

## IPO Facebook, Inc. (FB)



facebook®

### Popis společnosti:

Největší sociální síť na světě, která má více jak 840 000 000 aktivních uživatelů. Plně přeložena do 68 jazyků. V USA Facebook předstihl Google a sesadil jej z pozice nejnavštěvovanějšího webu. V ČR uvádí Facebook přes 3 miliony uživatelů.

- Na FB je 845 milionů měsíčně aktivních uživatelů
- FB je přeložen do 68 jazyků
- FB je nejnavštěvovanější web v USA
- Více než 1 z 10 lidí na světě používá FB
- FB má v ČR více než 3 miliony uživatelů

**THE STATE  
OF FACEBOOK:**



**800 MILLION  
USERS**

MORE THAN

**1 IN 10**

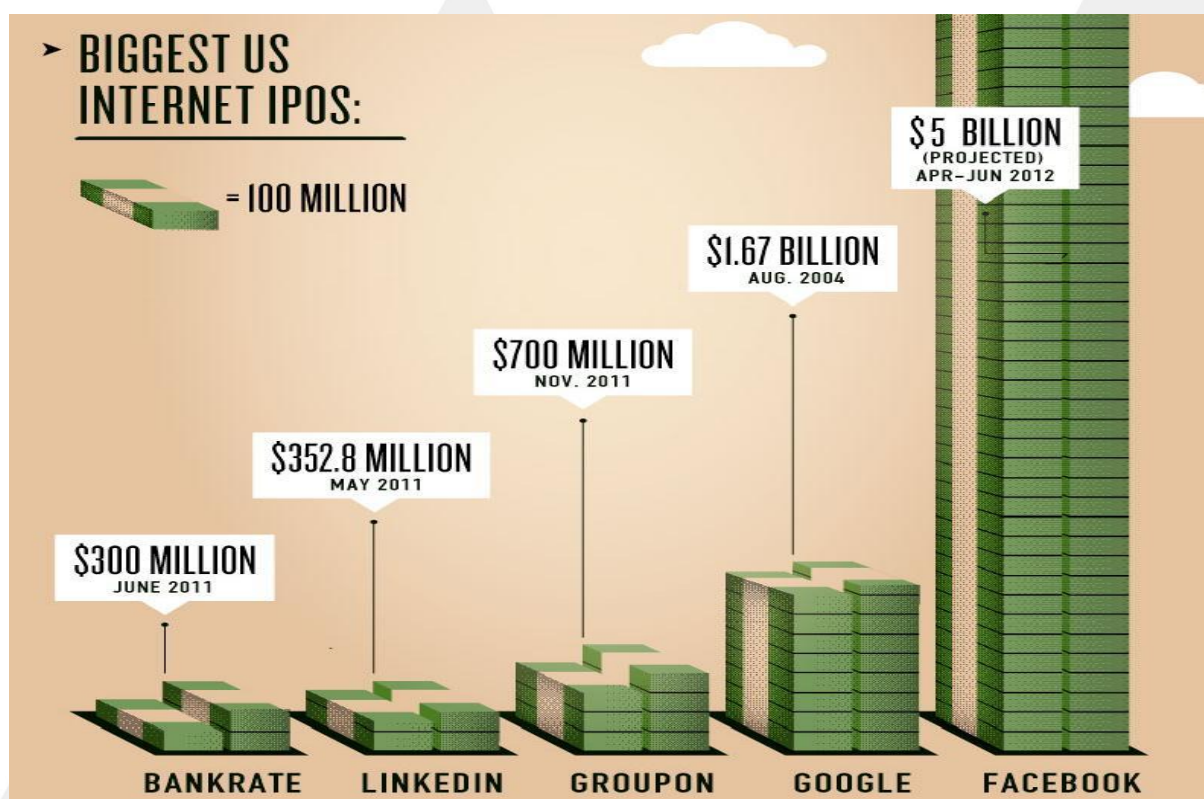
**HUMANS ON EARTH  
USES FACEBOOK**

zdroj: <http://www.tyinternety.cz/novinky/facebook-udajne-vstoupi-na-burzu-treti-tyden-v-kvetnu1-5838>

## IPO Facebooku bude jedním z největších v historii internetu

Ocenění společnosti přesáhne podle odhadů **100 miliard dolarů** (pro srovnání, částka odpovídá něco přes 50 % českého HDP). Facebook by tak od nových investorů měl vybrat 5 miliard dolarů. To znamená, že Facebook převyší dosud největší internetové IPO společnosti Google **3x** a dosud druhé největší IPO společnosti Groupon dokonce **více jak 7x!**

- Ocenění FB přesáhne 100 miliard dolarů
- Od nových investorů FB vybere 5 miliard dolarů
- FB převyší hned 3x dosud největší internetové IPO společnosti Google



zdroj: <http://www.tyinternety.cz/novinky/facebook-udajne-vstoupi-na-burzu-treti-tyden-v-kvetnu1-5838>

