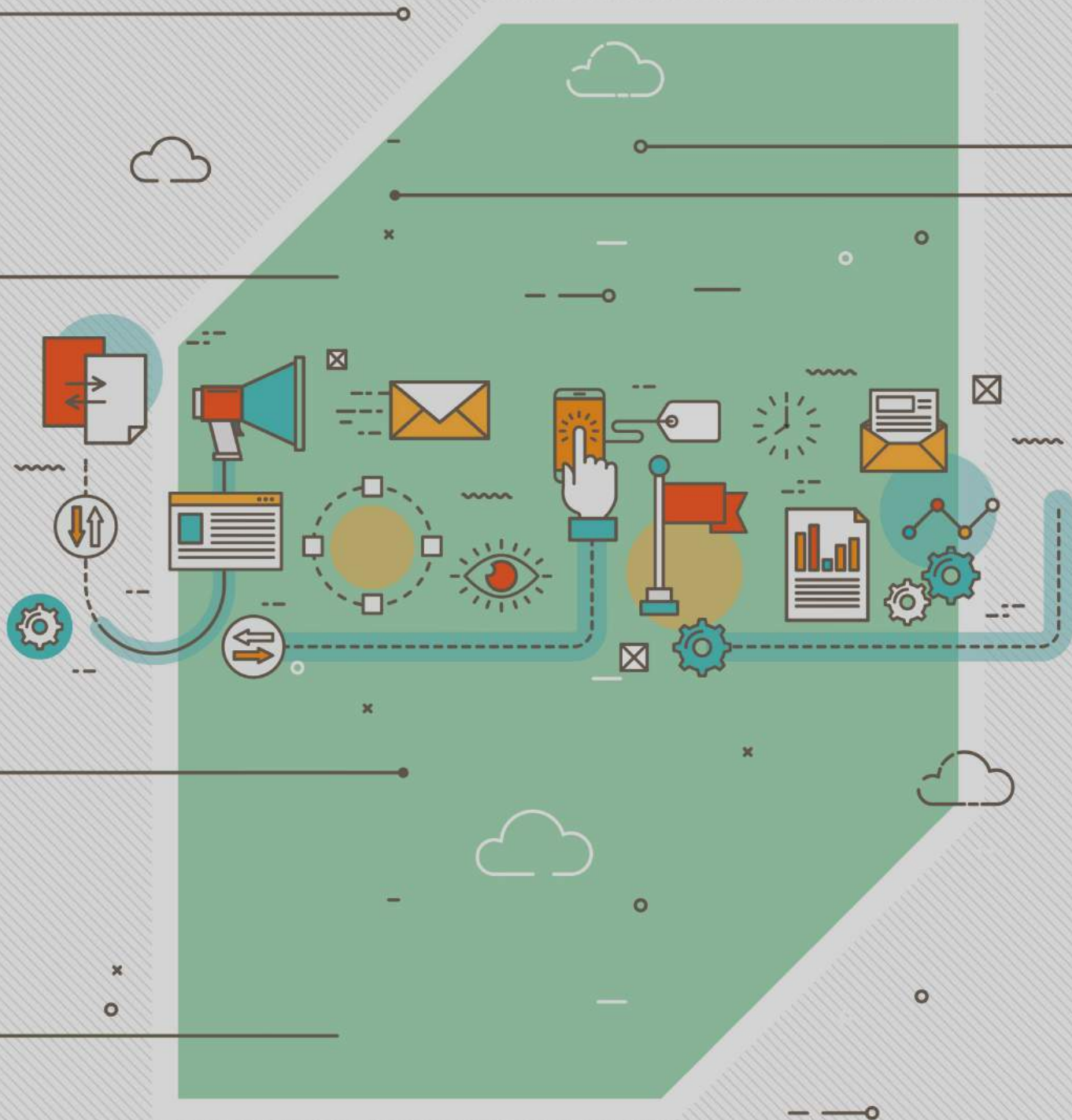


# راهنمای تکمیل فرم ثبت نام رویداد آوردگاه سرمایه





## ایده اصلی

بات‌های مخرب با تقلید رفتار کاربر، سعی در آسیب به کسبوکارهای آنلاین دارند و با پیشرفته شدن این حملات تشخیص آن‌ها غیرممکن شده است. موثرترین راهکار برای مقابله با این حملات (حملات تصاحب حساب، credential stuffing، credential cracking، دیداس لایه ۷، اسپم، scraping و سرقت اطلاعات و...) فقط و فقط کپچا است. چند سالی است که تاریخ انقضای استفاده از کپچاهای ساده عددی گذشته و دور زدن آن‌ها توسط هکرها و بات‌های مخرب به راحتی قابل انجام است، با این حال کسبوکارهای زیادی ارزیابی درستی از آسیب وارد شده ندارند. بر اساس آمار مراکز تحقیقاتی، حدود ۴۰ درصد از ترافیک وبسایت‌ها توسط بات‌ها ایجاد می‌شود که باعث هزینه قابل توجه زیرساختی است.

## اندازه بازار

اندازه بازار امنیت سایبری: ۱۸۵ میلیارد دلار (Grand View Research ۲۰۲۱) اندازه بازار نرم‌افزار امنیت ابری: ۳۱ میلیارد دلار (Mordor Intelligence ۲۰۲۱) اندازه بازار جمع‌آوری داده و برجسب‌گذاری: ۱.۶ میلیارد دلار (Grand View Research ۲۰۲۱) تعداد وبسایت‌های استفاده کننده از سرویس محافظ بات و DDoS ابری: ۱.۵ میلیون میانگین هزینه اشتراک ماهانه: ۱۰۰ دلار (Datanyze.com ۲۰۲۱) TAM: ۱۸۵ میلیارد دلار SAM: ۱.۷ میلیارد دلار SOM: ۲ میلیون دلار

## بازار هدف

- هر وبسایت و کسبوکار اینترنتی مشتری بلقوه ما است. فرم ورود، ثبت‌نام، بازبازی رمزعبور، تایید پیامکی یا ایمیلی، نظرسنجی و... می‌تواند هدف حمله بات‌های مخرب باشد و برای کسبوکار هزینه ایجاد کند. افزایش امنیت این فرم‌ها به کمک کپچا