



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

معاونت کسب و کار

مدیریت کسب و کار نوین و توسعه خدمات عضویت

استراتژی های خروج از استارتاپ



مقدمه:

استراتژی خروج یک برنامه پیش بینانه است که توسط کارآفرین، سرمایه گذار فرشته یا صندوق های سرمایه گذاری خطرپذیر به منظور تسویه یا نقد نمودن دارایی های مالی یا سایر دارایی های ملموس در زمان خروج هر یک از سهامداران مذکور از شرکت اجرا می شود. این برنامه زمانی که معیارهای از پیش تعیین شده کسب و کار محقق شده یا فراتر از حدود مورد توافق قرار گرفته باشد، انجام می شود. استراتژی خروج ممکن است به منظور خروج از یک سرمایه گذاری غیرفعال و یا اختتام یک کسب و کار غیر سودآور انجام شود. در این صورت هدف استراتژی خروج محدود کردن ضرر و زیان است. همچنین ممکن است استراتژی خروج زمانی که یک سرمایه گذار و یا یک کسب و کار سرمایه گذاری شده، اهداف مالی خود را برآورده کرده باشد. دلایل دیگر برای اجرای استراتژی خروج ممکن است به خاطر: تغییرات قابل توجه در شرایط بازار با توجه به یک رویداد فاجعه بار؛ دلایل قانونی، پرونده های حقوقی و... باشد و یا به این دلیل ساده که مالک یا سرمایه گذار شرکت قصد کناره گیری دارد و می خواهد پولش را نقد کند باشد.

«استراتژی خروج شما چیست؟» این یکی از متداول ترین سوالاتی است که از استارتاپ ها و یا شرکت های تازه تأسیس پرسیده می شود، اما بسیاری از کارآفرینان به استراتژی های خروج خود توجه نمی کنند. برخلاف این که فکر کردن به استراتژی خروج در همان ابتدای کار غیرمنطقی به نظر می رسد، اما این کار به شما کمک می کند تا ساختار و نحوه عملکرد شرکت خود را مشخص کنید. بسیاری از سرمایه گذاران تمایل دارند که قبل از سرمایه گذاری از ایده شما برای استراتژی خروج آگاه باشند. به خاطر داشته باشید که این استراتژی های متنوع انحصاری نیستند و ممکن است شرکت شما در طول دوران حیاتش یک یا بیش از یک استراتژی را تجربه کند.



۱) گاو شیرده (Cash Cow):

ساده ترین پاسخ برای این سوال که «استراتژی خروج شما چیست؟» این است که بگویید "هیچ". با این حال بسیاری از سرمایه گذاران تمایل دارند تا به حرکت خود ادامه و بازده سرمایه خود را مشاهده کنند. بنابراین اگر فرصتی برای فروش سهامشان وجود نداشته باشد نمی توانند نتیجه دلخواه را کسب کنند. بسیاری از کارآفرینان سریالی ترجیح می دهند به جای آنکه مدت زمان زیادی را در یک کسب و کار بمانند، از آن خارج شده و پروژه های جدیدی را آغاز کنند.

اگر شرکت شما در یک بازار پایدار و امن قرار دارد و دارای جریان درآمدی ثابت است، سرمایه گذاران را کنار گذاشته و به دنبال فردی باشید تا بتوانید به آن اعتماد کرده و ادامه کار را به او بسپارید و باقی مانده سرمایه خود را برای توسعه ایده بعدی خود استفاده کنید. با این کار شما مالکیت خود را حفظ کرده و از درآمد سالانه برخوردار خواهید بود. یک گاو شیرده نیاز به تغذیه دائمی دارد تا سالم بماند.

۲) ادغام و اکتساب (Merger & Acquisition):

ادغام و اکتساب (M&A) برای یک استارتاپ به معنای فروش تمام یا بخشی از شرکت (دارایی ها یا سهام) به شخص یا نهاد دیگر می باشد. برای جلوگیری از برداشت نادرست باید بگوییم که ادغام و اکتساب سهام یک شرکت متفاوت از صدور سهام در دوره جذب سرمایه است.

