گزارش خبر
NEWSREPORT
کد خبر: ۴۵۵۰۳۵
پنج شنبه ۷ بهمن ۱۴۰۰ ۲۲:۰۰

۹ نکته کلیدی عرضه اولیه سهام استارت آپ ها

هر استارت آپ یک کسب و کار جدید است و یکی از ویژگی‌های مهم استارت آپ‌ها این است که از ظرفیت رشد بالایی برخوردار هستند.

به گزارش واحد بورس، بانک و بیمه گزارش خبر، استارت آپ ها، شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپایی هستند که یا در حوزه فناوری فعالیت می‌کنند یا بستر فعالیت آنها با استفاده از فناوری‌های نوین شکل گرفته است. هر استارت آپ یک کسب و کار جدید است. یکی از ویژگی‌های مهم استارت آپ‌ها این است که از ظرفیت رشد بالایی برخوردار هستند.

یکی از راه‌های رونق استارت آپ‌ها، ورود به بازار سرمایه است. با این حال، استارت آپ‌ها مفهومی ناشناخته برای فعالان بورس بشمار می‌روند. بر این اساس، برای ورود موفقیت‌آمیز استارت آپ‌ها به بازار سرمایه لازم است فعالان این بازار با استارت آپ های پلتفرمی، الگوی کسب و کار، الگوی رشد و توسعه همچنین نگاه متفاوت به ارزش گذاری آنها در بازار سرمایه آشنا شوند.

با نگاهی به فهرست استارت آپ های موفق آمریکایی که از طریق عرضه اولیه وارد بازار سرمایه شدند، می‌توان به اهمیت این کسب و کارهای نوپا در رونق بخشیدن به فعالیت‌های بازار سرمایه و توسعه این شرکت‌ها پی برد. در این میان، توجه به برخی نکات کلیدی درباره عرضه اولیه استارت‌آپ‌ها در بورس از اهمیت بالایی برخوردار است.

۱- شرایط سودآوری در زمان عرضه اولیه: سودآوری مسئله اصلی سرمایه‌گذاران نیست. سودآوری به هیچ وجه شرط لازم برای یک عرضه اولیه موفق نیست. بیشتر شرکت‌های استارت آپی در زمان عرضه اولیه زیان‌ده هستند. در سال ۲۰۱۹ بیش از ۸۰ درصد شرکت‌های فناوری محور در زمان عرضه اولیه زیان‌ده بودند. به عنوان نمونه، شرکت‌های لیفت، آمازون و اوبر که از رشد بالای درآمدی برخوردارند در زمان عرضه اولیه زیان‌ده بودند و مدتی طول کشید تا رشد چندبرابری در کسب و کار و قیمت سهام جربه کنند.

۲- بازار قابل دسترس بزرگ: در بررسی تمام استارت آپ های عرضه اولیه شده، یکی از دلایل اصلی ارزش گذاری بالای این شرکت‌ها از سوی سرمایه گذاران، بازار بزرگ و قابل دسترس این کسب و کارها است.

۳- تصویر برند: آگاهی از برند و موقعیت در بازار از دیگر مواردی است که سرمایه‌گذاران توجه زیادی به آن دارند. به عنوان مثال، شرکت لیفت در زمان عرضه اولیه بین ۲۰ تا ۳۰ درصد بازار را در اختیار داشت اما بیش از ۹۵ درصد کاربران بازار درخواست خودرو، لیفت را به عنوان یک بازیگر قوی در این حوزه می‌شناختند.

۴- ظرفیت افزایش درآمد: بسیاری از استارت آپ ها این ظرفیت را دارند، درآمد عملیاتی را از راه‌های مختلف افزایش دهند و این نکته‌ای است که سرمایه‌گذاران توجه خاصی به آن دارند.

۵- افزایش سهم بازار: سرمایه‌گذاران همیشه در اطلاعات تاریخی شرکت‌ها به دنبال شواهدی می‌گردند که نشان‌دهنده توانمندی عملیاتی و فنی شرکت برای افزایش سهم بازار باشد. چرا که در این صورت می‌توانند امید بیشتری به آینده آن شرکت داشته باشند.

۶- افزایش پایدار کاربران گوشی هوشمند: با توجه به اینکه محصول بیشتر شرکت‌های فناوری محور بصورت اپلیکیشن به بازار عرضه می‌شود، مواردی همچون ضریب نفوذ گوشی‌های هوشمند بین مردم و ضریب نفوذ اپلیکیشن در بین کاربران از اهمیت زیادی برخوردار است.

۷- ورود به کسب و کارهای جدید: در بررسی پلتفرم‌ها و استارت‌آپ ها، همواره امکان توسعه افقی بازار بر اساس شبکه کاربران موجود و ظرفیت عملیاتی و فنی گروه، مورد بررسی قرار می‌گیرد و سرمایه‌گذاران ارزش زیادی برای این موضوع قائل هستند.

۸- اثر شبکه‌ای: اثر شبکه‌ای از مهمترین مواردی است که سرمایه‌گذاران در بحث ارزش گذاری پلتفرم‌ها در نظر می‌گیرند. زمانی که با افزایش تعداد کاربران یک محصول به ارزش، جذابیت یا کیفیت آن محصول اضافه می‌شود، اثر شبکه‌ای رخ می دهد.

۹- نسبت P/S: یکی از نسبت‌های مهم در ارزش گذاری شرکت‌ها، نسبت P/S است که حاصل تقسیم ارزش بازار شرکت به درآمد ۱۲ ماهه است. این نسبت برای مقایسه و ارزش گذاری شرکت‌هایی استفاده می‌شود که در صنایع جوان با ظرفیت رشد بالا فعالیت می‌کنند.