

# NEW BUSINESS



LOADING...

زمانی برای ایجاد

کسب و کارهای جدید



معاونت بررسی های اقتصادی  
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



## مقدمه:

طبق آخرین نظرسنجی جهانی موسسه مک کینزی، با وجود عدم اطمینان اقتصادی مداوم، سازمان‌ها در حال ایجاد کسب‌وکارهای جدید هستند. این نظرسنجی در مورد ایجاد کسب‌وکارهای جدید نشان می‌دهد که درصد زیادی از صاحبان کسب‌وکار نسبت به سال‌های گذشته، ایجاد جریان‌های درآمدی جدید را اولویت استراتژیک خود قرار داده‌اند و تلاش زیادی برای رشد انعطاف‌پذیر که منعکس‌کننده مزیت‌های سرمایه‌ای شرکت‌های موجود و فرصت‌های پیش روی کسب‌وکارها است، دارند. علاوه بر این، از آنجایی که شرکت‌ها با عدم اطمینان اقتصادی دست و پنجه نرم می‌کنند، مدیران مالی، ایجاد کسب‌وکار را محتمل‌ترین اقدام استراتژیک سازمانشان در ۱۲ ماه آینده پیش‌بینی می‌کنند.



در چهارمین گزارش سالانه این موسسه در زمینه ایجاد کسب‌وکار، کسب‌وکارهای جدیدی را که پاسخ‌دهندگان انتظار دارند در سال‌های آینده ایجاد شود، ضمن توجه به نقش هوش مصنوعی مولد در تقویت تلاش‌ها، مورد بررسی قرار گرفته است. در این گزارش به عوامل موفقیت شرکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های تجاری جدید نیز پرداخته شده است.

همچنین در این گزارش به نتایج نظرسنجی صورت گرفته از سرمایه‌گذاران و تحلیلگران سهام عمومی در خصوص فرصت‌هایی که پیش‌روی شرکت‌ها در ایجاد کسب‌وکار جدید قرار دارند، پرداخته شده است. در پایان بر اساس این نظرسنجی، توصیه‌های عملی به اشتراک گذاشته شده است تا به رهبران کسب‌وکارها در هدایت دیدگاه‌های سرمایه‌گذاری و به حداکثر رساندن ارزشی که به کسب‌وکار جدیدشان نسبت داده می‌شود، کمک کند.

## سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای جدید، حتی در زمان‌های عدم قطعیت، یک اولویت است.

نتایج آخرین نظرسنجی نشان می‌دهد که عدم قطعیت اقتصادی، سازمان‌ها را از سرمایه‌گذاری در ایجاد کسب‌وکار جدید باز نمی‌دارد. در واقع، بسیاری از رهبران کسب‌وکار می‌گویند اکنون زمان مناسبی برای اولویت‌دهی به ایجاد کسب‌وکار است. پاسخ‌های نظرسنجی نشان می‌دهد که ۵۸ درصد از رهبران کسب‌وکار مورد بررسی، موافق هستند که به دلیل شرایط اقتصادی فعلی، ایجاد کسب‌وکار جدید به اولویت بیشتری نسبت به گذشته برای سازمان‌هایشان تبدیل شده است. همچنین پاسخ‌دهندگان به این واقعیت اشاره نموده‌اند که سازمان‌های آن‌ها در حال حاضر در مقایسه با استارت‌آپ‌ها که با مشکلات بیشتری در جذب سرمایه مواجه هستند، از مزیت نسبی برخوردارند.

رهبران کسب‌وکار حتی طی یک سال عدم اطمینان، ایجاد کسب‌وکار جدید را در اولویت قرار می‌دهند.

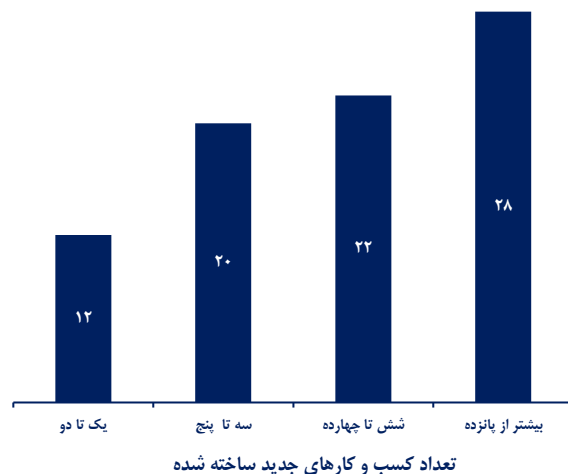
نسبت رهبران کسب‌وکاری که موافق هستند ایجاد کسب‌وکار در محیط اقتصادی فعلی اولویت بیشتری دارد.	نسبت سرمایه‌گذارانی که معتقدند لازمست سازمان‌ها سرمایه‌گذاری خود را برای ایجاد کسب‌وکار در سال آینده افزایش دهند.
 <p>۵۸%</p>	 <p>۶۵%</p>