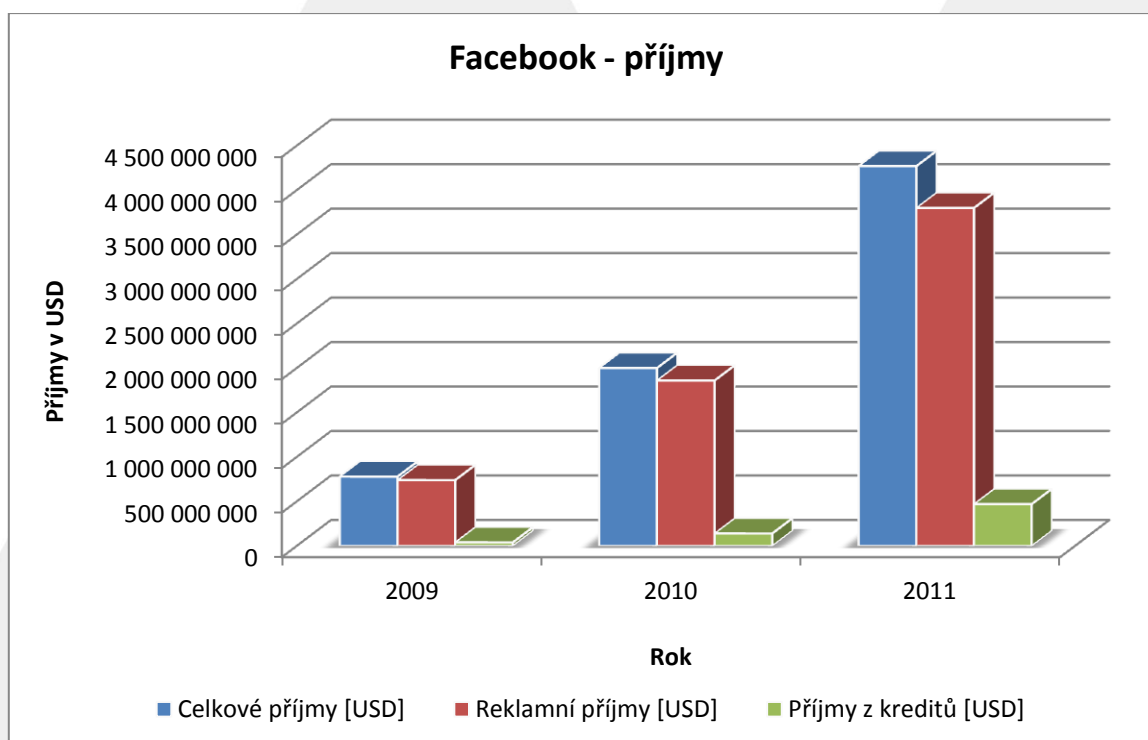
Výnosnost od IPO do 3. 2. 2012				
Datum IPO	Společnost	IPO cena	Aktuální cena	Výnosnost
červen 11	Bankrate [USD]	15	24,5	63 %
květen 11	LinkedIn [USD]	45	77	71 %
listopad 11	Groupon [USD]	20	24	20 %
srpen 04	Google [USD]	85	585	588 %

## Příjmy Facebooku každý rok vzrostou o více jak 100 %

Příjmy společnosti vzrostly ze 780 milionů dolarů v roce 2009 na 2 miliardy dolarů v roce 2010, což je meziroční nárůst o **více než 150 %** a na 4,27 miliardy v roce 2011, což je **více než 100 %** meziročního růstu. 89 % těchto příjmů pochází čistě z reklamy a zbytek z kreditů na Facebooku. Jak je vidět v tabulce, kredity na Facebooku rostou velice rychle. Konkurenční Google a Yahoo! si mohou o podobných příjmech z tradiční reklamy nechat zdát.

- **Od roku 2008 se příjmy společnosti každý rok více než zdvojnásobily**

Facebook - příjmy			
	2009	2010	2011
<b>Reklamní příjmy [USD]</b>	740 000 000	1 860 000 000	3 800 000 000
<b>Příjmy z kreditů [USD]</b>	40 000 000	140 000 000	470 000 000
<b>Celkové příjmy [USD]</b>	780 000 000	2 000 000 000	4 270 000 000
<b>Meziroční nárůst [%]</b>		<b>156 %</b>	<b>114 %</b>



