

برای توسعه هر نوع فعالیت، پیش شرطهایی متناسب با آن فعالیت مورد نیاز است. برای مثال، آنچه پیش شرط توسعه فعالیت بازرگانی محسوب می‌شود، تقریباً در سایر فعالیتها نقش ندارد، مگر آنکه از یک پیش شرط عمومی به نام پول اسم ببریم. به این دلیل، علاوه بر پیش شرط پول، که عمومیت دارد و هر فعالیتی - و نیز هر توسعه‌ای وابسته به آن است، پیش شرطهای

دیگسر در اینجا بررسی نمی‌شود، زیرا باید در مقاله‌های جداگانه به آن پرداخت. هرچند این پیش شرطها نیز حایز اهمیت است. در ابتدا چهار نمونه از سؤوالهایی که پیرامون روشهای افزایش سرمایه دریافت کرده‌ایم، نقل می‌شود و سپس با رعایت اختصار برای هر کدام پاسخی عرضه می‌گردد و اینک آن چهار سؤال:

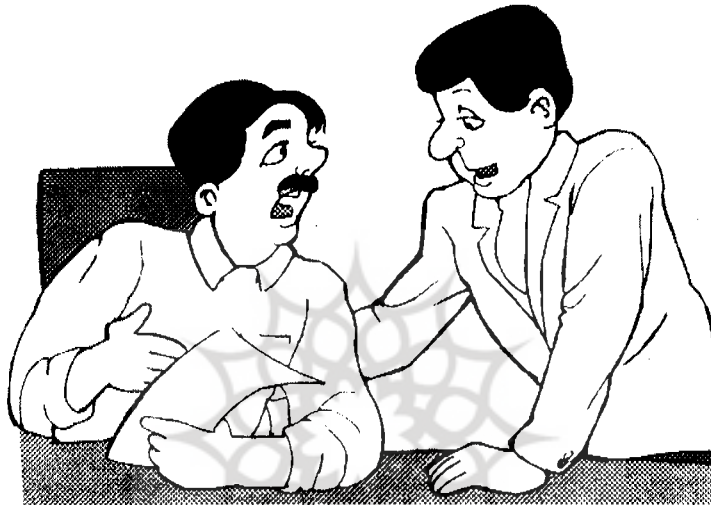
۱. مؤسسه ما کوچک است، ولی امکانات بسیار زیاد برای توسعه داریم. البته این

امکانات بالقوه است ولی می‌توان آن را بالفعل ساخت. با اینحال، یک مشکل اساسی داریم و آن اینکه نمی‌دانیم از کجا می‌توانیم پول لازم برای گسترش فعالیت را تأمین کنیم.

۲. تاکنون همواره تلاش کرده‌ام، هیچ فرصتی را برای افزایش موجودی، از طریق جذب سرمایه جدید، از دست ندهم. اما حالا با یک سؤال پیچیده مواجه شده‌ام: آیا می‌توانم از طریق گرفتن وام بلندمدت نسبت به افزایش سرمایه اقدام کنم؟

۳. به طوری که می‌دانید، تقریباً در هر کشوری یک بازار بورس وجود دارد که سهام این با آن سازمان از طریق آن به علاقمندان عرضه می‌شود. با اینحال، مراحل یا روش راه یافتن به این بازار را نمی‌دانم. به علاوه، دقیقاً برای روشن نیست که قیمت سهامی که در بازار بورس خرید و فروش می‌کنند، چگونه تعیین می‌شود.

