

بررسی ادغام شرکت نوکیا و مایکروسافت

آتنا سلطانی

ندا عبدالعالمی

دانشگاه علامه طباطبائی

رشته مدیریت صنعتی / گرایش تولید

چکیده

ادغام و تحصیل نوعی رشد در فعالیتهای و عملیات شرکت به شمار می رود که باعث متنوع تر شدن فعالیتهای شرکت می شود و از جمله استراتژیهای شرکتها جهت افزایش موقعیت رقابتی و یک تصمیم مهم و استراتژیک در مدیریت مالی تلقی می شود. امروزه رقابت در سطح جهانی چنان افزایش یافته که تکیه بر کارایی درونی و نقاط قوت بنگاه به تنهایی موجب دوام و رشد نمی شود، شرکتها با اتخاذ روشهای ترکیب از منابع قابل بهره برداری یکدیگر به صورت مشترک استفاده می کنند و با هم افزایش گروهی در مقابل تهدیدهای محیط رقابتی ایستادگی می کنند. علم اقتصاد، پویایی ابزارهای ترکیب منابع و انجام معاملات ادغام و ترکیب را مفید می داند، زیرا این امر نشانه جریان آزاد سرمایه می باشد که به صورت کارا و با بهره وری بالا در سرمایه گذاری های توجیه پذیر تخصیص می یابد. این گونه تصمیمات استراتژیکی ادغام و تحصیل تنها سهامداران را تحت تاثیر قرار نمی دهد بلکه در شکل دهی اقتصاد نیز نقش چشم گیری دارد. از همین رو شرکت مایکروسافت در پی خرید سهام شرکت نوکیا برآمد تا بتواند با خرید آن به خواسته های خود مبنی بر داشتن این توانایی که از روز اول روی سخت افزار و نرم افزار با هم کار کند، و از نظر تئوریک مسیر توسعه را ببیند، یک تبلت یا تلفن جدید را با کارایی هر چه بیشتر بسازد و روانه بازار کند. به علاوه مایکروسافت ادعا می کند که با درک بهتر نحوه عملکرد سخت افزار و نرم افزار با هم، می تواند این دانش را به شرکای تجاری خود، کاربران و توسعه دهندگان انتقال دهد.

کلمات کلیدی: ادغام، نوکیا، مایکروسافت

به طور کلی ادغام و اکتساب شرکت‌ها^۱ به فرآیندهای مربوط به ترکیب و اتحاد^۲ شرکت‌ها گفته می‌شود. این اقدامات به نوعی یک تصمیم استراتژیک هستند؛ به همین دلیل، در سطح شرکت طبقه‌بندی می‌شوند و موضوع بحث مدیریت مالی بنگاه^۳ و نیز مدیریت سرمایه‌گذاری^۴ قرار می‌گیرند. آثار ناشی از ادغام و اکتساب هم در سطح خرد یا شرکت‌ها و هم در سطح اقتصاد کلان قابل بررسی است. بعضی مواقع نتایج مفید و مثبت و گاهی اوقات نتایج مخرب برای شرکت‌ها و اقتصاد دارند. تصمیم‌گیری راجع به ادغام و اکتساب، از تصمیمات استراتژیک و بسیار هنرمندانه و تخصصی مدیران مالی و سایر مدیران ارشد شرکت‌ها تلقی می‌شود که بلندمدت و حرفه‌ای هستند. در سالهای اخیر این اقدامات توانسته‌اند ارزش‌ها و البته زیان‌هایی را برای اقتصاد جهان و بسیاری از شرکت‌ها به ارمغان آورند که خود محل بحث و مناظره بسیاری از نظریه پردازان و نیز موضوع مطالعات و تحقیقات تجربی بسیاری از محققین مالی بوده است.

نوکیا همیشه یک کارخانه تولید تلفن نبوده است. این کارخانه قبل از ورود به صنعت وایرلس، در زمینه کاغذ، کفش و لاستیک فعالیت داشته است. از امروز فصل جدیدی در تاریخچه این شرکت آغاز می‌شود چرا که بخش خدمات و ابزار آن توسط مایکروسافت به ارزش ۷ میلیون دلار خریداری شده است. تغییرات بعداً برزو خواهند کرد اما مطالب کمی درباره تغییرات صورت گرفته پس از پیوند این دو شرکت در دسترس است. هیچ کدام از طرفین اجازه انتشار جزئیات معامله را به صورت عمومی نداده است.

مایکروسافت و نوکیا رفقای شفیق یکدیگر بودند اما مجبور بودند که به عنوان دو کمپانی مجزا عمل کنند. حتی با اینکه این دو شرکت دفعات زیادی با هم همکاری کرده اند اما هنوز مجبور بودند که پروسه‌ی پیشرفت خود را جدا جدا طی کنند: هر دو کمپانی منابع خود، ابزار خود و رمز و رازهای فرهنگی و تجارتي خود را داشتند که ناکارآمدی‌های بسیاری را پیش می‌آورد. با پیوستن نوکیا به خانواده، مایکروسافت می‌تواند از روز اول هم روی نرم افزار کار کند و هم روی سخت افزار، که در تئوری، فرایند ساخت، تولید انبوه و فروش یک موبایل یا تبلت را بسیار مؤثر تر خواهد کرد. به علاوه مایکروسافت ادعا دارد که با بدست آوردن فهمی بهتر از کارکرد نرم افزار و سخت افزار با یکدیگر، می‌تواند این درک را به شراکتش با دیگر کمپانی‌ها بسط دهد. در ابتدا به مطالبی پیرامون ادغام و ادبیات آن پرداخته شده، به چند نمونه از ادغام‌های دو شرکت اشاره گردیده و سپس در مورد ادغام این دو شرکت مطالبی بیان شده است.

۲- ادغام

ادغام در لغت به معنای در هم فشردن و فرو بردن دو چیز در هم می‌باشد. در هیچ کدام از مقررات قانون تجارت ادغام شرکت‌ها به معنای اصطلاحی آن تعریف نشده است، ولی آنچه از مفهوم نظر حقوقدانان به دست می‌آید این است که ادغام شرکت‌ها در اصطلاح حقوقی به معنای پیوستن دو یا چند شرکت به هم و تشکیل یک شرکت جدید است. این پیوستن می‌تواند از طریق یکی شدن چند شرکت، یا پیوستن آنها به یک شرکت بزرگتر باشد.^[۱]

در کشورهای اروپایی از این امر برای ایجاد یک قدرت اقتصادی برتر در جهت انجام پروژه‌های بزرگ اقتصادی استفاده می‌شود. از دیگر فواید این پیوستگی، تخصصی نمودن شرکت‌ها و تعیین یک هدف مشترک می‌باشد.^[۲] به طور کلی اختلاط و ادغام شرکت‌ها با یکدیگر مورد قبول اکثر قوانین است.