## حدود دو سوم سرمایه‌گذاران مورد بررسی می‌گویند که افزایش سرمایه‌گذاری در ایجاد کسب‌وکارهای جدید در سال آینده خواهد بود.

آخرین نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که ایجاد کسب‌وکار جدید همچنان اولویت اصلی بسیاری از شرکت‌ها است. ۲۷ درصد از مدیران عامل مورد بررسی، ایجاد کسب‌وکار را به عنوان اولویت اصلی برای سازمان‌های خود رتبه‌بندی می‌کنند که نسبت به دو نظرسنجی قبلی افزایش یافته است. همانطور که در یک نظرسنجی جهانی اخیر نشان داده شده است، مدیران مالی نیز، سرمایه‌گذاری را در اولویت ایجاد کسب‌وکار قرار داده‌اند، به طوری که ۵۵ درصد از مدیران مالی پاسخ‌دهنده انتظار دارند که این مهم‌ترین حرکت استراتژیک شرکت‌هایشان در سال آینده باشد.

به نظر می‌رسد تمرکز شرکت‌ها بر ایجاد کسب‌وکار جدید از مزایای بسیاری برخوردار است. ۲۰ درصد از درآمدهای سازمان‌های پاسخ‌دهنده از کسب‌وکارهای جدید ساخته شده در پنج سال گذشته حاصل شده است، که نسبت به سال گذشته ۱۲ درصد افزایش یافته است. پاسخ‌ها نشان می‌دهند که هرچه تعداد کسب‌وکارهای جدیدی که یک سازمان ایجاد می‌کند بیشتر باشد، درآمد کسب‌وکارهای جدید سهم بیشتری از درآمدهای سازمان خواهد داشت.

سهم درآمد سازمانی از کسب‌وکارهای ایجاد شده در ۵ سال گذشته بر اساس تعداد کسب و کارهای جدید ایجاد شده-درصد



نکته حائز اهمیت این نظرسنجی این است که علی‌رغم اینکه شرکت‌ها در دوره‌ای از عدم قطعیت اقتصاد کلان حرکت می‌کنند، بر تمام استراتژی‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت تا بلندمدت تمرکز دارند. در حالی که تا پیش از این در مواقع نااطمینانی تمرکز بیشتر کسب‌وکارها بر روی اقدام و واکنش‌های کوتاه‌مدت بوده است که این موضوع بر اهمیت ایجاد کسب‌وکار به عنوان یک اولویت تجاری برای رشد آینده تاکید دارد.

نکته مهمتر این است که مدیران نیاز به توسعه قابلیت‌ها برای راه اندازی چندین کسب‌وکار را درک می‌کنند. لین رویکرد پور تفلیو موجب تنوع ریسک و افزایش احتمال موفقیت و رشد می‌شود که بخشی از این تفکر توسط هوش مصنوعی مولد هدایت می‌شود، که فرصت‌های دوجانبه‌ای را ایجاد کرده که قبلاً وجود نداشته است. از طرفی شرکت‌ها می‌بینند که چگونه هوش مصنوعی مولد می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا کسب‌وکارهای بیشتری را در زمان کوتاه‌تری راه‌اندازی کنند. در طرف مقابل، آگاهند که هوش مصنوعی مولد تا چه اندازه می‌تواند مخرب باشد و جلوتر از سازمان‌ها حرکت کند.

## سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای جدید، حتی در زمان‌های عدم قطعیت، به ثمر نشسته است.

اولویت پاسخ‌دهندگان این است که سازمان‌هایشان در طول پنج سال آینده، داده‌ها، تجزیه و تحلیل‌ها و کسب‌وکارهای جدید مبتنی بر هوش مصنوعی ایجاد کنند. با این حال، یافته‌ها نشان می‌دهد که نسبت رهبران کسب‌وکاری که انتظار دارند کسب‌وکارهای مبتنی بر خدمات، مانند کسب‌وکارهای اشتراکی یا مراقبت‌های بهداشتی از راه دور، ایجاد کنند تقریباً با اندازه کسب‌وکارهای جدید مبتنی بر داده‌ها، تحلیل‌ها و هوش مصنوعی برابر است. کسب‌وکارهای خرده‌فروشی دیجیتال در سال جاری تا حدودی اولویت کمتری پیدا کرده‌است، شاید به این دلیل که بسیاری از کسب‌وکارهای جدیدی که با افزایش دیجیتالی شدن ناشی از همه‌گیری کووید ایجاد شده بودند، اکنون ساخته یا راه‌اندازی شده‌اند.

نوع کسب‌وکارهای جدیدی که پاسخ‌دهندگان انتظار دارند که سازمان‌هایشان در ۵ سال آینده ایجاد کنند (درصد پاسخ‌دهندگان)

کسب و کار مبتنی بر	صنایع پیشرفته	کالاهای مصرفی و خرده‌فروشی	خدمات مالی	انرژی و مواد	مراقبت‌های بهداشتی و علوم زیستی	تکنولوژی، رسانه و مخابرات	سفر، لجستیک و زیرساخت
دیتا، تحلیل و پلتفرم هوش مصنوعی	۴۱	۱۹	۴۷	۲۰	۲۶	۵۵	۱۷
مبتنی بر خدمات	۲۵	۱۸	۲۷	۱۸	۴۰	۵۲	۴۲
محصولات فیزیکی (سخت افزار)	۵۷	۳۹	۵	۲۳	۴۶	۳۵	۳۱
پایداری محیط زیست	۳۷	۲۷	۲۰	۶۴	۱۲	۲۵	۴۵
اکوسیستم و بازار	۲۴	۲۷	۴۹	۳۱	۳۰	۲۹	۱۸
خرده‌فروشی دیجیتال	۱۵	۶۳	۴۲	۲۰	۱۸	۳۲	۲۷
محصولات متصل (اینترنت اشیا)	۴۰	۲۱	۲۰	۲۲	۲۷	۴۰	۲۲
سایر (مراقبت‌های بهداشتی از راه دور)	۹	۱۲	۲۱	۱۰	۲۴	۱۱	۷

\* پاسخ‌دهندگان قادر به انتخاب چندگانه بوده‌اند. ارقام پس از حذف پاسخ‌دهندگانی که گفتند "نمی‌دانم" محاسبه شده است. تعداد پاسخ‌دهندگان در صنایع پیشرفته ۹۷ نفر، کالاهای مصرفی و خرده‌فروشی ۱۴۸، خدمات مالی ۱۳۲، انرژی و مواد ۱۲۸، مراقبت‌های بهداشتی و علوم زیستی ۱۰۰، فناوری، رسانه و مخابرات ۱۳۹، سفر، تدارکات و زیرساخت ۱۰۳.

در صنایع پیشرفته مانند خودروسازی، هوافضا و نیمه رساناها، اکثر پاسخ‌دهندگان انتظار دارند که شرکت‌هایشان کسب‌وکارهای مبتنی بر محصولات فیزیکی ایجاد کنند. علاقه به ایجاد داده‌ها، تجزیه و تحلیل و کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی نیز در سطح بالایی است.

پاسخ‌دهندگانی که در بخش انرژی و مواد فعالیت دارند انتظار دارند که شرکت‌هایشان کسب‌وکارهای مبتنی بر محصولات فیزیکی ایجاد کنند، زیرا تمرکز آن‌ها حتی بیشتر به سمت کسب‌وکارهای مبتنی بر پایداری به‌ویژه کسب‌وکارهای حوزه انرژی‌های جدید، مانند انرژی‌های تجدیدپذیر و ذخیره‌سازی انرژی، معطوف است. در بخش مراقبت‌های بهداشتی و علوم زیستی نیز در رتبه اول کسب‌وکارها حول محصولات فیزیکی ایجاد می‌شوند. با این حال، در مقایسه با نتایج نظرسنجی سال گذشته، در حال حاضر تمایل به مشاغل مبتنی بر خدمات، همچون پلتفرم‌های مبتنی بر سلامت مجازی، برنامه‌های مدیریت مزایا و روباتیک پزشکی، بیشتر شده است.