۴. سازمان کوچک ما اخیراً در یک



افزایش سرمایه برای توسعه فعالیت

جان ولش

ترجمه و اقتباس: دکتر غلامعلی سرمد

شرکت بسیار بزرگ ادغام شده و ما در واقع هویت سابق را از دست داده‌ایم. از این حادثه، سؤوالی برایم مطرح شده مبنی بر اینکه چرا ادغام صورت می‌گیرد و این ادغامها چه نقشی می‌تواند در توسعه فعالیت داشته باشد؟

برای بررسی نکات یاد شده و نکات دیگری که ممکن است در همین زمینه مطرح باشد، می‌توان به موارد متعدد اشاره کرد اما برای رعایت اختصار به اهم این موارد اکتفا می‌شود:

۱. برای افزایش سرمایه امکانات بالقوه چندی وجود دارد که مهمترین آنها بدین شرح است:

الف. سرمایه‌سازمانی. این سرمایه را می‌توان از جاهایی همچون سازمانهای بازنشستگی، تراستها یا شرکتهای سرمایه‌گذاری، و امثال آن تأمین کرد. سازمانهای مورد بحث به طور معمول به دنبال شرکتهایی می‌گردند که در حال توسعه باشند، دورنمای آن امیدبخش باشد، و در عین حال نتوانند نیازهای پولی خود را از بین سرمایه‌گذاران اولیه تأمین کنند.

برای مثال، سازمانهای بازنشستگی مرتباً مبالغی را از شاغلین دریافت می‌کنند و متقابلاً مبالغی به افراد بازنشسته می‌پردازند. در واقع، اگر به نخستین روزهای تأسیس یک سازمان بازنشستگی بازگردیم، این سازمان هر ماه از هر شاغل عضو مبلغی دریافت می‌کند و غیر از

هزینه‌های جاری، هزینه دیگری ندارد تا اولین شاغل به سن بازنشستگی برسد و از سازمان حقوق بگیرد. لذا، مسؤولان سازمانهای بازنشستگی ترجیح می‌دهند پولهایی را که به عنوان "حق بیمه" یا هر عنوان دیگری دریافت می‌کنند و هنوز برای آن جای هزینه کردن وجود ندارد، سرمایه‌گذاری کنند تا این پولها مولد باشد. با اینحال، سازمانهای مذکور حاضر نیستند مبالغی را که اندک اندک جمع کرده‌اند، در هر جایی سرمایه‌گذاری کنند،

به طور معمول در دنیای امروز سرمایه بیش از هر عاملی جذابیت دارد. البته در جاهای متعدد تلاشهای چندی برای اشاعه فرهنگ معنویت وجود داشته و دارد، اما واقعیت این است که مخصوصاً در دنیای کسب و کار، سرمایه مؤثرترین وسیله است. لذا، هنگامی که سازمانی می‌خواهد به بازار بورس وارد شود، بهتر است ابتدا مسؤولین مقدار سرمایه آن سازمان را با سازمانهای رقیب مقایسه کنند و سپس برای هر اقدام دیگری تصمیم بگیرند.

زیرا این پول متعلق به مردم است و به زودی باید آن را به صاحبانش بازگردانند. از اینرو، سعی دارند به دنبال سازمانهایی بگردند که روند توسعه آنها منظم و سودآوری آنها نسبتاً تضمین شده باشد. در این زمینه، معمولاً شرکتهای تعاونی مورد توجه خاص شرکتهای یسا سازمانهای بازنشتگی قرار می‌گیرد، زیرا با آنکه سود پرداختی تعاونیها از سود متعارف بازار کمتر است، اما بیشتر می‌توان به ثبات فعالیت آنها امیدوار بود.

همچنین، شرکتهای یا سازمانهای چندی در هر جامعه وجود دارد که به نام "سرمایه‌گذاری" معروف است. این سازمانها متعلق به یک یا چند سرمایه‌دار است که رأساً فعالیت تولیدی یا خدماتی ندارند، بلکه در سازمانهای دیگر سرمایه‌گذاری می‌کنند. طبعاً، اینها نیز به دنبال مطمئن‌ترین سازمانها می‌گردند تا سرمایه‌گذار بهایشان سودآور و بازگشت سود و سرمایه آنها تضمین شده باشد.