۳- انواع ادغام

۱ Merger And Acquisition (M&A)

۲ Consolidation

۳ Corporate Finance

۴ Investment Management

۳-۱ تأسیس شرکت جدید

ابتدا شرکت‌هایی که می‌خواهند با هم ادغام شوند منحل شده و به کلی از بین می‌روند. به تبع، شخصیت حقوقی این شرکت‌ها نیز از بین رفته و دارایی آنها قابلیت تقسیم میان اعضا را پیدا می‌نماید. پس از انحلال، شرکایی که با ادغام موافق نیستند می‌توانند سهم الشرکه [3] یا سهام‌شان [4] را اخذ نموده، از شرکت خارج شوند. طلبکارانی که با ادغام شرکت موافق نیستند نیز مطالبات خود را دریافت می‌نمایند.

پس از انحلال شرکت کوچک‌تر، شرکت بزرگ‌تری تأسیس می‌شود که دارایی همه شرکت‌های کوچک‌تر را به عنوان سرمایه قبول می‌نماید. طبعاً دیون و مطالبات شرکت‌های کوچک‌تر نیز با این انتقال دارایی به شرکت بزرگ‌تر انتقال می‌یابد. با این اختلاط و پیوستگی شرکت‌های کوچک‌تر، یک شخصیت حقوقی جدیدی تأسیس شده، و به اعضای آن سهم الشرکه یا سهام جدید می‌دهد.

[5]

نکته مهم اینکه به نظر اکثر حقوقدانان پس از انحلال، شخصیت حقوقی شرکت‌های کوچک‌تر به طور کامل از بین نمی‌رود، بلکه در حقیقت قابلیت استرداد سهم الشرکه کسانی که با ادغام شرکت‌ها مخالفند ایجاد می‌گردد. به تبع چنین سهامدارانی می‌توانند سهام خود را دریافت نموده و از شرکت خارج گردند.

۳-۲ پیوستن به شرکت دیگر

در این شیوه بر خلاف روش اول تمام شرکت‌هایی که می‌خواهند با هم ادغام گردند، منحل نمی‌شوند بلکه برخی از شرکت‌های مزبور منحل شده و یکی از آنها باقی می‌ماند. سپس به تدریجی که در بالا بیان گردید شخصیت حقوقی شرکت‌های منحل شده از بین می‌رود. از شرکت‌های مزبور یک شرکت منحل نشده باقی می‌ماند که بقیه شرکت‌ها به آن پیوسته در آن ادغام می‌شوند.

در این حالت دارایی شرکت‌های منحل شده به شرکت باقیمانده انتقال می‌یابد که به تبع آن تمام حقوق و مطالبات شرکت‌های مزبور نیز به شرکت اخیر منتقل می‌گردد. [6]

شرکت باقیمانده با قبول دارایی‌های شرکت‌های از بین رفته سرمایه خود را افزایش می‌دهد و به صاحبان سهام شرکت‌های منحل شده، به جای سهام قبلی، سهام شرکت جدید داده می‌شود. با قبول دارایی‌های شرکت‌های منحل شده، شرکت باقیمانده موظف است که علاوه بر مطالبات تمام بدهی‌های شرکت‌های قبلی، و طلبکاران موافق با اختلاط را به حساب خود قبول نماید. برای انتقال دارایی شرکت‌های منحل شده به شرکت باقیمانده علاوه بر مشخص نمودن میزان سهم الشرکه نقدی هر یک از شرکت‌ها، باید مقررات مربوط به تقویم میزان آورده‌های غیرنقدی شرکت‌ها نیز رعایت گردد. البته این امر در قانون تجارت به صراحت تبیین شده است.

۴- شرایط ادغام

اصولاً از اساسی‌ترین شرایط ادغام چند شرکت این است که، همه شرکت‌های ادغام شونده دارای یک هدف و موضوع بوده، و از یک نوع باشند. از آنجایی که قوانین مربوط به شرکت‌های مختلف متفاوت می‌باشد، تنها شرکت‌های دارای سیستم و قوانین و مقررات یکسان، قابلیت ادغام با همدیگر را دارند. [7] به عنوان مثال ادغام یک شرکت تضامنی با یک شرکت سهامی بسیار دشوار است زیرا هر یک از این شرکت‌ها قوانین و مقررات خاص خود را دارند که از سیستم‌ها و ساختارهای متفاوت این شرکت‌ها ناشی می‌شود.

در ارتباط با ادغام شرکت‌ها ما باید دو دسته شرایط قانونی را بررسی نماییم:

أ. رعایت شرایط قانونی مربوط به انحلال شرکت

ب. دسته دوم رعایت شرایط قانونی پیوستن به یک شرکت جدیدالتأسیس.

۵- مبانی منطقی ادغام شرکت ها

از سوی مدیران مالی و نظریه پردازان برای ادغام شرکت ها دلایل مختلفی ذکر شده است که تعدادی از آن ها بدین شرح است:

۵-۱ هم افزایی

هدف اولیه اکثر ادغام ها، افزایش ارزش واحد تجاری حاصل از ترکیب است. اگر شرکت های الف و ب با هم ادغام و شرکت ج را تشکیل دهند و ارزش شرکت ج از شرکت الف و ب بطور جداگانه بیشتر باشد در این صورت هم افزایی وجود دارد. چنین ادغامی برای سهامداران شرکت های الف و ب دارای منفعت است. هم افزایی می تواند از چهار منبع حاصل شود:

- ۱- **صرفه جوئی عملیاتی** که از صرفه جویی در مدیریت، بازاریابی، تولید یا رقابت ناشی می شود.
- ۲- **صرفه جوئی مالی** نظیر هزینه های معاملاتی پایین تر و تجزیه و تحلیل بهتر شرکت توسط تحلیل گران اوراق بهادار.
- ۳- **کارآیی تفاضلی** که نشان دهنده ناکارآمد بودن مدیریت یکی از شرکت هاست و دارایی های شرکت بعد از ادغام، سودمندتر به کار گرفته می شوند.
- ۴- **افزایش قدرت تجاری شرکت** به دلیل کاهش رقابت.

از نظر اجتماعی ادغام هایی مطلوب هستند که باعث افزایش کارآیی مدیریت از طریق صرفه جوئی های عملیاتی و مالی می شوند و ادغام هایی نامطلوب و غیر قانونی، ادغام هایی هستند که باعث کاهش رقابت می شوند. [8]

۵-۲ ملاحظات مالیاتی

ملاحظات مالیاتی عامل ایجاد برخی از ادغام هاست. مثلاً شرکت دارای سودآوری زیاد و نرخ مالیات بر درآمد بالا، می تواند شرکتی را تحصیل کند که زیان های مالیاتی انباشته زیادی دارد. این زیان ها، به جای انتقال به دوره های آتی بلافاصله قابل تبدیل به صرفه جوئی مالیاتی است. همچنین ادغام ها می توانند خروجی مناسبی برای وجوه نقد مازاد فراهم کند. شرکتی که با توجه به وجوه نقد خود، کمبود فرصت های سرمایه گذاری داخلی دارد می تواند این اقدامات را انجام دهد.