ممکن است. هر سازمان یا ارگان دولتی که به صورت آنلاین خدمات استعلام یا رهگیری ارائه می‌دهد، برای جلوگیری از آسیب‌ها و لو رفتن اطلاعات، نیازمند به کپچایی ایمن است. - بانک‌ها و دارندگان درگاه‌های پرداخت بانکی برای امن‌تر کردن تراکنش‌ها و جلوگیری از فعالیت بات‌های مخرب، به کپچا احتیاج دارند. - ارائه‌دهندگان سرویس‌های امنیت آنلاین مشتری‌های پرمصرف سرویس کپچا هستند. - مراکز تحقیقاتی و کسبوکارهای توسعه‌دهنده محصولات مبتنی بر یادگیری ماشین

## روش درآمدزایی

سرویس Premium آرکپچا در قالب سه طرح حرفه‌ای، تجاری و استقرار محلی عرضه می‌شود طرح حرفه‌ای: امکان کنترل کامل ظاهر و محتوای کپچا، سفارشی‌سازی و برندینگ سازمانی (به خصوص در کپچا پازلی)، تشخیص هوشمند کاربران (تحلیل رفتار)، امکان حذف باکس ویجت و تجربه کاربری بهتر، کنترل کامل سختی چالش‌ها و تنظیم خودکار و هوشمند، گزارش حرفه‌ای استفاده کاربران، هشدار حملات و ترافیک نامتعارف، پشتیبانی ۲۴/۷ + ارائه طرح حرفه‌ای به صورت اشتراک ماهیانه و با قیمت ۴۹ هزار تومان سرویس تجاری به صورت ابری ارائه می‌شود، تجربه کاربری خوبی ایجاد می‌کند، دقت بالایی دارد و به کمک هوش مصنوعی جلوی حملات DDoS و حملات مبتنی بر تقلید رفتار کاربر را می‌گیرد. + سرویس تجاری بر اساس تعداد رکوئست مصرفی و ویژگی‌های فعال قیمت‌گذاری می‌شود. به طور میانگین ۸ هزار تومان به ازای هر هزار رکوئست. سرویس استقرار محلی مناسب سازمان‌هایی که حساسیت امنیتی دارند و نیاز دارند تا محصول بر روی زیرساخت فناوری اطلاعاتشان قرار بگیرد. + اشتراک سالیانه ۵۰ میلیون سرویس برجسب‌گذاری تصاویر و نمایش تبلیغات نیز دو مدل درآمدی جانبی

