortare amorteringsplan samt mindre bidragande del av finansieringen. Lyckligtvis så har det visat sig genom denna uppsats att det finns alternativ. Om det inte räcker med eget kapital samt ett traditionellt banklån för att täcka hela köpeskillingen så bör man i första hand kontakta Almi som har ett mycket behjälpligt bemötande och kan komma med bra tips och infallsvinklar som kan vara bra för en förstagångsförvärvare att ta del av. En av de viktigaste slutsatserna vi fått av möten med finansiärer är att ha en noggrann och välplanerad finansiell plan som innehåller avbetalningsplan, räntor, och budget för några år framåt. Detta ger ett seriöst intryck och bevisar att man noga tänkt över sin affär och har då större möjlighet att få lån. Kanske till och med kan man tack vare detta lyckas förhandla ner räntan något.

Skulle inte heller detta räcka utan mer kapital behövs så kan det vara en idé att kontakta riskkapitalister eller en affärsängel. Men detta bör vara sista utvägen då de kräver en ägarandel i företaget. Innan man tar det steget bör man alltså söka igenom sina nätverk för att hitta andra personer att låna av. Viktigt vid ett sådant lån är att man skriver ett avtal så att det inte blir några missförstånd som kan ödelägga både vänskap och affärer.

Det som förvånade oss lite, och som vi inte kunde hitta i teorierna var det starka avtagande många av företagsledarna gjorde mot försäljningar där en finansiell ägare var inblandad. Detta såg man negativt på och var rädd att den nya ägaren då bara hade för avsikt att krama ur de sista kronorna ur företaget och inte bry sig om de anställda, företaget, samt den gamla ägarens rykten. Det man klart förespråkade var en strikt operationell ägare som gick in som VD för bolaget och inte behövde ta order från en annan storägare med andra avsikter.

Detta var även något man nämnde på PWC då de menade att företagsledare uppger detta i sina önsknings, samt att stora finansiella uppköpare har svårare att hitta säljvilliga objekt. Om detta är ett svall från finanskrisen då många investmentbanker världen över vacklade och

företag tvingades säga upp personal till följd, eller om det är en djupare förankrade tankegång fick vi dock inte svar på. Men det kan vara till stor nytta när man skall göra en affär med en säljare av ett företag han ägt länge.

6.3 Diskussion

I vår studie diskuterar vi vilken möjlighet man har som student att köpa ett redan etablerat företag nu när 40-talisterna börjar sälja av sina företag och hur synen på oss är.

Vi fick tidigt klart för oss att företagsförmedlingar och intresse organisationer var intresserade av vad vi skrev. Tydligast var detta hos organisationen Företagarna där de ser hur deras medlemmar blir äldre och äldre. De vill se en förnygring bland rikets företagare men vet hur svårt det är att lösa bland annat finansieringsbiten.

Genom rapporten har vi fått reda på hur svårt det är för många egna företagare att öppna sig och vilken känslig fråga en företagsförsäljning är beroende av om de ligger i mindre eller större städer.

6.4 Vidare studier

Förslag till vidare studier är hur man skulle kunna komma upp med ett bra sätt att göra ett riskkapitalavdrag möjligt utan att detta missbrukas och statens skattepolitik rasar samman. Ett annat förslag till vidare studier är vidare hur ett mentorprogram för övertagande av företag skulle gå till och finansieras för att få en förnygring av företagskulturen i Sverige. Ett ytterligare förslag skulle kunna vara att man sätter denna uppsats i ett internationellt perspektiv. Hur ser det ut för nytutexaminerade studenter i andra länder? Har man samma finansieringsproblem, och lika åldersstigen kull av företagsledare?

Det skulle också vara intressant att undersöka juridiska och skattetekniska regler för förvärv, men kanske framförallt vid försäljningen av företag. Anledningen till att inte dessa ämnen inkluderats i studien är att de var för sig är så pass omfattande att de skulle kunna vara huvudämnet i en egen studie.