۱. سود نقدی اضافی پردازد.
 ۲. در اوراق بهادار سرمایه گذاری کند
 ۳. سهام خود را باز خرید کند
 ۴. شرکت دیگری را خریداری کند.
- اگر شرکت سود نقدی اضافی پردازد سرمایه گذاران مجبورند مالیات آن را بلافاصله پردازند. اوراق بهادار قابل خرید و فروش، روش خوبی برای پارک موقت پول است اما معمولاً نرخ بازده این اوراق کمتر از نرخ بازده مورد انتظار سهامداران است. باز خرید سهام باعث ایجاد منافع سرمایه ای برای سهامداران باقیمانده در شرکت می شود، اما:

۱. باز خرید سهام باعث افزایش قیمت سهام بیشتر از قیمت تعادلی بازار میشود و بنابراین شرکت مجبور می شود مبلغ بیشتری برای باز خرید سهام پردازد.

۲. باز خرید های سهام که به منظور عدم پرداخت سود نقدی طراحی شده اند از سوی میزان مالیاتی (اداره مالیات ها) مورد بررسی قرار می گیرد. استفاده از وجوه نقد مازاد برای تحصیل شرکت دیگر، پیامدهای مالیاتی فوری برای شرکت خریدار و یا سهامداران آن ندارد و این موضوع انگیزه ای برای برخی از ادغام هاست. [9]

۵-۳ خریداری دارایی ها کمتر از ارزش جایگزینی آنها

گاهی اوقات به دلیل اینکه بهای جایگزینی دارایی های شرکت بیشتر از ارزش بازار آن است، شرکت هدف خریداری قرار می گیرد.

ارزش بازار شرکت باید بر اساس قدرت سودآوری آن باشد و قدرت سودآوری، ارزش اقتصادی دارایی های شرکت را نشان می دهد. اگر شرکت منصفانه ارزش گذاری شده باشد (یعنی بازار کارا باشد) بنابراین ارزش بازار به جای ارزش دفتری، ارزش اقتصادی دارایی های شرکت را نشان می دهد.

۵-۴ متنوع سازی

مدیران اغلب ادعا می کنند که متنوع سازی دلیلی برای ادغام است. آنها تأیید می کنند که متنوع سازی به ثبات جریان درآمد شرکت کمک می کند و بنابراین برای صاحبان شرکت منفعت دارد. ثبات درآمد مطمئناً برای کارکنان، تأمین کنندگان و مشتریان شرکت مفید است اما ارزش آن از دیدگاه سهامداران مورد سؤال است. سهامداری که نگران نوسان های درآمدهای شرکت است می تواند راحت تر از شرکت اقدام به متنوع سازی کند. چرا باید شرکت الف و شرکت ب برای ثبات درآمد با هم ادغام شوند در حالی که سهامدار شرکت الف می تواند نیمی از سهام خود را در شرکت الف به فروش رسانده و از منافع آن برای خرید سهام شرکت ب استفاده کند. سهامداران در مقایسه با شرکت ها راحت تر می توانند متنوع سازی را انجام دهند. البته اگر شما مالک و مدیر شرکتی با مالکیت انفرادی باشید تقریباً برای شما غیر ممکن است که بخشی از سهام خود را برای متنوع سازی به فروش برسانید چون این کار باعث رقیق شدن مالکیت شما شده و حتی برای منافع سرمایه ای، بدهی مالیاتی زیادی ایجاد کند.

۵-۵ انگیزه های شخصی مدیران

اقتصاددانان مالی دوست دارند فکر کنند که تصمیمات تجاری براساس ملاحظات اقتصادی صورت می گیرد در حالی که، بی شک بعضی از تصمیمات تجاری و نه تجزیه و تحلیل های اقتصادی، براساس انگیزه های شخصی مدیران است. بسیاری از مردم از جمله رهبران تجاری دوستدار قدرت هستند و قدرت بیشتر، با اداره شرکت بزرگ همراه است نه یک شرکت کوچک. آن چه مسلم است هیچ مدیری اعتراف نمی کند که خواسته شخصی وی دلیلی برای ادغام بوده است اما ناظران باتجربه معتقدند که شخصیت افراد نقش مهمی در بسیاری از ادغام شرکت ها بازی می کند. همچنین مشاهده شده است که حقوق مدیران با اندازه شرکت همبستگی زیادی دارد. هر چه شرکت بزرگتر باشد حقوق مدیران ارشد نیز بیشتر است. این موضوع می تواند در برنامه های تحصیل جسورانه برخی شرکت ها نقش داشته باشد. در سال های اخیر خریدهای تملکی خصمانه زیادی اتفاق افتاده است و مدیران شرکت های هدف معمولاً شغل و یا حداقل استقلال خود را از دست داده اند. [10]

۶-پیشینه ادغام شرکت ها

این نخستین بار نیست که در دنیای فناوری ارتباطات و اطلاعات شرکتی صاحب نام، همه یا بخشی از شرکت دیگری را خریداری می کند و به زیرمجموعه خود می افزاید یا در قالب یک شراکت دوجانبه، شرکت جدیدی را شکل می دهد. در اکتبر ۲۰۰۱ از شراکت میان شرکت ژاپنی «سونی» و «اریکسون» تولیدکننده سوئدی تجهیزات مخابراتی، شرکت «سونی اریکسون» تاسیس شد. از زمان تاسیس «سونی اریکسون» تا سال ۲۰۰۷ این شرکت یکی از پنج برند برتر تولیدکننده تلفن های همراه در دنیا بود، اما از این سال و با ورود «آیفون» اپل، عرضه محصولات «سونی اریکسون» از ۳۰/۸ میلیون واحد در سه ماهه پایانی سال ۲۰۰۷ به تنها ۸/۱ میلیون واحد در سه ماهه نخست سال ۲۰۱۱ سقوط کرد و تنها صاحب ۶ درصد از بازار جهانی موبایل شد. به دلیل ضررهایی که «سونی اریکسون» در مدت ۵ سال متحمل شد، در اکتبر ۲۰۱۱ سونی، سهم اریکسون از این مشارکت را به ارزش ۱/۰۵ میلیارد یورو (۱/۴۷ میلیارد دلار) خریداری کرد. این انتقال از ژانویه ۲۰۱۲ آغاز شد و در ژانویه ۲۰۱۳ کامل شد. به طوری که در نمایشگاه محصولات الکترونیک مصرفی ۲۰۱۳ برلین، دو مدل تلفن همراه هوشمند *Xperia* و *Xperia Z* در حالی رونمایی شدند که تنها برند «سونی» روی آنها حک شده بود. فلیکر، «وب سرویس-هاست» اشتراک گذاری فیلم و

عکس نیز شرکتی است که در سال ۲۰۰۴ تاسیس شد و در سال ۲۰۰۵ توسط یاهو، دومین موتور جستجوگر دنیا خریداری شد.