در عین حال، باید دانست که هرکس یا هر سازمان که بخشی از سرمایه شما را تأمین کند، غیر از آنکه درصد است حتماً اصل سرمایه و سودش را دریافت کند، سعی دارد در مزایای مادی و غیرمادی سازمان شما نیز شریک شود. برای مثال، اگر فرض کنیم که پرداختی یک سازمان به یک شرکت تعاونی به صورت وام یا بهره‌ای کمتر از سود بازار باشد، احتمال اینکه وام‌دهنده خواستار امتیازهایی باشد، زیاد است. این امتیازها می‌تواند خرید از تعاونی به قیمتی که به اعضا فروخته می‌شود، داشتن نماینده در شوراها و جلسه‌ها، و برخورداری از تقدم در پرداخت وام در آینده و امثال آن باشد. در این صورت، همواره توصیه می‌شود که سازمانهایی نظیر تعاونیها برای استفاده از

اینگونه سرمایه‌ها تمامی جوانب را در نظر بگیرند، زیرا افزودن بر سرمایه جاری یا پول در گردش، یا هزینه‌های سرمایه‌ای، یک بعد قضیه است و بدهکار معنایی و مادی شدن به صاحبان سرمایه بعد دیگر آن. باید دید کدام درست است: ادامه کار با سرمایه کم، یا استفاده از سرمایه زودتر همراه با بدهکار شدن به صاحبان آن؟

از سوی دیگر، نکته‌ای که معمولاً در آغاز کنار چندان روشن نیست، بازپرداخت سرمایه جدید است. سازمانهایی نظیر سازمانهای بازنشتگی یا سرمایه‌گذاری در هنگام انعقاد قرارداد شرایط بازپرداخت را ساده‌تر و مدت آن را طولانی‌تر انتخاب می‌کنند، چرا که این کار هم مشوق وام‌گیرنده است، هم نفع مادی و غیرمادی زیادتری برای خودشان دارد، اما اگر از زاویه دیگر به این موضوع نگاه کنیم، این حرکت به نفع وام‌گیرنده نیست، زیرا مثلاً هرچه مدت وام کوتاهتر باشد، سود کمتری باید بپردازد. از اینرو، به کسانی که علامتند به افزایش سرمایه اقدام کنند، توصیه می‌شود به نکاتی نظیر آنچه در سطرهاى اخیر مطرح شد، بیندیشند و پس از بررسی دقیق و عمیق آن اقدام کنند.

ب. جذب سرمایه‌داران جدید برای سازمان از دیگر روشهای افزایش سرمایه است. برای این منظور لازم است سازمان موجود سهام جدید منتشر کند تا صاحبان سرمایه با خرید آن به عضویت سازمان درآیند ضمن آنکه به این ترتیب به سرمایه سازمان نیز افزوده می‌شود. با اینحال، شایسته است اولاً این سهام آنقدرها زیاد نباشد، زیرا بزرگ شدن بیش از حد سازمان و زیاد شدن اعضای آن مشکلات بعدی دارد که حل آن ساده نیست. ثانیاً، باید دقت کرد که سهام

سرمایه‌گذاران از یک سقف مشخص فراتر نرود، زیرا در غیر اینصورت با خرید سهام زیاد خواستار برخورداری از امتیازهایی همچون تعیین مدیران، تعیین خط مشی سازمان و مانند آن می‌شوند که لزوماً به نفع سازمان و صاحبان اولیه آن نیست. در این قبیل اقدامات، معمولاً توصیه می‌شود تصمیم‌گیری انحصاراً در اختیار نخستین صاحبان سازمان باقی بماند، در هر نوبت بیش از ۱۰ درصد افزایش سرمایه نداشته باشند، و فاصله هر دو نوبت افزایش سرمایه به گونه‌ای باشد که اطمینان حاصل شود سرمایه‌گذاران جدید قدرت تحت نفوذ قرار دادن فعالیتهای کلیدی سازمان را به دست نیاوردند.