این نظرسنجی نسبت به گذشته نشان می‌دهد تمرکز بر پایداری در صنایع خاصی افزایش یافته است و تمایل شرکت‌های بزرگ به سمت ایجاد کسب‌وکارهایی در جهت دستیابی به اهداف زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بیشتر شده است. با این حال، نقش موثر فناوری در ایجاد و توانمندسازی کسب‌وکارهای جدید و مدل‌های کسب‌وکاری که ارزش‌آفرینی می‌کنند، بسیار جالب توجه است. به طور مثال، فضای ابری و تجزیه و تحلیل پیشرفته، قابلیت‌هایی به‌عنوان یک سرویس ایجاد کرده‌اند که فرصت‌هایی را برای کسب‌وکارها فراهم می‌کند تا به مدل‌های اشتراکی روی بیاورند.

نکته حائز اهمیت دیگر این است که در کنار گرایش‌ها به سمت تکنولوژی، داده‌ها و هوش مصنوعی مولد، محصولات فیزیکی هنوز هم بخش اصلی استراتژی‌های کسب‌وکار بسیاری از شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد. به عنوان مثال، در بخش علوم زیستی، شرکت‌ها به توسعه دستگاه‌های پزشکی ادامه خواهند داد. اما بسیاری از آن‌ها در حوزه‌های تجهیزات بزرگ، وسایل نقلیه، محصولات مصرفی و ... به‌طور فزاینده‌ای با دنیای دیجیتال در هم تنیده شده‌اند. بنابراین نه تنها لازم است داده‌ها و تکنولوژی برای ارلنه قابلیت‌های خدماتی با هم کار کنند، بلکه می‌بایست برای ارائه و پشتیبانی از محصولات فیزیکی نیز استفاده شوند.

## انتظارات از نقش مولد هوش مصنوعی در سطوح بالایی قرار دارد.

پاسخ‌دهندگان انتظار دارند که قابلیت‌های هوش مصنوعی به روش‌های مختلف، از جمله افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای جدید تا متحول کردن مدل‌های کسب‌وکار در سال‌های آتی، ایجاد کسب‌وکار جدید را تسهیل کند. بیش از نیمی از رهبران کسب‌وکار مورد بررسی انتظار دارند که قابلیت‌های هوش مصنوعی برای کسب‌وکارهای جدیدی که در پنج سال آینده ساخته می‌شوند دو برابر هر فناوری خاص دیگری، ضروری است. با وجود اینکه پذیرش هوش مصنوعی مولد توسط سازمان‌ها هنوز در ابتدای مسیر است، تقریباً نیمی از رهبران کسب‌وکار پیش‌بینی می‌کنند که قابلیت‌های جدید هوش مصنوعی، سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در کسب‌وکارهای جدید را تسریع کند.

کاربردهای هوش مصنوعی مولد که پیش‌بینی می‌شود سازمان‌ها در ۵ سال آینده ایجاد خواهند کرد (درصد پاسخ‌دهندگان)

کسب و کار مبتنی بر	صنایع پیشرفته	کالاهای مصرفی و خرده‌فروشی	خدمات مالی	انرژی و مواد	مراقبت‌های بهداشتی و علوم زیستی	تکنولوژی، رسانه و مخابرات	سفر، لجستیک و زیرساخت
اتوماسیون فرآیند هوشمند	۳۷	۳۴	۳۷	۳۵	۱۴	۳۵	۳۶
سفرهای هوشمند مشتری	۲۵	۴۱	۳۰	۲۹	۲۶	۲۹	۲۹
شخصی‌سازی محتوا و/یا خدمات	۱۹	۱۸	۲۳	۲۶	۲۰	۳۰	۲۰
رابط‌های مکالمه‌ای	۱۴	۲۹	۳۷	۱۸	۲۳	۲۰	۱۳
شبیه‌سازی سناریو و نتیجه	۲۲	۱۱	۲۶	۱۸	۱۲	۱۶	۴۱
سیستم‌های تولید محتوا	۱۷	۲۷	۱۴	۱۷	۲۷	۱۸	۱۴
ترکیب و خلاصه‌سازی	۲۴	۶	۱۲	۲۷	۲۹	۱۷	۱۷
خلبانان و مربیان مجازی	۱۰	۷	۱۲	۷	۱۲	۱۵	۸

۷۵ درصد از سرمایه‌گذاران انتظار دارند که هوش مصنوعی مولد باعث افزایش سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار شود.