در مارس ۲۰۱۳ مجله تخصصی *The Verge* گزارش داد که فلیکر در مجموع ۸۷ میلیون عضو ثبت شده و روزانه بیش از ۳/۵ میلیون بار گذاری جدید عکس دارد. یوتیوب، وب سایت اشتراک گذاری ویدئو نیز که در فوریه ۲۰۰۵ تاسیس شد اواخر سال ۲۰۰۶ به ارزش ۱/۶۵ میلیارد دلار توسط شرکت گوگل، بزرگترین موتور جستجوگر دنیا خریداری شد. این سرویس اشتراک گذاری ویدئو در می ۲۰۱۰ در حدود ۴۳ درصد از بازار و بیش از ۱۴ میلیارد ویدئوی دیده شده را به نام خود ثبت کرد. به گفته مقامات یوتیوب، در هر دقیقه حدود ۶۰ ساعت ویدئوی جدید روی این سایت بار گذاری می شود و تعداد کاربران آن بالغ بر ۸۰۰ میلیون نفر در ماه است.

شرکت نرم افزاری اسکایپ ارائه دهنده سرویس های چت، ویدئو کنفرانس و خدمات صدا از راه اینترنت (VoIP) نیز یکی دیگر از شرکت هایی است که در اکتبر ۲۰۱۱ توسط مایکروسافت به قیمت ۸/۵ میلیارد دلار خریداری شد و ارزش آن نسبت به سال ۲۰۰۷ به میزان ۳۰۰ درصد افزایش یافت. در حال حاضر، اسکایپ تحت کنترل «گروه خدمات و برنامه های جانبی» مایکروسافت قرار دارد.

۷- مایکروسافت و خرید نوکیا

مایکروسافت به این دلیل نوکیا را می خرد که بتواند هم بر سخت افزار و هم نرم افزار گوشی ها نظارت داشته باشد و متعهد شده که این اقدام باعث می شود خود تلفن ها نیز ارتقا پیدا کنند و راحت تر به فروش برسند.

در [سندی که نشانگر دلایل استراتژیک](#) این معامله است، مایکروسافت نمونه ای جالب از یکپارچگی عمودی را نشان می دهد: شرکتی که نرم افزار و سخت افزار موبایل را با هم تولید می کند. مایکروسافت مدعی است با خرید نوکیا گوشی های بهتری خواهد ساخت زیرا «شکاف» میان تیم نرم افزار و سخت افزار این دو شرکت مرتفع می شود. ادغام این دو شرکت همچنین «کارآمدی» و «شفافیت» بازاریابی را ارتقا می دهد و مایکروسافت خواهد توانست یک دستگاه واحد را که از بهترین سرویس های هر دو شرکت بهره برده (اسکایپ، آفیس و سیستم نقشه های نوکیا) به فروش برساند.

در نهایت این یکپارچگی عمودی، مجموع درآمد مایکروسافت را افزایش می دهد. اکنون به ازای هر گوشی ویندوزی که نوکیا به فروش می رساند سهم مایکروسافت از لایسنس نرم افزاری اش کمتر از ده دلار است. هنگامی که صاحب نوکیا باشد، می تواند از سود سخت افزاری نیز بهره برد. سود کمتر از ده دلار مایکروسافت به بیش از چهل دلار افزایش می یابد.

استیو جابز برای مدتی طولانی مخالف این ایده بیل گیتس بود که سخت افزار و نرم افزار جدا از هم در شرکت هایی مجزا ساخته شوند. در زمان کامپیوترهای خانگی، حق با بیل گیتس بود. گیتس می دانست که اغلب کاربران کامپیوتر چیزی از سخت افزار نمی دانند. ما نمی توانستیم (و در واقع برایمان مهم نبود) که فرق میان پردازنده، درایوها، صفحه نمایش و سایر اجزای فیزیکی یک کامپیوتر خانگی را با دیگری بفهمیم. در نتیجه تولید سخت افزار کامپیوتر بدل شد به تجارتي دشوار که در آن مارک ها به درستی شناخته نمی شدند، جنگ همیشگی بر سر قیمت ها بود و سود آور نبود.

اما در نظر گیتس نرم افزار داستان دیگری داشت. نرم افزار چهره خودش را به کاربران نشان می داد و خودش را بر آنها سوار می کرد. هنگامی که شما یک ویندوز کامپیوتر را یاد گرفتید، تمام ویندوزهای کامپیوتری را خواهید فهمید. برخلاف سخت افزار، نرم افزار تاثیرهای شبکه ای دارد، هر چه کاربران بیشتری از ویندوز استفاده کنند، برای توسعه دهندگان، ویندوز جذابیت بیشتری پیدا می کند و در نتیجه کامپیوترهای ویندوزی را برنامه های مفید بیشتری پوشش می دهند و همین باعث بیشتر شدن کاربران می شود و قس علی هده. در آخر هم اینکه نرم افزار بسیار سود آور بود. پس از یکبار کدنویسی، می توان آن را بینهایت بار کپی کرد و برای چندین سال هیچ هزینه اضافی ای ندارد و به ازای هر نسخه از فروشش درآمد به دست می آید.

اما دستگاه‌های موبایل این محاسبات را تغییر دادند. امروز سخت‌افزار اهمیت دارد. برخلاف کامپیوتر خانگی که زیر میز تحریر پنهان می‌شد، فایده‌مندی یک تلفن همراه تحت تاثیر طراحی اش است. وزن تلفن یا حسی که در دستان شما دارد همگی ملاحظات مهمی هنگام خرید گوشی هستند؛ شما تنها بر مبنای نرم‌افزار اقدام به خرید یک گوشی نخواهید کرد، حتی امکان دارد برای یک دستگاه با طراحی خوب جداگانه پول نرم‌افزار بدهید. در دنیای موبایل، اپل ثابت کرد که سخت‌افزار می‌تواند به اندازه نرم‌افزار سودآور باشد.

می‌توانید بگویید به محض اینکه طراحی یک تبلت یا تلفن همراه خوب شناخته شود، بسیاری از شرکت‌ها از آن تقلید می‌کنند و سخت‌افزار دوباره به یک کالا تقلیل خواهد یافت. این جریانی است که اپل در حال حاضر با آن دست و پنجه نرم می‌کند. زمانی فرا می‌رسد که اجزای موبایل به حدی با کیفیت و ارزان می‌شوند که یک موبایل ۵۰ دلاری می‌تواند به خوبی یک گوشی ۱۰۰ یا ۲۰۰ دلاری ظاهر شود. هنگامی که این مساله تحقق یابد، مردم دوباره دستگاه‌هایشان را بر مبنای قیمت انتخاب خواهند کرد و سود فروش سخت‌افزار به صفر خواهد گرایید و مانند صنعت کامپیوترهای خانگی، نرم‌افزار و نه سخت‌افزار به تجارت غالب صنعت موبایل بدل می‌شود.

تمام این اتفاقات ممکن است رخ دهد (ترس از کالا شدن سخت‌افزار، کم شدن قیمت سهام اپل را توجیه می‌کند). اما اگر سخت‌افزار موبایل به یک کالا بدل شده و نرم‌افزار دوباره به شاخص تعیین کننده در انتخاب تلفن همراه بدل شود، به نظر نمی‌رسد که مایکروسافت از این تغییر سودی ببرد. دلیل این امر این است که طی پنج سال گذشته در دنیای تکنولوژی یک نیروی لجام‌گسیخته و مخرب سود ظهور کرده است و آن اندروید است.