## هزینه‌ها

ما برای یک دوره ۹ ماهه به ۴۰۰ میلیون تومان سرمایه احتیاج داریم تا به اهداف خود دست پیدا کنیم. محل هزینه - توسعه محصول: ۳۵٪ - توسعه بازار: ۵٪ - نیروی انسانی ۵۸٪ - بازاریابی (مستقیماً) ۳۰ درصد اهداف محصول - انتشار نسخه کامل طرح حرفه‌ای و فروش دست‌کم ۸ نسخه از آن - انتشار نسخه کامل استقرار محلی و نسخه اولیه سرویس تجاری اهداف رشد - دستیابی به ۳۵۰ کاربر فعال و ۵۰ هزار حل روزانه

## اطلاع رسانی

در این دوره تمرکز بر بازاریابی محتوا و سئو است. تبلیغات کلیکی رفتار محور، ریتارگتینگ، پرموت هدفمند محصول در شبکه‌های اجتماعی (به خصوص لینکدین و توئیتر)، دیگر کانال‌ها و روش‌های بازاریابی دیجیتال برنامه‌ریزی شده است. همچنین مذاکره، یک استراتژی مهم بازاریابی برای کسبوکارهای بزرگ و سازمان‌های دولتی است. برون‌سپاری بازاریابی و مذاکره مستقیم و تهاوت از راهکارهای جذب هستند.

## مزیت رقابتی

سرعت، دسترس‌پذیری و امنیت بالا امکانات کنترلی و سفارشی‌سازی و تنوع در چالش‌ها قیمت مناسب و پرداخت ریالی ایجاد امکان درآمدزایی برای صاحبان وبسایت‌ها احترام به حریم خصوصی و کمک به گسترش دانش پشتیبانی و تضمین کیفیت و پایداری

## دستاوردها

تیم و محصول آرکپچا در مهر ۹۹ موفق به کسب مقام دوم در رویداد مسابقه ابربازی شد و جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی را بدست آورد. همچنین آرکپچا در دی ۹۹ به عنوان استارت‌آپ منتخب مرحله اول و دوم رویداد استارت‌آپ تلنت معرفی شد. در اسفند ۹۹ محصول را در بازارچه ابری آروان منتشر کردیم. و در فروردین ۱۴۰۰ به نسخه پایدار محصول دست پیدا کردیم.

## تیم

وحید سعادت  
مدیرعامل

کوثر محمدیان  
توسعه دهنده بیزینسی

عارف حسینی کیا  
مدیر فنی

کارمندان آتی  
کارمند



### ایده اصلی

استفاده از مفهوم مدل سازی اطلاعات ساختمان راه حلی برای غلبه بر پیچیدگی های مرحله ساخت پروژه است. وجود ذینفعان متعدد در مرحله ساخت، هماهنگی و اشتراک گذاری اطلاعات پروژه را به دلیل نرم افزارها و فرمت داده های متعدد دچار چالش می کند. وب اپلیکیشن آسپا بیم در مرحله طراحی پروژه، اطلاعات را از نرم افزارهای BIM استخراج می کند و یک پایگاه داده از اطلاعات پروژه را از طریق وب در اختیار ذینفعان اجرایی پروژه می گذارد. با این امکان هر ذینفع در مرحله ساخت پروژه با حساب کاربری خود و سطح دسترسی مشخص به اطلاعات، می تواند ساخت را مدیریت کند و در هر لحظه و هر مکان به آخرین وضعیت پروژه خود دسترسی داشته باشد. از جمله ویژگی های آن: ۱- نمایش چهار بعدی امان های پروژه بر روی مرورگر ۲- مدیریت زمان بندی پروژه ۳- تقویم اجرایی از فعالیت های پروژه ۴- ساز و کار تعاملی بین ذینفعان ۵- ثبت وضعیت آب و هوایی و تصاویر پروژه در قالب گزارشات روزانه کارگاه ساخت ۶- گزارشات استاندارد و بروز از آخرین وضعیت پروژه ۷- تعریف سطح دسترسی مشخص به اطلاعات پروژه ۸- دسترسی به متره مصالح و احجام کاری فعالیت ها ۹- مدیریت تغییرات