در دوران جذب سرمایه، سرمایه گذار معمولاً سهام را مستقیماً از خود شرکت خریداری می کند و تمامی سهامداران فعلی به کار خود ادامه می دهند. در حالیکه در ادغام و اکتساب، کلیه سهام باقیمانده و سهامی که قبلاً به فروش رفته از سهامداران فعلی به شخص ثالث واگذار می گردد. در واقع صاحبان فعلی سهام، سهامشان را فروخته و در ازای آن



پول نقد (یا دارایی مشابه) دریافت می کنند. این نقد شدن سرمایه که در حالت ایده آل شامل سرمایه اولیه و سود آن است، "خروج" محسوب می شود.

درواقع این به معنای ادغام با یک شرکت مشابه یا خریداری شدن توسط شرکت های بزرگ است. این یک حالت برد-برد برای شرکت های مشابه است که با ادغام شدن منابع خود را ذخیره کنند؛ و برای شرکت های بزرگ یک روش کارآمدتر و سریعتر برای افزایش درآمد آنها، نسبت به ایجاد یک محصول جدید به صورت سنتی می باشد.

(۳) عرضه اولیه سهام (IPO):

در دوران حباب های استارتاپی در اواخر قرن ۲۰ و اوایل قرن ۲۱، استارتاپ هایی که از مزایای نامحدود بازار ایجاد شده، یعنی فروش آنلاین، هیجان زده بودند، شتاب زده به سمت خط پایان IPO هجوم بردند. پس از آنکه این حباب ترکید، استارتاپ ها بر روی رشد متعادل تر و پایدارتر متمرکز شدند. این ذهنیت از IPO که هدف نهایی است رویکرد بعضی از شرکت ها را تعدیل کرد، اما هنوز هم IPO یکی از متداول ترین استراتژی های خروج، برای شرکت هایی است که ارزشمند می شوند.

فیس بوک، توییتر و اسنپ چت همگی فرایند IPO را پشت سر گذاشته اند و درمورد استارتاپ های معروف دیگری مانند Airbnb این شایعه وجود داشت که در سال ۲۰۱۷ فرایند IPO را انجام دهد. اگر چه IPO یک برنامه کوتاه مدت نیست ولی هنوز هدف نهایی بسیاری از استارتاپ ها می باشد.

(۴) فروش به یک دوست:

این مورد M&A محسوب نمی شود زیرا دو نهاد یا شرکت را با هم ادغام نمی کند اما با این وجود فرصت بسیار خوبی برای بدست آوردن پول نقد است. بنابراین شما می توانید به سرمایه گذاران پول پرداخت کنید، کمی



استراحت کنید و آماده شوید تا همه چیز را دوباره انجام دهید. خریدار ایده آل شخصی است که مهارت و علاقه بیشتری در حوزه های عملیاتی کسب و کار را دارد و توانایی گسترش آن را خواهد داشت.

برای برخی، داشتن استراتژی خروج امر منفی به نظر می‌رسد. در حقیقت، بهترین دلیل داشتن استراتژی خروج برنامه ریزی این است که چگونه یک وضعیت خوب را بهینه سازی کنیم، نه این که از یک وضعیت بد خارج شویم. روش های زیادی برای خروج از کسب و کار وجود دارد که جذابیت و سودآوری کمتری دارند، از جمله فروش یا نقد کردن سهام (درحالی که سایر سهامداران فعالیت خود را ادامه می‌دهند) یا حتی انحلال کامل شرکت. البته ممکن است زمانی که شرکت خود را تأسیس می‌کردید به این استراتژی ها فکر نکرده باشید، اما این روش ها می‌توانند روش های مفیدی برای خروج از یک شرکت باشند.

فکر کردن به استراتژی خروج از همان ابتدای تأسیس شرکت نه تنها در هنگام رشد شرکت به شما کمک می‌کند بلکه به سرمایه گذاران و سود نهایی آنها نیز کمک می‌کند. هر گزینه ای مزایا و معایب خاص خود را دارد و سرمایه گذاران نیز ممکن است ایده های خود را داشته باشند.

منابع:

(۱) <https://www.entrepreneur.com/article/217842>

(۲) <https://www.tmtindustryinsider.com/2017/10/exit-strategies-for-startups/>