ج. عرضه سهام در بازار بورس اوراق بهادار از دیگر روشهای افزایش سرمایه است، اما این کار در شرایطی عملی می‌شود که اولاً چنین بازاری وجود داشته باشد، ثانیاً سهام سازمان مورد بحث از لحاظ قانونی قابل عرضه در بازار بورس باشد، ثالثاً سازمان آنقدر شهرت داشته باشد که پس از عرضه سهام آن به بازار بورس، عده‌ای به خرید سهام آن روی بیاورند. در واقع، اعم از آنکه این ذهنیت درست یا غلط باشد، به طور معمول سازمانهای بزرگ یا شناخته شده در بازار بورس وضعیت بهتری پیدا می‌کنند و سهام آنها به قیمت بالنسبه زیادتری به فروش می‌رسد.

با اینحال، در چنین شرایطی باید توجه داشت که حداکثر ۲۵ درصد سهام به بازار بورس عرضه می‌شود، هرچند می‌توان در آینده دور، و پس از آنکه مردم سازمان و فعالیت آن را شناختند، بر این عدد افزود.

د. از طریق بخش خصوصی نیز می‌توان به

افزایش سرمایه اقدام کند. البته آنچه در بندهای ب و ج آمد، به طریقی با این نکته ارتباط دارد، زیرا افرادی از بخش خصوصی هم می‌توانند از سازمان موردنظر سهم بخرند، یا از طریق بازار بورس به گروه سهامداران سازمان ملحق شوند. در عین حال، آنچه در اینجا عنوان می‌شود، مراجعه مستقیم به سرمایه‌داران بخش خصوصی است. برای این کار می‌توان از اطلاعیه در سازمان، اطلاعیه در مطبوعات، اطلاعیه در دیگر رسانه‌های خبری و مانند آن استفاده کرد و به سرمایه‌داران بخش خصوصی اطلاع داد که چگونه و با چه شرایطی می‌توانند به سازمان وام بدهند، یا تعدادی از سهام آن را خریداری کنند. با اینحال، لازم است مجموع هشدارهایی که در بندهای الف تا ج عنوان شد، در اینجا نیز رعایت شود، زیرا در غیر اینصورت مشکلاتی بروز خواهد کرد، در ضمن، توجه به بحث زیر نیز توصیه می‌شود.

۲. افزایش سرمایه از طریق گرفتن وام، نکته‌ای است که هرچند در بند "د" مبحث قبل اشاره‌وار عنوان شد، اما عملاً باید بسیار با احتیاط به این کار اقدام شود به نحوی که:

الف. سیر حرکت سازمان از کوتاه‌مدت تا بلندمدت دچار مشکل نشود.

ب. وام حتی‌الامکان بلندمدت باشد تا هرچند سود آن زیادتر می‌شود، اما ساده‌تر بتوان اقساط آن را پرداخت کرد. در واقع، اکثر صاحبان نظران وام‌های حداقل سه ساله را پیشنهاد می‌کنند.

ج. در شرایط مساوی، وام از سازمانها اخذ شود نه از اشخاص، زیرا حداقل تجربه نشان می‌دهد که ارتباطات اشخاص حقوقی کم در دستر از ارتباطات اشخاص حقیقی است.

د. در آغاز مبلغ وام و سود آن مشخص و قطعی باشد تا بتوان به سادگی برنامه‌ریزی کرد. توضیح اینکه گاه برای وام، سال به سال سود تعیین می‌شود. به این ترتیب، اگر به یک میلیون وام اخذ شده در سال اول ۱۵ درصد سود تعلق بگیرد و طی ۱۲ قسط آن سال ۱۲۰۰۰ از اصل وام مسترد شود، ممکن است وام‌دهنده برای باقیمانده وام در سال بعد ۱۶ درصد سود پیشنهاد کند یا وام‌گیرنده را به

استرداد کل مبلغ باقیمانده وادار سازد. اما در صورتی که وام و سود و مدت بازپرداخت آن از آغاز مشخص باشد، چنین مشکلی پیش نمی‌آید.