### اندازه بازار

با استناد به گزارش سند مرکز آمار ایران تحت عنوان "اطلاعات پروانه های ساختمانی صادر شده توسط شهرداری های کشور در سال ۱۳۹۶" و احتساب متوسط هزینه ساخت هر متر مربع برابر با یک میلیون و پانصد هزار تومان در آن سال، ارزش پروژه های شهری برابر ۱۰۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده است و اگر بوجه عمرانی کشور در آن سال را که برابر با ۶۰ هزار میلیارد تومان به آن اضافه کنیم با یک بازار بزرگ روبرو هستیم. طبق این سند، فقط در منطقه یک تهران در سال ۱۳۹۶، به میزان ۸۱۷ هزار متر مربع پروانه صادر شده است که ارزش آن برابر ۱۲۵۶ میلیارد تومان است. در کنار ساخت و ساز شهری در سال ۱۴۰۰، طرح ساخت ۴ میلیون مسکن دولت هم اندازه بازار ما را بزرگتر می کند.

### بازار هدف

بازار هدف شامل ساخت و سازهای شهری به انضمام پروژه های ساختمانی در قالب طرح های عمرانی کشور (مثلا: طرح ساخت ۴ میلیون مسکن) می باشد. براساس مصاحبه های انجام شده از خبرگان صنعت ساخت، پروژه هایی با حداقل متراژ ۵۰۰۰ متر مربع به مدیریت پروژه یکپارچه در حین ساخت نیاز مبرم دارند. دو ذینفع پروژه را به عنوان جامعه هدف در نظر داریم: ۱- کارفرمایان | مالکین پروژه برای مطلع شدن از وضعیت پروژه خود از قبیل: درصد پیشرفت پروژه، مدت زمان پروژه و ... به این وب اپلیکیشن نیازمند هستند. ۲- مجریان | سازنده (پیمانکار کل) پروژه حین ساخت احتیاج به اطلاعاتی از پروژه شامل: فعالیت های پروژه، متره مصالح، متره احجام کاری، مدت زمان هر فعالیت و ... دارند.

### روش درآمدزایی

سه روش درآمدزایی را تعریف کرده ایم: ۱- اصلی ترین مدل درآمدی در قالب ارائه خدمت وب اپلیکیشن مدیریت پروژه براساس متراژ زیر بنایی پروژه است. با توجه به فرهنگ موجود در این صنعت و با الهام از این ادبیات که خدمات حوزه ساخت معمولا براساس "متراژ زیر بنای ساخت" ارائه می شود، تعریف شده است. مثلا پروژه ای ۱۰ هزار متر مربع زیر بنا دارد و قیمت ایجاد پروژه در آسپا بیم برابر n تومان به ازای هر متر مربع زیر بنا است از این رو قیمت کل خدمت برابر با ده هزار n خواهد بود. ۲- مدل دوم درآمد، پشتیبانی از تغییرات پروژه است. حق اشتراک ماهیانه برای بروز رسانی اطلاعات پروژه ناشی از تغییرات در طراحی پروژه اخذ می شود. ۳- مدل سوم درآمد، پیاده سازی یک یا چند ویژگی وب اپلیکیشن آسپا بیم براساس نیاز یک سازمان دولتی یا خصوصی، مثلا پیاده سازی ویژگی نمایش سه بعدی امان های پروژه بر روی مرورگر که یکی از چندین ویژگی آسپا بیم می باشد. تخمین درآمد براساس چشم انداز ۴ ساله است که در سال سوم سود دهی آغاز می شود. فایل تخمین درآمد ضمیمه شده است.