سیستم عامل موبایل گوگل که بر مبنای سیستم عامل لینوکس است (سیستم عاملی که طرفدارانش برای سالیان متمادی آرزو داشتند ویندوز را نابود کند) رایگان است. هر تولیدکننده موبایلی می‌تواند آن‌طور که می‌خواهد از اندروید استفاده کرده و آن را تغییر دهد. این مساله عامل سهم خیره‌کننده اندروید از بازار است (حدود ۸۰ درصد طبق آمار آی‌دی‌سی) و این سهم به اندروید مزیت تاثیرات شبکه‌ای را می‌دهد؛ همان چیزی که زمانی بسیار به کار مایکروسافت آمد. نوکیا برای هر گوشی به مایکروسافت ۱۰ دلار می‌داد تا سیستم عاملی را بگیرد که حتی نمی‌تواند اینستاگرام را اجرا کند. مایکروسافت می‌گوید که بعد از خرید نوکیا می‌خواهد کماکان لایسنس ویندوز موبایل را به سایر تولیدکنندگان نیز بدهد، اما آن‌ها چون همیشه گزینه اندروید را دارند (که توانایی اجرای اینستاگرام و بسیاری برنامه دیگر را دارد) بعید به نظر می‌رسد که تن به چنین معامله‌ای دهند.

به همین دلیل است که خرید نوکیا تمام شدن دوره ویندوز به عنوان یک کسب و کار مستقل را نشان می‌دهد. حالا تنها دو راه برای فروش نرم‌افزار وجود دارد؛ یا باید مثل اپل در دستگاه، نرم‌افزار و سخت‌افزار یکپارچه شوند به امید اینکه یک محصول واحد و بسیار سودآور به فروش رسد یا اینکه مثل گوگل می‌توان نرم‌افزار را به رایگان عرضه کرد به این امید که پلتفرم عظیمی ایجاد شود که در آن به اشکال دیگری به سود می‌شود رسید (در مثال گوگل از طریق تبلیغات). اما نمی‌شود کاری را کرد که ویندوز می‌کند، یعنی بر روی سخت‌افزار کالا شده سایر شرکت‌ها، نرم‌افزار سودآور فروخت. به لطف اندروید حالا کدنویسی یک کالا شده است و ویندوز مرده.

۸- دلیل ادغام نوکیا و مایکروسافت

نوکیا و مایکروسافت پیش از بسته شدن این قرارداد نیز روابط نزدیکی و تنگاتنگی را با یکدیگر داشتند. پس چه دلیلی برای این میزان هزینه توسط مایکروسافت و تسلیم شدن نوکیا در مقابله با آن وجود دارد؟ نوکیا و مایکروسافت، با وجود روابط تنگاتنگ، به عنوان دو شرکت مستقل عمل می‌کردند. هر چند ویندوز فون این دو را با یکدیگر پیوند داده بود، اما هر کدام از آن‌ها به ناچار باید راه مخصوص خود را در توسعه محصولاتشان طی می‌نمودند. هر یک از آن‌ها، نیروها، منابع، فرهنگ و رازهای بخصوصی در خود جای داده بودند که نتیجه‌ای جز ناکارآمدی برایشان به همراه نداشت. اما اکنون با ترکیب دو غول دنیای فناوری در یکدیگر،

مایکروسافت می‌تواند با کنترل همزمان سخت‌افزار و نرم‌افزار از تولید، ارائه‌ی یک تبلت یا تلفن هوشمند جدید را با کیفیت و سرعت بهتری به جلو براند. همچنین مایکروسافت اعتقاد دارد که درک بهتر و همزمان چگونگی پیوند و همکاری سخت‌افزار و نرم‌افزار به آن‌ها این اجازه را خواهد داد تا در بهره‌برداری از این اطلاعات و استفاده از آن در روابطشان با دیگر شرکت‌ها و اپراتورها، بهره‌مند گردند. همچنین طی خبری که در زومیت نیز آن را منتشر کردیم، الوپ اعلام نمود که به پشتیبانی از سری X، آشا و لومیا ادامه خواهد داد. اگر بخواهیم این موضوع را با دقت بیشتری بررسی کنیم، بدان معناست که مایکروسافت همچنان نقشه‌هایش را برای بروزرسانی و ارائه دستگاه‌های جدید ادامه خواهد داد. حتی اگر این استراتژی دوام چندانی نداشته باشد و دیگر خبری از محصولات جدید در این سری نباشد، کاربران فعلی نوکیا نیازی به نگرانی در این رابطه نخواهند داشت. در طرف دیگر، کاربران ویندوزفون نیز تغییرات محسوسی را شاهد نخواهند بود. در حال حاضر هیچ دلیلی دیده نمی‌شود که ناگهان مایکروسافت طلسم ارتباطاتش را بشکند و با تمامی شرکت‌های دیگر تولیدکننده محصولات ویندوزفونی، قطع رابطه کند.

با مهر تایید سهامداران نوکیا برای رفتن کمپانی مطبوعشان زیر پرچم مایکروسافت، تنها تصویب مراجع نظارتی باقی مانده است تا شاهد ادغام نوکیا در یکی از کهنه‌کارترین کمپانی‌های حاضر در عرصه‌ی فناوری باشیم. اما سوالی که همیشه در این مورد مطرح بوده، دلیل تصاحب نوکیا توسط مایکروسافت است. چرا مایکروسافت به سراغ نوکیا رفت در حالی که خود توانایی تولید سخت‌افزار را داشت؟

مایکروسافت هم‌اکنون قادر است تا به‌تنهایی روند طراحی و تولید یک تلفن هوشمند را براساس پلتفرم ویندوزفون طی کند اما بهتر است در نظر بگیریم که محصولات نوکیا هم‌اکنون بیش از ۹۰ درصد بازار مربوط به تلفن‌های هوشمند ویندوزی را در اختیار دارند و رفته رفته در حال دستیابی به رکورد ۱۰ میلیون ابزار ویندوز فونی در سه‌ماهه‌ی پایانی سال ۲۰۱۳ میلادی هستند.