ه. هر شرط دیگری وام‌دهنده دارد، باید به دقت مطالعه و در توافقنامه درج شود. مخصوصاً توجه به این شرط باشد یا شرایط از بعد حقوقی بسیار قابل ملاحظه است. برای این منظور پیشنهاد می‌شود حداقل از یک متخصص کمک بگیرند، زیرا در هر کار ظرافتهایی وجود دارد که افراد خیره تشخیص می‌دهند.

و. از جمله روشهای بازپرداخت وام، آن است که اصل و سود در پایان مهلت مقرر به وام‌دهنده مسترد گردد. این روش در فعالیتهایی کاربرد دارد که نتیجه آن در یک زمان قابل پیش‌بینی به دست می‌آید. برای مثال، هرگاه یک تعاونی تولید را در نظر بگیریم. و بتوان با اطمینان نسبی تعیین کرد که کالای تولید شده در چه تاریخی به فروش خواهد رفت، احتمال گرفتن چنین وامی زیادتر است و حتی می‌توان آن را سودمند دانست. با اینحال، باید توجه داشت که در چنین مواردی، ممکن است وام‌دهنده مشابه سلف‌خرها عمل کند. یعنی یا سودی کلان بابت وام پرداختی مطالبه کند، یا قصد داشته باشد به جای وام یا سود آن یا هر دو قسمتی از کالاها را دریافت دارد. در حالت اخیر، احتمال دارد وام‌دهنده با اعمال فشار تولید را به قیمتی پایین‌تر از بازار روز خریداری کند که طبیعاً به زیان سازمان وام‌گیرنده خواهد بود.

۳. در مورد افزایش سرمایه از طریق وارد شدن به بازار بورس، و نیز در پاسخ این سؤال که قیمت سهام را در بازار بورس چه کسی تعیین می‌کند، می‌توان به نکات زیر اشاره کرد:

الف. نخستین نکته، این است که ویژگیهای سازمان با ضوابط پذیرش در بازار بورس مطابقت داشته باشد. در واقع، در هر کشور برای ورود یک سازمان به بازار بورس مقررات خاصی وجود دارد که طول عمر سازمان، میزان سرمایه آن، مشخصات بنیادگذاران یا صاحبان اولیه سازمان، و

نکات مشابه در این مقررات تأثیر دارد. البته منظور این نیست که نکات اخیر می‌تواند مقررات را تغییر دهد، بلکه این تأثیر می‌تواند به صورت زیر باشد:

(۱) هرچه طول عمر سازمان بیشتر باشد، قاعدتاً باید تجربه‌های کارکنان سازمان - یا لاقلاً تجربه‌های عده‌ای از آنان - بیشتر باشد. به این ترتیب، با تکیه بر این تجربه‌ها می‌توانند با ملاحظه کاربهای زیادتری ورود به بازار بورس را مورد بررسی قرار دهند.

(۲) به طور معمول در دنیای امروز سرمایه بیش از هر عاملی جذابیت دارد. البته در جاهای متعدد تلاشهای چندی برای اشاعه فرهنگ معنویت وجود داشته و دارد، اما واقعیت این است که مخصوصاً در دنیای کسب و کار، سرمایه مؤثرترین وسیله است. لذا، هنگامی که سازمانی می‌خواهد به بازار بورس وارد شود، بهتر است ابتدا مسؤولین مقدار سرمایه آن سازمان را با سازمانهای رقیب مقایسه کنند و سپس برای هر اقدام دیگری تصمیم بگیرند. در واقع، تقریباً با قاطعیت می‌توان گفت که هرچه یک سازمان سرمایه زیادتری داشته باشد، احتمال پذیرش آن در بازار بورس بیشتر است و خریداران از سهام آن بیشتر استقبال می‌کنند.