### هزینه ها

از آنجایی که مهمترین بخش هزینه توسعه یک محصول IT محور، نیروی انسانی آن است، حدود ۶۵ درصد هزینه برای نیروی انسانی است، حدود ۲۴ درصد هزینه برای بازاریابی است، حدود ۸ درصد هزینه برای خرید تجهیزات سخت افزاری است و مابقی هزینه ها صرف فضای کاری و ... است. تخمین هزینه ها براساس چشم انداز ۴ ساله است. فایل تخمین هزینه ها ضمیمه شده است.

### اطلاع رسانی

با توجه به مصاحبه با جامعه خبرگان و فرهنگ سنتی این صنعت به ترتیب اولویت، چهار روش مدنظر هست: ۱- ارتباط مستقیم با کارفرمایان | مالکین و مجریان | سازنده برای معرفی خدمت. ۲- مشارکت با مشاورین و طراحان پروژه برای معرفی خدمت ما به کارفرمایان | مالکین. ۳- حضور در رویدادهای تخصصی و ارتباط با جامعه هدف ۴- تبلیغات در شبکه های اجتماعی

### مزیت رقابتی

نسبت به مشابه خارجی: ۱- نگهداری اطلاعات پروژه در سرورهای داخلی، این مزیت برای پروژه های دولتی بسیار حائز اهمیت است. ۲- مطابق با واقعیات پروژه های ساخت ایران است. در فرهنگ مدیریتی، فعالیت ها و متره منابع پروژه براساس ویژگی های ساخت و ساز ایران می باشد. ۳- پشتیبانی فنی و خدماتی در ایران ۴- ویژگی های انحصاری نرم افزاری مانند افزونه های اختصاصی استخراج اطلاعات پروژه از نرم افزارهای طراحی پروژه ۵- قابلیت اتصال به سامانه های تامین و تدارک مصالح و خدمت برای اجرای امان های پروژه نسبت به مشابه داخلی: ۱- آسپا بیم یک وب اپلیکیشن هست و ذینفعان بدون نیاز به نرم افزار در هر جایی و مکانی به پروژه خود دسترسی دارند. ۲- قابلیت ویرایش براساس نیاز یک سازمان

### دستاوردها

۱- سخنرانی در دومین کنفرانس مدل سازی اطلاعات ساختمان به عنوان پلتفرم تحت وب مدیریت پروژه های ساختمانی ۲- یکی از سه طرح برگزیده جشنواره نوآوری در حوزه ساخت و ساز

### تیم



## ایده اصلی

تکنیک «خاکوب» عبارت است از یک مخلوط مرطوب از خاک با تناسب‌های مشخصی از شن، ماسه و خاک رس با دانه‌بندی‌های معین و تثبیت کننده‌هایی همچون آهک، سیمان یا آسفالت که بین دو صفحه چوبی به عنوان قالب، فشرده می‌شود. این قالب شامل دو صفحه موازی است که با فاصله ای در حدود ۲۰ تا ۳۵ سانتیمتر به خوبی به یکدیگر قفل و بست شده اند. مخلوط خاک بین این دو صفحه ریخته می‌شود و تا ۵۰٪ ارتفاع خود فشرده می‌شود. این مراحل آنقدر تکرار خواهد شد تا نهایتاً دیوار به ارتفاع مطلوب برسد. به محض اینکه دیوار تمام شود مقاومت آن به حدی است که می‌توان قالب‌ها را از روی آن برداشت. در این تکنیک می‌توان دیوارهای خاک کوبیده شده بر روی فنداسیون بتنی و بتن مگر بنا کرد. این تکنیک میتواند در اجزاء مختلف ساختمان علی‌الخصوص دیوارها مورد استفاده قرار گیرد. به عبارتی این تکنیک، جایگزینی برای مصالحی چون آجر، بلوک، و دیگر مصالح است و هم به صورت دیوار باربر مورد استفاده دارد و هم به صورت پوششی استفاده میشود. همچنین کاربردهای دیگری چون کف سازی بنا، ساخت شومینه، دکوراسیون داخلی، محوطه سازی، جعبه گلدان و همچنین موانع ترافیکی به کار میرود.