مایکروسافت مدعی شده است که با خرید نوکیا، روند رشد اکوسیستم ویندوز فون سرعت بیشتری خواهد گرفت. اما شواهد اینگونه نشان نمی‌دهد و تیم طراحی مایکروسافت در حال رشد و توسعه براساس اقتضای بازار و نیاز کاربران و همچنین سیاست رقبا است. نوکیا به‌عنوان یک شرکت مستقل قادر است تا اقدامات بیشتری را انجام دهد که مایکروسافت از انجام آن‌ها ناتوان است که از جمله‌ی این اقدامات می‌توان عرضه‌ی تبلت‌ها و تلفن‌های هوشمند با سرعت بیشتر، تولید تلفن‌های هوشمند برای مناطق جغرافیای خاص، پشتیبانی از قابلیت‌ها و ویژگی‌های جدید با استفاده از فریم‌ور اختصاصی و پرداخت مبالغی به برنامه‌نویسان برای توسعه‌ی اپلیکیشن‌ها اختصاصی اشاره کرد. نوکیا به‌عنوان یک شرکت مستقل مجبور بود به‌خاطر شرایط بازار و همچنین برای حفظ آینده‌ی خود، بسیار زیرکانه عمل کرده و فاکتور نوآوری در محصولات خود را همیشه رعایت کند چراکه آینده‌ی شرکت در گرو موفقیت محصولات تولیدی بود. خطری که نوکیا را پس از تملک توسط مایکروسافت تهدید می‌کند، تبدیل شدن آن، به‌شرکتی با سرعت پیشرفت پایین است. هرچند مایکروسافت مبلغ ۲۵۰ میلیون دلار را به‌ازای هر فصل به نوکیا پرداخت می‌کرد، اما کمپانی فنلاندی نیز به‌ازای هر تلفن هوشمند، مبلغی را از بابت گواهی استفاده از سیستم‌عامل ویندوز، در اختیار مایکروسافت قرار می‌داد. با توجه به‌اینکه هیچ‌گاه مبلغ ردوبدل شده بصورت رسمی منتشر نشدند، اما مطمئناً این مبالغ هیچ‌گاه یک هزینه‌ی میلیاردی برای مایکروسافت نبود.

به‌نظر می‌رسد مایکروسافت یکی از بهترین تصمیمات را در مورد خرید نوکیا به‌عنوان یک کمپانی ارائه‌دهنده‌ی ابزارهای موبایل و سرویس‌اخذ کرده است. شاید هزینه‌ی ادغام نوکیا در مایکروسافت، اعلام بازنشستگی استیو بالمر از مایکروسافت بود. فارغ از سودای تصاحب سمت مدیرعاملی توسط استفان الوپ، می‌توان سیاست‌ها و اقدامات وی را بسیار کاربردی‌تر از جولیا لارسن‌گرین در مدیریت ابزارهای موبایل و سرویس‌ها عنوان کرد. لازم‌به‌ذکر است که جولیا لارسن مدیر بخش ابزارهای موبایل و سرویس مایکروسافت است. با خرید نوکیا مایکروسافت به گنجینه‌ی پتنت‌های نوکیا دست‌یافته است که می‌تواند در مبارزه با اندروید، مایکروسافت را یاری کند.

اما مهم‌ترین چیزی که مایکروسافت با تصاحب نوکیا به دست آورده است، اهرم فشاری است که می‌تواند بر علیه اپراتورهای تلفن همراه به کار گیرد. هرچند ممکن است این مورد در سایر نقاط جهان آنچنان مهم نباشد، اما خرید تلفن هوشمند در آمریکا بسیار به اپراتور مورد استفاده بستگی دارد. در صورتی که بخواهید از یک تلفن هوشمند در یک بازه زمانی خاص استفاده کنید، شاید مجبور به تعویض اپراتور خود باشید. در بازار ایالات متحده، *T&AT* و *Verizon* نبض بازار را با قیمت‌ها و پیشنهادات مختلفی در قالب قراردادهای دوساله در اختیار گرفته‌اند. آیفون برای سال‌ها است که انحصاراً در اختیار *t&at* قرار گرفته است، در حالی که این روند به آرامی در حال تغییر است، چراکه در اقصی نقاط جهان آیفون به دلیل محبوبیت بالا، در اختیار سایر اپراتورها نیز قرار گرفته است. تلفن‌های هوشمند اندرویدی سامسونگ نیز از این قاعده مستثنی نیستند. نوکیا نیز باید این سیاست را در پیش بگیرد. شاید قبل از پیوستن به مایکروسافت، اپراتورها فشارهایی را به نوکیا وارد می‌کردند، اما مایکروسافت قدرت و پول کافی برای مذاکره با اپراتورهای تلفن همراه را دارا است.

تیم توسعه‌ی ویندوز باید مستقل از اپراتورهای تلفن همراه بروزرسانی تلفن‌های خود را انجام دهند. برای حرکت سریع در این حوزه، تیم توسعه‌ی ویندوز باید به‌روزرسانی‌ها را با سرعت و در فواصل زمانی کوتاه‌تری منتشر کند. بروزرسانی‌های منتشر شده برای ویندوز فون باید مستقل از عملکرد اپراتور مخابراتی و بصورت یکپارچه در تمامی نقاط جهان باشد. اپل این کار را انجام داده است، تلفن‌های اندرویدی نیز می‌توانند به راحتی روت شوند. اگر هدف مایکروسافت یکپارچه‌سازی اکوسیستم و ابزارهای ویندوزی است، باید از سرویس بروزرسانی ویندوز استفاده نماید.

اپراتورها تا حدودی نظرات خود را به کمپانی‌های تولیدکننده‌ی تلفن‌های همراه دیکته می‌کنند که می‌توان این مساله را عامل تفاوت در تاریخ‌های اعلام شده برای عرضه و تاریخ واقعی عرضه‌ی تلفن عنوان کرد. همچنین اپراتورهای برای نمونه‌های قراردادی، درخواست تغییراتی را نیز پیش روی تولیدکننده قرار می‌دهند که هزینه‌ی تمام شده برای تولید را تا حدودی افزایش می‌دهد. مایکروسافت می‌تواند از قدرت خود برای عرضه‌ی تلفن‌های هوشمند نوکیا با همکاری اپراتورهای مختلف در کشورهای گوناگون استفاده نماید. همگان انتظار دیدن مایکروسافت دهه‌ی نود میلادی را در قالبی جدید با ستیزه‌جویی و مبارزه‌طلبی قبل دارند.

ادغام نوکیا در مایکروسافت می‌تواند بزرگترین امتحان برای ردموندی‌ها باشد، البته این مورد به مدیرعامل بعدی مایکروسافت نیز بستگی دارد. یکی دیگر از عوامل پیشرفت در این وادی تری مایرسون است که رفته‌رفته قدرت بیشتری را کسب می‌کند و سوال اصلی اینجاست که آیا وی درکی از تجارت ابزارهای سخت‌افزاری دارد یا نه؟ همچنین طراحان تبلت‌های سرفیس نیز باید با تیم طراحی نوکیا همکاری نمایند. موفقیت این دو کمپانی در گرو نزدیک کردن طراحی ابزارها است. مطمئناً در سال آینده‌ی میلادی همه‌ی این ابهامات برطرف شده و بسیاری از سوالات پاسخ داده خواهند شد.

۹- واکنش‌ها به ادغام

پس از اعلام خبر خرید نوکیا توسط مایکروسافت، ارزش سهام شرکت مایکروسافت به میزان ۶ درصد برابر با بیش از ۱۵ میلیارد دلار، کاهش یافت. این افت ارزش سهام نشان دهنده واکنش منفی و اعتراض سرمایه‌گذاران نسبت به خرید شرکتی بود که در چهار سال اخیر به حاشیه رانده شده و تنها در سال ۲۰۱۲ بیش از ۴ میلیارد دلار ضرر کرده است. هرچند، با وجود همه این اعتراض‌ها، به نظر می‌رسد که «استیو بالمر»، مدیر اجرایی مایکروسافت در تلاش است تا مایکروسافت را در قالب یک شرکت تولیدکننده کالا و خدمات همانند آنچه که امروز اپل بدان نائل شده است، بازسازی کند.