(۳) اعم از آنکه یک منطقه یا یک کشور مطرح باشد، ویژگیهای صاحبان سازمان در ورود آن به بازار بورس بسیار تأثیر دارد. این ویژگیها می‌تواند شخصی یا سازمانی باشد. توضیح اینکه اگر سازمان متعلق به افراد حقیقی باشد، نیکامی و شهرت این افراد، و اگر متعلق به صاحبان حقوقی باشد، سوابق آن می‌تواند در توفیق سازمان پس از ورود به بازار بورس تأثیر داشته باشد.

ب. نکته دوم این است که باید پیش از ورود به بازار بورس با یک یا چند نفر که در امور مربوط تخصص یا تجربه دارند، مشورت شود. به عبارت دیگر، در چنین مواقعی باید براساس آرای کارشناسان اقدام کرد و از کسانی که چنین اطلاعاتی دارند، اعم از اعضای سازمان یا مشاوران خارج از سازمان، یا حتی کارکنان سازمانهای تخصصی مشاوره کمک گرفت، زیرا این کار

نیز در توفیق ورود به بازار بورس، تأثیر فراوان دارد.

ج. اخذ تصمیم برای اینکه چه بخشی از قیمت سازمان در بازار بورس عرضه شود، یک نکته اساسی دیگر است. این بخش می‌تواند هر عددی باشد، اما احتمال دارد مشاوران مذکور در بند "ب" نسبت به آن نیز آرای خاصی داشته باشند و مثلاً بگویند که اگر کمتر از $\frac{1}{4}$ قیمت سازمان به بازار بورس عرضه شود، احتمال توفیق آن اندک است.

د. نکته دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد، قیمت هر سهم و به همین سیاق تعداد سهام است. در اینگونه موارد می‌توان پس از اخذ آمار از مشاوران یا برای سهام قیمت ثابت تعیین کرد، یا حداقل آن را تعیین و قیمت نهایی آن را به بازار واگذار کرد. در واقع، اگر قرار باشد تمام یا بخش اعظم سهام به "مردم" عرضه شود، شاید بتوان در یک نوع مزایده نخستین یا تمامی سهام را به فروش رساند. در عین حال، شقوق زیرا نیز محتمل است:

(۱) ابتدا سازمان تعدادی از سهام را به یک قیمت پایه، که معمولاً پایین‌تر از قیمت عرضه آن به مردم است، به کارکنان خودش می‌فروشد، ضمن آنکه این فروش می‌تواند نقدی یا قسطی باشد، اما در هر صورت انگیزه‌های مهم و قوی برای کارکنان محسوب می‌شود، زیرا تقدم قایل شدن در چنین کاری برای آنان، مخصوصاً اگر سهام قسطی به آنها فروخته شود، تأثیر روانی خوبی بر آنها می‌گذارد.

(۲) می‌توان تعدادی از سهام سازمان را به سازمان دیگری فروخت، که گاه این معامله بیش از دو سازمان انجام می‌شود. در چنین مواقعی، سازمان عرضه‌کننده سهام خودش برای فروش یا مستقیماً یا غیرمستقیماً با سازمانهایی که به نظر می‌رسد خریدار سهام باشند، تماس می‌گیرد. در مواردی نیز ممکن است دلالتها به چنین کارهایی پردازند و برای سهام سازمان مورد نظر خریدار سازمانی پیدا کنند و حق‌الزحمه بگیرند. در عین حال، باید دانست که در چنین حالاتی عرضه باقیمانده سهام به مردم یک مخاطره (ریسک) است زیرا ممکن است به اعتبار

در زمانی که دو یا چند سازمان کوچک در حال پز مردن باشند، معمولاً ادغام هم برای نیروبخشی به آنها و هم برای توسعه فعالیت پیشنهاد می‌شود. مع هذا، لازم است پیش از اخذ تصمیم پیرامون هر نوع ادغام، ابتدا تمامی مزایا و معایب احتمالی این کار به دقت مورد بررسی قرار گیرد.



اینکه سازمان یا سازمانهایی سهامی را خریدند، بسیار از خرید استقبال کنند، یا برعکس به تصور اینکه حق آنها بوده ابتدا سهم بخرند، از خرید سهم خودداری نمایند یا از فروش سهام چندان استقبال نشود.

