Come valutare una piccola impresa e quanto conviene vendere

È una domanda che la maggior parte dei proprietari di piccole imprese si porrà a un certo punto: a quanto potrei vendere la mia attività? Anche se in questo momento non si è concretamente interessati a vendere la propria attività, è sempre utile sapere quanto sarebbe il valore di vendita.

Esiste un mantra nel mondo degli affari secondo cui, quando si tratta di valutare un business da vendere, si otterrà soltanto quanto una persona è disposta a pagare per esso; ma questo non è del tutto vero, e non è affatto utile nel momento in cui si è seriamente intenzionati a pubblicare un annuncio di comprare attivita supespeciale.

Se ci si sta chiedendo quanto valga la propria attività commerciale, ecco alcuni suggerimenti per la valutazione. Se si tratta di un'attività di franchising, è probabile che il prezzo di vendita sia uniforme, quindi i seguenti consigli sono comunque applicabili.

Beni materiali

Innanzitutto, bisogna calcolare il valore delle immobilizzazioni. Si tratta di beni con un valore stabile e chiaro come il magazzino, le attrezzature, i macchinari e la proprietà o il terreno in cui è situata l'attività.

Natura dell'attività

Il secondo aspetto che determina il valore dell'attività da vendere è la natura della stessa. Se si gestisce un'impresa di successo a Torino che sta aumentando le vendite, si può elencare la attività commerciali in vendita a un prezzo maggiore. Se l'attività invece è in calo da diversi anni a causa della mancanza di domanda, ciò influirà sul valore complessivo della vendita. Le startup sono spesso più apprezzate rispetto alle imprese più vecchie, a causa del loro potenziale di crescita.

Natura della vendita

Le aziende vendute volontariamente mentre sono ancora in buona posizione finanziaria sono generalmente valutate di più rispetto a quelle vendute forzatamente, a causa di una scarsa reputazione o di problemi finanziari.

Tipologie di valutazione

Le variabili di cui sopra possono influire sul valore di un'azienda e sono solitamente da accostare a una serie di altri metodi di valutazione, incluso il rapporto prezzo/utili. Questo viene solitamente utilizzato per le aziende più vecchie, che godono di anni di guadagni/profitti alle spalle.

Un’altra valutazione spesso utilizzata è il metodo basato sul costo d’ingresso, che utilizza il prezzo di avvio di un'attività simile e nuova di zecca per determinare il valore della propria attività esistente.

Esistono numerosi altri metodi, come il flusso di cassa attualizzato, sebbene questo sia più complesso e particolarmente adatto ad aziende con guadagni garantiti, come le società di servizi pubblici o energetiche.

Conclusioni

Conoscere il valore di vendita della propria attività non è un compito facile e non esiste una somma "giusta", ma i suggerimenti di cui sopra dovrebbero consentire di determinare il prezzo più accurato ed equo possibile.