Källhänvisning

Litteratur

- Aczel, A. D. (2002) Complete Business Statistics, femte upplagan
Cedar, Peter, 2007, Ägna tid åt ägarskiftet, svenskt näringsliv
- Christensen, Dorit, 2007, Meningsfullt arbete via "solidariska" chefer: en studie om skapande av framtida meningsfullt arbete efter ett företagsuppköp, Göteborg
- Copeland, Weston, Shastri, 2005, Financial Theory and Corporate Policy, Fourth Edition
- Hult, Magnus, 2003, Värdering av företag, liber ekonomi, Malmö
- Johansson, Sven-Erik och Hult, Magnus, 2002, Köpa och sälja företag, Industrilitteratur, Uppsala
- Johansson, Sven-Erik, 2005, Familjeföretaget, Liber AB, Malmö
- Kleppstö, Stein 1993, Kultur och identitet vid företagsuppköp och fusioner,
- Lundal, Ulf. Skärvad, Per-Hugo, 1999, Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer, studentlitteratur, Lund
- Nyman, Michael, 2002, Riskkapital, Private-equity och venture capital-investeringar, Norstedt juridik, Stockholm
- Orrbeck, Martin, 2006, Företagsförvärv i praktiken, studentlitteratur, Lund
- Sevenius, Robert, 2003, Företagsförvärv, Studentlitteratur, Lund
- Trost, Jan, 2005, kvalitativa intervjuer, studentlitteratur, Lund
- Trost, Jan, 2002 kvantitativa intervjuer, studentlitteratur, Lund
- Porter, Michael E, 2008, The five competitive forces that shape strategy, Harvard Business Review
- Företagarna. April 2009. Generationsskifte.
- Företagarna, April 2009, Företag till salu-Vem tar över företagen när 40-talisterna går i pension?

Internetkällor

http://www.scb.se/Pages/Product____23262.aspx

<http://www.privataffarer.se/smaforetag/200702/rekordmanga-foretag-till-salu-nar-40-talister-saljer-ut/>

Rekordmånga företag till salu när 40-talister säljer ut, Christer Fälldin, 2010-05-02

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3265&artikel=3152968>

Svårare att sälja företag när färre får låna , Lisen Elowson Tosting 2010-04-15

<http://www.foretagarna.se/Global/Rapporter/2009/Tar%20ungdomarna%20%C3%B6ver.pdf>

<http://www.ssd.scb.se/databaser/makro/start.asp>

<http://www.va.se/nyheter/2010/03/19/ny-generation-tar-over/>

Ny generation tar över, Tove Carlén och Ulf Petersson, 2010-05-08

Bilagor

Frågor till PWC corporate finance:

Hur ser corporate finance avdelningen ut här på PWC och vad är din roll?

Hur går ett generationsskifte/ägarbyte till?

Vad är PWCs roll i affären?

Hur går en värdering av företaget till, vilka modeller använder ni?

Har andra modeller börjat användas efter finanskrisen?

Känner ni att bankerna har blivit mindre angelägna att låna ut pengar?

Hur påverkas marknaden nu när så många av 40-talisternas företag ska ut på marknaden?

Hur ser den typiske ägaren ut?

Skulle fler företag säljas om ägaren arbetade kvar?

Eller om köparen först jobbat in sig i företaget?

Vad skulle krävas att vi som studenter skulle kunna köpa företag?

Finns det något som du anser saknas i dagens utbildningar?

Gör politikerna det som krävs för att underlätta generationsskiftet och alla de jobb som finns i dessa företag?

Vet du om någon annan vi bör kontakta?

Frågor till Swedbank företagsförmedling:

Hur ser företagsförmedlingen ut här på swedbank och vad är din roll?

Hur går ett generationsskifte/ägarbyte till?

Vad är er roll i affären?

Hur går en värdering av företaget till, vilka modeller använder ni?

Har andra modeller börjat användas efter finanskrisen?

Känner ni att bankerna har blivit mindre angelägna att låna ut pengar?

Hur påverkas marknaden nu när så många av 40-talisternas företag ska ut på marknaden?

Hur ser den typiske ägaren ut?

Skulle fler företag säljas om ägaren arbetade kvar?

Eller om köparen först jobbat in sig i företaget?

Vad skulle krävas att vi som studenter skulle kunna köpa företag?

Finns det något som du anser saknas i dagens utbildningar?

Gör politikerna det som krävs för att underlätta generationsskiftet och alla de jobb som finns i dessa företag?

Ofta vill politikerna satsa på nya jobb, men man måste ju också satsa på att behålla redan skapade jobb?

Vet du om någon annan vi bör kontakta?

Hur kommer vi enklast i kontakt med företagare som står inför ett generationsskifte, finns något register?

Frågor till företagarna:

Frågor till företagare som står inför ett generationsskifte.

Har du börjat fundera över ägarskiftet?

Finns det någon naturlig arvtagare?

Vem har du tänkt anlita för värdering/förmedling?

Vem vill du ska driva ditt företag vidare?

Hur ser du på värderingen av ditt företag?

Vad har du för syn på dagens Högskoleutbildning?

Kunde du se att ditt företag togs över av en Student med bakgrund från Handelshögskola?

Vad kan politikerna göra för att underlätta ägarskiftet?

Någon annan du känner som vi kan kontakta som står inför samma situation?