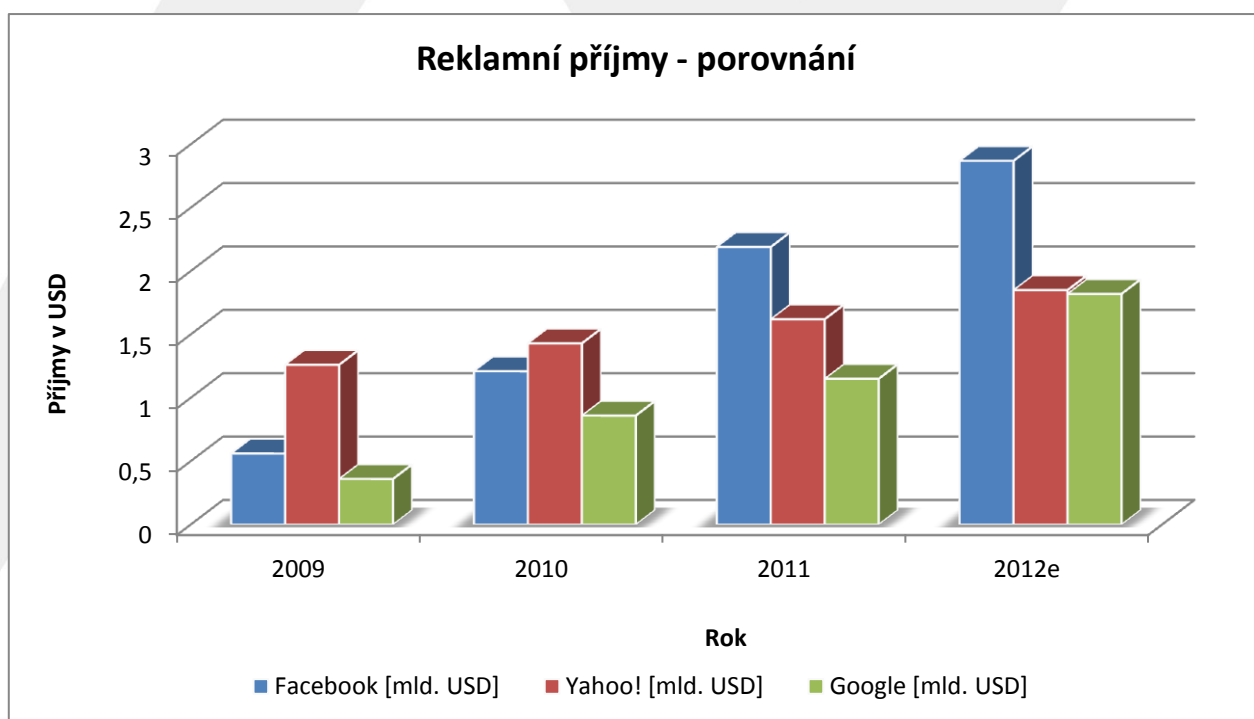
## Facebook dominuje ohledně příjmů z internetových reklam


Reklamní příjmy Facebooku každý rok rostou a to na úkor konkurenčních společností. Do roku 2010 nejvíce profitovala z celkových reklamních příjmů společnost Yahoo!, kterou již v roce 2010 dohnal Facebook, když svůj příjem z internetových reklam zdvojnásobil a od roku 2011 na trhu dominuje.

- Od roku 2011 FB dominuje s podílem 17,76 % z celkových online reklamních příjmů v USA

Reklamní příjmy – porovnání [mld. USD]				
	2009	2010	2011	2012e
Facebook [mld. USD]	0,56	1,21	<b>2,19</b>	<b>2,87</b>
Yahoo! [mld. USD]	<b>1,26</b>	<b>1,43</b>	1,62	1,85
Google [mld. USD]	0,36	0,86	1,15	1,82
Ostatní [mld. USD]	5,79	6,41	7,37	8,28
<b>Celkem [mld. USD]</b>	<b>7,97</b>	<b>9,91</b>	<b>12,33</b>	<b>14,82</b>

Reklamní příjmy – porovnání [%]				
	2009	2010	2011	2012e
Facebook	7,03 %	12,21 %	<b>17,76 %</b>	<b>19,37 %</b>
Yahoo!	<b>15,81 %</b>	<b>14,43 %</b>	13,14 %	12,48 %
Google	4,52 %	8,68 %	9,33 %	12,28 %
Ostatní	72,65 %	64,68 %	59,77 %	55,87 %
<b>Celkem [mld. USD]</b>	<b>7,97</b>	<b>9,91</b>	<b>12,33</b>	<b>14,82</b>





**Tento materiál je pouze informativního charakteru. Nejedná se o investiční doporučení, které by splňovalo náležitosti vyhlášky ČNB č. 114/2006 Sb., o poctivé prezentaci investičních doporučení. Nejde o propagaci nákupu cenných papírů, jde o aktuálně předpokládané skutečnosti. Výše uvedené informace jsou obecně známé a veřejně dostupné. Obchody s cennými papíry mohou vždy vést jak k zisku, tak ke ztrátě!**