از سوی دیگر، «استفان ال‌اپ»، مدیر اجرایی نوکیا که تا سال ۲۰۱۰ گرداننده بخش نرم افزارهای تجاری مایکروسافت بود تنها در صورتی به آمریکا بازخواهد گشت و مدیر بخش تجاری دستگاه‌های موبایل مایکروسافت خواهد شد که هیات مدیره شرکت

«ردموند» وی را به عنوان جانشین آینده بالمر مدنظر قرار دهد. درحقیقت، استیو بالمر در هفته آخر ماه جولای اعلام کرد که قصد دارد سال آینده از سمت خود به عنوان «مدیر اجرایی مایکروسافت» کناره گیری کند.

به رغم این که «الاب» در مدت سه سال ریاستش بر نوکیا با چالش های متعددی به ویژه از دست دادن سلطه شرکت فنلاندی تلفن های همراه در بازار جهانی مواجه بود، به دلیل این که هنوز به عنوان یکی از معدود کسانی شناخته می شود که می تواند درک کاملی از وسعت امپراتوری مایکروسافت داشته باشند، همچنان در نظر هیات مدیره غول نرم افزاری دنیا به عنوان یک جایگزین بالقوه برای مدیر اجرایی این شرکت باقی مانده است.

در این میان، نباید از یاد برد که رسانه های فنلاندی به شدت با موضع «استفان الاب» مخالفت می کنند و معتقدند که وی عملکردی همانند «اسب تراوا» دارد، به طوری که با در اختیار گرفتن کلیدهای یکی از چند قدرت فناورانه باقی مانده اروپا یعنی نوکیا، در تلاش است تا این شرکت را که در طول یک دهه گذشته بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار از سهم بازار را در اختیار داشت و درحال حاضر نیز در بخش های تجهیزات شبکه و صدور گواهینامه های فناوری از قدرت قابل توجهی برخوردار است به مستعمره یک شرکت آمریکایی بدل کند. اما با وجود این که برخی از سرمایه گذاران مایکروسافت خواستار آن بودند که توافق نوکیا و مایکروسافت روی نقاط قوتی چون تجارت نرم افزار و خدمات تمرکز کند، به نظر می رسد که این توافق بیشتر بر تقویت هر دو شرکت در بازار تلفن های همراه تاکید دارد.

۱۰- مایکروسافت موفقیت یا عدم موفقیت

بسیاری از تحلیلگران معتقدند که با خرید نوکیا، مایکروسافت درگیر چالش بزرگی شده است. به عنوان نمونه، «کارولینا میلانزی»، تحلیلگر موسسه گارتنر معتقد است: «مایکروسافت نمی تواند در مسیر تلفن های همراه هوشمند گام بردارد و این امید که سایر فروشندگان از ویندوزفون حمایت می کنند نیز به سرعت درحال محو شدن است. بنابراین، مایکروسافت فکر می کند با خرید نوکیا در زمان مناسبی وارد این بازار شده است. در بازار امروز، به روشنی نمایان است که یک ادغام عمودی برای شرکتی که به دنبال موفقیت است می تواند به مسیری رو به جلو تبدیل شود اما در اینجا این سوال اساسی مطرح می شود که آیا مایکروسافت قادر خواهد بود به این هدف دست پیدا کند؟» در گام نخست این توافق، «استفان الاب» به عنوان عضوی از مایکروسافت، ریاست بخش تازه تاسیس «دستگاه های» شرکت ردموند را به عهده خواهد گرفت. این لحظه ای محوری برای مایکروسافتی خواهد بود که هنوز از سیستم عامل ویندوز، بسته نرم افزاری «آفیس» و کنسول بازی «ایکس باکس» درآمد عظیمی به دست می آورد، هرچند در بخش توسعه دستگاه های موبایل با شکست مواجه است و تبلت «سطح» یا Surface که تنها محصول موبایل متعلق به مایکروسافت است در مدت یک سال عرضه نتوانسته است با توفیق بالایی روبه رو شود.

استیو بالمر در کنفرانس خبری اعلام خبر خرید نوکیا، خطاب به تحلیلگران «وال استریت» گفت: «فکر می کنیم که با این شراکت جدید، به یک پیشرفت و توسعه بسیار عالی برسیم. البته می دانیم که برای رسیدن به اهداف خود و دستیابی به تعادلی که هر دو طرف توافق بتوانند از آن بهره ببرند راه درازی در پیش داریم.» مایکروسافت در این کنفرانس خبری تاکید کرد که پس از خرید نوکیا با فروش هر تلفن همراه هوشمند می تواند بیش از ۴۰ دلار سود کند، این درحالی است که درحال حاضر به سبب هزینه های توسعه و بازاریابی که به نوکیا پرداخت می کند این سود تنها برابر با ۱۰ دلار از فروش هر دستگاه تلفن همراه هوشمند است. هرچند به گفته مقامات مایکروسافت این تجارت تا سال مالی ۲۰۱۶ به طور کامل سوددهی به دنبال نخواهد داشت و برای نیل به این اهداف، شرکت «ردموند» در مدت یک سال باید بیش از ۵۰ میلیون دستگاه تلفن همراه بفروشد. رقمی که رسیدن به آن با توجه به آمارهای نوکیا در فروش ۷/۴ میلیون اسمارت فون در سه ماهه نخست سال جاری دشوار به نظر می رسد.

۱۱- آینده نوکیا و مایکروسافت

چرخ گردون آنقدر بر خلاف خواسته‌های نوکیا به گردش در آمد تا در نهایت فنلاندی‌های تسلیم پیشنهاد ۷ میلیارد دلاری ردموندی‌ها شدند و درپناه چتر پر قدرت مایکروسافت آمدند. اما قرارداد ۷ میلیارد دلاری که از تصاحب مایکروسافت بر بخش موبایل نوکیا خبر می‌دهد، به چه معناست. یا به عبارت دیگر پاسخ سؤالی که این روزها ذهن بسیاری از علاقمندان امپراطور سقوط کرده را به خود مشغول کرده چه خواهد بود: چه بر سر نوکیا خواهد آمد؟

شاید برایتان جالب باشد که بدانید نوکیا از ابتدا تولیدکننده موبایل نبوده. صنعت کاغذ، پوشاک و تجهیزات رادیویی، بخش کمتر شنیده شده‌ای را از کارنامه نوکیا شکل می‌دهند.

حالا هم واگذاری بخش موبایل و سرویس‌های این شرکت به مایکروسافت، مسیر تازه‌ای را در کارنامه پر فراز و نشیب غول فنلاندی باز نموده است. راهی که هنوز چندان روشن نیست. با این وجود مایکروسافت توضیحاتی در این رابطه را منتشر نموده است که اطلاعات بیشتری از این ترکیب را در اختیارمان قرار می‌دهد.