## اندازه بازار

نیاز به مسکن در کشور با توجه به برآیند اعداد ناشی از میزان ازدواج‌ها طی سال‌های برنامه پنجم و توزیع کسری ناشی از انباشت تقاضای سال‌های گذشته در کنار مازاد واحدهای مسکونی ناشی از مرگ و میر و واحدهای کسر شده ناشی از نرخ تخریب، حدود یک میلیون و ۶۸۵ هزار واحد است. حدود ۱۱ میلیون مسکن باید طرف یک برنامه ۱۲ ساله ساخته شود که از این ۱۱ میلیون، سالانه حدود ۲۰۰ هزار واحد در حوزه روستایی و حدود نیم میلیون در حوزه شهری است. با توجه به قابلیت‌های این تکنیک، تمامی واحدهای مسکونی روستایی و دست کم ۶۰ درصد واحدهای مسکونی شهری، می‌توانند با این تکنیک ساخته شوند. به عبارتی، ظرفیت تقریبی بازار این محصول، سالانه ۵۰۰ هزار واحد مسکونی است. اما ساخت و ساز حوزه‌ی عمومی، نیز از دیگر ظرفیت‌های این محصول است. بیمارستان‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها، پارک‌ها و ... از جمله‌ی سازه‌هایی هستند که می‌توانند از این محصول استفاده کنند. مضافاً این تکنیک در ساخت عناصر محوطه سازی همچون جعبه گلدان و ترانشه و جداکننده‌های ترافیکی مورد استفاده دارد.

## بازار هدف

بازار هدف شامل کلیه مخاطبان صنعت ساختمان (خصوصی یا عمومی) هستند. به علاوه شهرداری‌ها برای جعبه گلدان‌های شهری، دیوارهای و موانع شهری، سازمان زیباسازی، نوسازی و بهسازی بافتهای فرسوده، ساخت و ساز در محوطه‌های تاریخی و بافت‌های واجد ارزش، دهکده‌های گردشگری با رویکرد بوم‌گردی، نوسازی مدارس، کلیه جامعه هدف بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و دیگر نهادهای متولی رفح محرومیت، سازمان پدافند غیر عامل با هدف ساخت مسکن موقت و اضطراری پس از حادثه، حفاظت از زیرساختهای حیاتی (CIP)؛ بازار هدف دیگر این تکنیک برای کشورهای منطقه خاورمیانه نیز تعریف شده است. در دسترس بودن مصالح و نیروی کار مناسب، نزدیکی به سابقه تاریخی و فرهنگی آنها باعث شده است تا بتوان روی بازار هدف خاورمیانه نیز حساب کرد. علی‌الخصوص در حال حاضر که بسیاری از همسایگان در حال بازسازی پس از جنگ هستند، این تکنیک به دلیل صرفه اقتصادی نسبت به دیگر روشها، امتیاز ویژه ای دارد.

## روش درآمدزایی

به سه روش میتوان با این تکنیک کسب درآمد کرد: ۱- فروش محصول. با این تکنیک میتوان محصولاتی چون شومینه، عناصر ساختمانی مانند میز، جعبه گلدان، بلوکهای دیوار در ابعاد مختلف تولید و عرضه داشت. این روش نیازمند راه اندازی خط تولید است تا بتواند توجیه اقتصادی داشته باشد. ۲- خدمات: به کمک روش خاکوب میتوان پروژه‌های متعددی را در قالب پیمانکاری و نظارت انجام داد. در این روش، فنآور میتواند با تهیه ماشین آلات و تجهیزات لازم، پروژه ساختمانی را انجام دهد و در ازای این خدمت، کسب درآمد کند. ۳- فروش دانش فنی: برای پروژه‌هایی که ابعاد وسیعی دارند و یا پروژه‌هایی که خارج از کشور تعریف میشوند، میتوان در قالب فروش دانش فنی کسب درآمد داشت. همچنین راه اندازی کارگاه‌های خاکوب با همکاری شرکتهای خارجی طرف همکاری با این شرکت میتوان ضمن گسترش ایده، درآمدزایی کرد. در یک آینده‌ی درازمدت تر، میتوان به طراحی و ساخت ماشین آلات مخصوص این تکنیک پرداخت: از جمله قالبها، کوبه‌های مخصوص و ... که در این صورت یک بازار هدف جهانی را میتوان برای این تکنیک تعریف نمود.