با نگاه دقیق به کاربردهای مورد انتظار از هوش مصنوعی مولد، تفاوت‌های معناداری در سطح صنایع مختلف مشاهده می‌شود. پاسخ‌دهندگان معمولاً پیش‌بینی می‌کنند که کاربردهایی از هوش مصنوعی که زیربنای مولفه‌های ارزش کسب‌وکار جدیدشان خواهد بود، مرتبط‌ترین موارد با زنجیره‌های ارزش آنها هستند. به عنوان مثال، پاسخ‌دهندگان انتظار دارند که هوش مصنوعی مولد در صنایع پیشرفته کمک‌کننده باشد، در حالی که در سفر، تدارکات و زیرساخت، برنامه‌ریزی سناریو ارزشمندترین کاربرد را خواهد داشت.

تأثیر هوش مصنوعی مولد از سه منظر قابل بررسی است:

- **محور بهره‌وری؛** جایی که امروزه بیشترین تمرکز در آن قرار دارد.
- **محور نوآوری؛** جایی که هوش مصنوعی مولد می‌تواند قابلیت‌های کاملاً جدیدی مانند شخصی‌سازی انبوهی از ارتباطات ایجاد کند و ترکیب و جمع‌بندی را با سرعت و مقیاسی که قبلاً غیرقابل تصور است به افراد ارائه دهد.
- **محور تحول؛** جایی که تحول واقعی رخ می‌دهد و در عین حال بزرگترین فرصت برای ایجاد کسب‌وکار در آن نهفته است. هر کسب‌وکاری که مبتنی بر دانش باشد، دقیقاً در این افق سوم قرار دارد. با قدرت هوش مصنوعی مولد، انواع خاصی از خدمات مالی تا مراقبت‌های بهداشتی با هزینه کمتر در دسترس افراد بیشتری قرار خواهد گرفت.



## سه عامل موفقیت در ایجاد کسب و کار

تجربه کسب و کارهای جدید موفق و سازمان‌های ایجاد کننده این کسب و کارها، سه عامل موفقیت از نحوه تصمیم‌گیری تا نوع حمایتی که از بیرون انتظار دارند را نشان می‌دهد:

### ۱. موفقیت در کسب و کار با نظم و انضباط مرتبط است:

نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که بیشترین تعداد کسب و کار را راه‌اندازی می‌کنند و در عین حال بیشترین موفقیت را در انجام این کار دارند در طول این فرآیند به صورت سیستماتیک گام برمی‌دارند. به‌ویژه، پاسخ‌دهندگان در سازمان‌هایی که در ایجاد کسب و کار بهترین هستند، به مکانیسم‌های خاصی اشاره می‌کنند. اول اینکه آن‌ها چارچوب و فرآیند مشخصی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید دارند. آن‌ها مشارکت‌ها و فرآیندهایی برای حمایت از کسب و کار جدیدی که ایجاد کرده‌اند تعریف می‌کنند و روشی سیستماتیک برای نظارت و ارزیابی نتایج کسب و کار جدید در نظر می‌گیرند.

### ۲. موفقیت در ایجاد کسب و کار با تجربه مرتبط است:

نتایج نظرسنجی بر این واقعیت صحنه می‌گذارد که تجربه بهترین راهنما برای ایجاد کسب و کار جدید است. شرکت‌هایی که تجربه قابل‌توجهی در ایجاد کسب و کار داشته‌اند، به احتمال بیشتری نسبت به سایرین نرخ بازگشت سرمایه بالاتری دارند. آخرین یافته‌ها نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که بیشترین تجربه را دارند - یعنی سازمان‌هایی که سه یا چند کسب و کار جدید در سال ایجاد کرده‌اند - نرخ موفقیت بالاتری داشته‌اند؛ آن‌ها به ازای هر کسب و کار ناکارآمد، ۲.۸ کسب و کار موفق دارند. برای بنگاه‌هایی که تخصص کمتری دارند، این نسبت به ۱.۶ کاهش می‌یابد. باتجربه‌ترین بنگاه‌ها تمایل دارند سایر عوامل موفقیت، مانند تعامل با شرکای خارجی را نیز به کار گیرند.