مایکروسافت بخش موبایل و سرویس‌های نوکیا را تصاحب خواهد کرد. به همین راحتی. این بدان معناست که تمامی محصولات خانواده نوکیا از تلفن‌های هوشمند لومیا گرفته تا موبایل‌هایی همچون آشا و سری X، زین پس زیر پرچم مایکروسافت قرار خواهند گرفت. تیم‌های طراحی، زنجیره تأمین، لوازم جانبی و حتی تمامی روابط تجاری و کاری نوکیا با دیگر شرکت‌های حوزه فناوری به همراه آزمایشات و مراحل تولید نوکیا، از این به بعد زیر نظر مایکروسافت صورت خواهد گرفت.

همچنین غالب سرویس‌های نوکیا، از سرویس *MixRadio* گرفته تا فروشگاه برنامه این شرکت و ... نیز به مایکروسافت تعلق می‌گیرد. البته هنوز سرویس نقشه‌های نوکیا که با نام *Here* معرفی شده، به عنوان تجارتي مستقل از دست مایکروسافت خارج شده و فعلاً زیر پرچم نوکیا باقی مانده است. در حاشیه این موارد، نوکیا همچنان اغلب پتنت‌ها و بخش شبکه به همراه دفتر مرکزی *CTO* را در زیر سایه نام و برند نوکیا را نیز محفوظ نگاه داشته است.

در طرف دیگر، مایکروسافت مسئولیت و شاید بهتر است بگوییم قدرت کنترل هر گونه قرارداد نوکیا در رابطه با محصولات موبایلی‌اش را با شرکت‌های دیگر را در اختیار خواهد داشت. بدتن ترتیب بی شک سیستم عامل سیمبیان و قرارداد همکاری نوکیا با کوالکوم یا هر عضو دیگر، زیر نظر مایکروسافت خواهد بود.

از آنجا که برند و نام آشا و لومیا با قطعی شدن قرارداد به مایکروسافت تعلق گرفته است، بنابراین جای تعجبی ندارد که مایکروسافت از مزایای کنترل خط تولید آن بهره‌مند شود. همچنین به نظر می‌رسد که هر آنچه نوکیا تاکنون در خط تولید خود نگاه داشته است، طی چند ماه آینده به بازار عرضه خواهد شد و حداقل تا ۱۰ ماه آینده شاهد یک موبایل کاملاً مایکروسافتی نخواهیم بود.

استفان الوپ، مدیر محبوب نوکیا نیز اکنون به جای مدیریت بر بخش موبایل نوکیا، سکان کشتی تمامی دستگاه‌های مایکروسافت را به دست خواهد گرفت. این بدان معناست که الوپ، به عنوان رئیس اصلی بخش دیوایس‌های مایکروسافت که علاوه بر محصولات تبلت و تلفن هوشمند، شامل ایکس‌باکس، *Perceptive Pixel products*، محصولات جانبی و تمامی سبد سخت‌افزاری مایکروسافت می‌گردد، باید از این به بعد بخش دیوایس‌های مایکروسافت را زیر نظر ((نادلا))، مدیر کل این شرکت، رهبری کند. این موضوع شامل ۲۵۰۰۰ کارمند نوکیا که اکنون خانه تازه‌ای را در مایکروسافت پیدا کرده‌اند نیز می‌گردد.

۱۲- نتیجه گیری

ادغام و تحصیل باعث بزرگ تر شدن شرکت‌ها می‌شود و انگیزه‌های مختلفی برای ادغام وجود دارد که برخی از آنها عبارتند از هم افزایی، ملاحظات مالیاتی، خریداری دارایی‌ها کمتر از ارزش جایگزینی، متنوع سازی و انگیزه‌های شخصی مدیران. ادغام

شرکت ها به صورت افقی، عمودی، هم جنس و مخلوط طبقه بندی می شوند و معمولاً "ادغام های افقی و عمودی بیشترین هم افزایی را ایجاد می کنند.

به نظر می آید در این ادغام نوکیا به دلیل سقوط ارزش سهامش و همچنین نداشتن توانایی لازم برای رقابت با دیگر برندهای تجاری ناچار تن به این ادغام داده است و با این کار در تلاش بوده که خود را در عرصه رقابت نگه دارد حتی با متوسل شدن به ادغام به شرکت مایکروسافت هانگونه که می توان اشاره کرد که این ادغام به معنی پایان یافتن فصلی از تاریخ نوکیاست، اما می توان با دیدگاه بهتری اینگونه فکر کرد که این توافق شاید آخرین فرصت برای نجات شرکت باشد تا بتواند در آینده نیز در بازار سهم بسزایی داشته باشد و بتواند با عرضه محصولات قوی تر خود را بازیابی بنماید و بتواند رقابت تنگاتنگی با دیگر برندهای تجاری داشته باشد.

اما از طرف دیگر مایکروسافت ادعا دارد که با بدست آوردن فهمی بهتر از کارکرد نرم افزار و سخت افزار با یکدیگر، می تواند این درک را به شرکایش با دیگر کمپانی ها بسط دهد. و آنگاه با این ادغام دریچه های جدیدی از تکنولوژی را در اختیار دیگران قرار بدهند.

در مجموع تا این لحظه به نظر می رسد که این ادغام برای هر دو طرف معامله بسیار خوب بوده و هر دو بهره کافی از این ادغام برده اند. نوکیا به گونه ای خود را از خطر سقوط و محو شدن در بازار نجات داده و مایکروسافت نیز با در اختیار گرفتن تکنولوژی نوکیا سعی در قدرتمند کردن خود در بازار و ارائه محصولات جدید دارد ولی باید دید با گذر زمان و کارکرد این دو شراکت با هم چه اتفاقی خواهد افتاد بدون شک بهترین پاسخ به این سوال را آینده و گذشت زمان خواهد داد.

منابع

[1] اسکینی، ربیعا؛ شرکت های تجاری، تهران، انتشارات سمت، سال ۸۵، چاپ دهم، جلد اول، صفحه ۴۵

[2] همان، صفحه ۴۷

[3] سهمی که در شرکت های شخص داده می شود و به برگه سهام تبدیل نمی شود..

[4] سهمی که در شرکت های سرمایه داده می شود و به برگه سهام تبدیل می شود.

[5] ستوده تهرانی، حسن؛ حقوق تجارت، تهران، نشر دادگستر، زمستان ۸۶، چاپ دهم، صفحه ۲۴۶.

[6] همان، صفحه ۲۴۶ [8].

[7] خزایی، حسین؛ پیشین، صفحه ۵۷.

[8] Copeland, Thomas E. & J. Fred Weston (2006), "*Financial Theory and Corporate Policy*".

[9] مدیریت مالی؛ دکتر رهنمای رودپشتی، دکتر نیکو مرام

[10] مبانی تئوریک و کاربردی تصاحب و ادغام شرکتها؛ (دکتر علی جهانخانی، دکتر علی ثقفی، دکتر اصغر عارفی)

[11] <http://www.eghtesadeiranonline.com/vdcbs8b5grhb8sp.uiur.html>