## هزینه‌ها

هزینه‌ها در این روش متناظر با نوع کسب درآمد است. پیشنهاد میشود برای توجیه اقتصادی پروژه به صورت گام به گام سرمایه گذاری کرد. به این ترتیب که ابتدا به ساکن با فروش محصول و اجرای محدود پروژه‌ها شروع کرد تا شرکت به یک توان مالی برسد و سپس با درآمد حاصل از همین روش، خط تولید پیش ساخته کردن محصولات را پیش برد. برای مرحله ی اول، سرمایه ای در حدود ۱۰ میلیارد ریال لازم است تا به خرید تجهیزات و ماشین آلات مورد نیاز این مرحله اقدام کرد. عمده این رقم شامل تهیه قالب مخصوص این کار، ماشین آلات اجرای پروژه همچون کمپرسور، کوبه، مواد و مصالح و افزودنیها و ... است. در گام دوم برای راه اندازی خط تولید، سرمایه ای در حدود ۵۰ میلیارد ریال لازم است. این رقم عمدتاً صرف تهیه فضای کارگاهی و ماشین آلات خط تولید میگردد.

## اطلاع رسانی

استفاده از ظرفیت‌های دیجیتال مارکتینگ، کنفرانسها، پژوهشها و مقالات علمی، ورکشاپهای علمی با دعوت از دانشجویان مختلف و اساتید از کشورهای گوناگون و همچنین جا انداختن ایده در اذهان مردم از طریق برنامه‌های ساخت به وسیله گروه‌های جهادی و گروههای داوطلب در مناطق آسیب دیده و محروم. تغییر تصویر ذهنی مردم در مواجهه با خاک یکی از مهمترین رسالتهای این تکنیک است. لذا مشارکت دادن مردم در فرایند ساخت این تکنیک خود بخشی از اطلاع رسانی و آموزش تکنیک به مردم است.

## مزیت رقابتی

از ویژه ترین مزیت‌های این تکنیک، صرفه اقتصادی آن نسبت به دیگر مصالح است. به گونه ای که در برخی موارد هزینه ساخت دیوار نسبت به دیگر مصالح تا ۵۰ درصد نیز ارزانتر تمام میشود. خاک کوبیده یکی از پاک‌ترین مصالح ساختمانی شناخته شده است. این مصالح، یکی از کاراترین مصالح به لحاظ انرژی ذخیره شده است که توسط بشر ساخته می‌شود. خاک کوبیده شده که دارای ۶ درصد سیمان به عنوان تثبیت کننده است، در مقایسه با آجر پخته، به اندازه‌ی ۱/۶ انرژی ذخیره شده دارد که در مقایسه با بتن، این انرژی ذخیره شده نصف است. این محصول می‌تواند امتیازهای مورد نظر LEED را نیز کسب کند. رنگ دیوارها در این تکنیک، با توجه به خاک مورد استفاده است. از آنجا که هر خاکی، رنگ خاص خود را دارد، در این تکنیک، هیچ دو دیواری همانند اثر انگشت شبیه هم نخواهند شد. بافت و رنگ لایه‌های خاک باعث می‌شود تا این دیوار بدون هیچ اندودی یک نمای زیبا و جذاب ایجاد کند. نیاز نداشتن به حمل و نقل مصالح، و در دسترس بودن آنها یکی از مهمترین امتیازات این روش است.

## دستاوردها

در جریان برگزاری رویداد تجاری سازی فناوری‌های پیشرفته ایران که توسط اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا برگزار شد به عنوان طرح منتخب معرفی شد. همچنین در حاشیه نوزدهمین نمایشگاه بین المللی فناوری ایران در دیماه ۱۳۹۷، این طرح، برنده یارانه تجاری سازی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری شد.

## تیم