نگاه دقیق‌تر به نرخ موفقیت سازمان‌ها نشان می‌دهد که ایجادکنندگان کسب و کار باتجربه در صورت عدم موفقیت، به سرعت کسب و کار را تعطیل می‌کنند، در نتیجه نرخ موفقیت کسب و کارهایی که هنوز در حال فعالیت هستند افزایش می‌یابد، این در حالی است که در خصوص سایر بنگاه‌ها این اطمینان وجود ندارد. برای ایجادکنندگان کسب و کار دارای تجربه ۱.۴ برابر بیشتر از سایرین، احتمال دارد یک کسب و کار با عملکرد ضعیف را تعطیل کنند تا اینکه بخواهند فعالیت آن را ادامه دهند. داشتن یک مکانیسم رسمی برای نظارت بر عملکرد کسب و کار (که معمولاً باتجربه‌ترین ایجادکنندگان کسب و کار این مکانیسم را دارند) می‌تواند به سازمان‌ها در تعیین اینکه چه زمانی یک کسب و کار را تعطیل کنند، کمک کند.

### ۳. سرمایه‌گذاران مسیر به حداکثر رساندن ارزش کسب‌وکارها را نشان می‌دهند:

در این نظرسنجی حدود ۱۵۰ سرمایه‌گذار و تحلیل‌گر سهام مورد بررسی قرار گرفته است و تحلیل‌های آنان، سه مسیر را که رهبران کسب‌وکار می‌توانند مانند سرمایه‌گذاران بیاندیشند، نشان می‌دهد.

اول، آن‌ها می‌توانند یک رویکرد پورتفولیو برای ایجاد کسب‌وکار داشته باشند. ریسک‌ها برای سرمایه‌گذاران درک شده است و آگاهند که موفقیت، تضمین نشده است. به طور میانگین، تعریف آنان از نرخ موفقیت قابل قبول برای سازمانی که کسب‌وکار جدید ایجاد می‌کند حدود ۳۰ درصد است و اذعان دارند که بیش از دو مورد از هر سه کسب‌وکار جدید ممکن است هرگز به کسب‌وکاری بادوام و در مقیاس بزرگ تبدیل نشود.

این یافته‌ها نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران، کسب‌وکارهای جدید را به نسبت هر مرحله از راه‌اندازی، به عنوان سرمایه‌گذاری با ریسک کمتری در نظر می‌گیرند. دو سوم سرمایه‌گذاران مورد بررسی می‌گویند که ایجاد کسب‌وکار جدید راهی مؤثر برای افزایش ارزش‌گذاری سازمان است.

دوم، رهبران کسب‌وکار به جای اینکه انتظار حرکت سریع به سمت سودآوری داشته باشند، لازم است صبور باشند. سرمایه‌گذاران صبورتر از آن چیزی هستند که رهبران کسب‌وکار انتظار دارند. به طور میانگین، سرمایه‌گذاران انتظار دارند کسب‌وکار جدید تقریباً چهار سال پس از اعلام عمومی برای رسیدن به سودآوری زمان ببرد.

سوم، رهبران کسب‌وکار می‌توانند معیارهای مختلفی (همچون تعداد کاربران فعال، عملکرد سودآوری، اندازه بازار، ...) را در مراحل مختلف فرآیند ایجاد کسب‌وکار، همچون سرمایه‌گذاران دنبال کنند. به عنوان مثال، در مرحله راه‌اندازی، سرمایه‌گذاران نگران این هستند که آیا ایده موردنظر قابل اجرا است یا خیر و تعیین می‌کنند که آیا ارزش دنبال کردن دارد یا خیر. با رشد کسب‌وکار جدید، سرمایه‌گذاران پتانسیل کامل آن را درک می‌کنند و با گسترش و بلوغ کسب‌وکار جدید، انتظار رشد و سودآوری آن را خواهند داشت.

لازم است شرکت‌ها هنگام ایجاد کسب‌وکار از رویکرد سرمایه‌گذاران استفاده کنند. به عنوان مثال، سرمایه‌گذاران معمولاً از یک جدول زمانی چهار ساله و گاه‌آ بلنمدت‌تر برای سودآوری استفاده می‌کنند. سرمایه‌گذاران معتقدند ایجاد یک کسب‌وکار کارآمد به زمان و صبر فعال نیاز دارد. البته این بدان معنا نیست که شرکت‌ها چهار سال دست روی دست بگذارند و منتظر نتیجه باشند. بلکه آن‌ها تلاش می‌کنند، تنظیم‌گری می‌کنند، ارتباط برقرار می‌کنند، تخصیص مجدد می‌دهند، یاد می‌گیرند و در طول مسیر سازگار می‌شوند.