ه. و بالاخره باید گفت که برای ورود به بازار بورس قاعده نوشته شده‌ای که بتوان مو به مورد آن را دنبال کرد، وجود ندارد بلکه این کار تابع شرایط کلی حاکم بر هر جامعه، و پس از آن تابع شرایط حاکم بر زمانی است که سهام مورد نظر به بازار عرضه می‌شود.

۴. سرانجام در پاسخ به سوآلی که پیرامون ادغام و رابطه آن با توسعه فعالیت عنوان شده می‌توان به نکات زیر اشاره کرد:

الف. در صورت ادغام، معمولاً از منابع مالی استفاده بهتری به عمل می‌آید مشروط بر آنکه دو یا چند سازمانی که در هم ادغام می‌شوند، دقیقاً یا تقریباً در یک زمینه فعالیت داشته باشند. برای مثال، اگر دو فروشگاه مواد مصرفی در هم ادغام شوند، می‌توان از سرمایه مادی آن بیش از پیش استفاده کرد: نمونه‌های این استفاده‌ها، صرفه‌جویی در هزینه‌های حمل و نقل، انبارداری، انبارگردانی، فروش، اجاره و سرفقلی و مانند آن است.

ب. امکان استفاده بیشتر و بهتر از منابع

انسانی افزایش می‌یابد. در واقع، اگر همان دو فروشگاه مواد مصرفی یا تعاونی مصرف را در نظر بگیریم، در صورت ادغام می‌توان در واحدهای خرید، حمل و نقل، فروش، امور اداری، حسابداری و نظایر آن به جای دو نفر، از یک نفر استفاده کرد. مشروط بر آنکه عدالت رعایت شود و این افراد به مرز استثمار کشانده نشوند.

ج. می‌توان از برخی منابع مادی حاشیه‌ای بیشتر استفاده کرد، ولی در عوض تعدادی از هزینه‌های حاشیه‌ای یا جانبی را کاهش داد. هزینه‌هایی همچون آب، برق، گاز، تلفن، پست و نظایر آن در صورت ادغام معمولاً کمتر می‌شود.

د. می‌توان با تکیه به سه عامل یاد شده (الف، ب، ج) صدای سازمان را به نقاط دورتر رساند، زیرا بزرگتر شدن سازمان چنین امکانی را فراهم می‌سازد. به عنوان مثال، اگر سابقاً دو سازمان برای تبلیغات هزینه‌های مشخصی داشته‌اند، اینک می‌توانند آن هزینه‌ها را نصف کنند، چرا که تبلیغات جدید برای هر دو سازمان سابق پوشش فراهم می‌کند. مثال دیگر، یک سازمان تولیدی مانند یک تعاونی تولید است که چون پس از ادغام بزرگتر می‌شود، می‌تواند به تولیدات بزرگتر، مهمتر و زیربنایی‌تری دست بزند و تنها بر سودآوری خود بیفزاید، بلکه به سهم خود در توسعه فعالیت‌های جامعه، و حتی در افزایش درآمد ارزی آن، نقش داشته باشد.

ه. در زمانی که دو یا چند سازمان کوچک در حال پز مردن باشند، معمولاً ادغام هم برای نیروبخشی به آنها و هم برای توسعه فعالیت پیشنهاد می‌شود. مع هذا، لازم است پیش از اخذ تصمیم پیرامون هر نوع ادغام، ابتدا تمامی مزایا و معایب احتمالی این کار به دقت مورد بررسی قرار گیرد.

با اینهمه، شایان یادآوری است که علی‌رغم نکات یاد شده (الف تا ه) که ظاهراً تمامی آنها از منافع ادغام و پیامد خوب آن در توسعه فعالیت حکایت می‌کند، معمولاً هر ادغام یک مخاطره عمده است و به همین دلیل توصیه می‌کنیم این تصمیم پس از بررسی‌های دقیق و عمیق اتخاذ شود.