

بررسی بازار ضدویروس اورجینال  
در میزگرد تخصصی ماهنامه دنیای کامپیوتر و ارتباطات

شماره 104 / شبکه و امنیت / مرداد 1390

2661 بازدید | نسخه چاپی



**باشار بهمند** - ماه گذشته شاهد خداحافظی آنتی ویروس ایمن از بازار بودیم. مدیران این شرکت رفتن ایمن از بازار را به حضور ضدویروس های خارجی به خصوص ففل شکسته های موجود در بازار بی ارتباط نمی دانستند. خداحافظی این تنها ضدویروس ایرانی بهانه ای شد تا میزگردی که مدت ها در ذهن داشتیم را برگزار کنیم، میزگردی با حضور شرکت های ارائه کننده ضدویروس اورجینال.

هدف ما بررسی وضعیت ضدویروس های خارجی اورجینال در بازار ایران، نگاه این مدیران به محصول امنیتی ایرانی و پاسخ به شبهاتی از جمله جاسوس افزار، backdoor و ... بود. برای این امر تلاش کردیم با توجه به ضیق زمانی و امکانات موجود برترین های بازار ضدویروس را در این میزگرد دور هم بنشانیم. نتیجه تلاش ما هم گرد هم آیی مطرح ترین های بازار ضدویروس و حضور نمایندگان از MacAfee, Symantec, kaspersky, Avira برندهای از Eset - که سهم مسلط بازار کشورمان را دست دارند - در این جلسه بود.

گفتنی است تمامی حاضران این جلسه یا نمایندگان رسمی ضدویروس های اروپایی بودند و یا فروشندگان قدیمی و با سابقه ضدویروس های آمریکایی که طبعاً با توجه به شرایط موجود امکان دریافت نمایندگی رسمی را ندارند. ذکر این نکته را لازم می دانم که نشست مدیران تراز اول ضدویروس های اورجینال که در فضایی صمیمی برگزار شد، نه تنها به بررسی و واشکافی بازار پرداخت بلکه به نکاتی در آن اشاره شد که در آینده می تواند گره از مشکلات عمده بازار آنتی ویروس باز کند. در انتها مطالعه آن را به تمامی خوانندگان نشریه مخصوص مدیران و تصمیم گیران توصیه می کنیم.



**بهمند: در ابتدا از هر کدام از میهمانان خواهیم شنیدیم که مجموعه های تحت مدیریتشان را معرفی کنند تا خوانندگان ما بیشتر با آنها آشنا شوند.**

**حویلو:** ما در شرکت شبکه گستر امسال تولد بیستمین سال فعالیتیمان را جشن خواهیم گرفت. در این 20 سال بجز سال اول فقط کار ما امنیت بوده و با جسارت ادعا می کنیم که اولین شرکتی هستیم که ضد ویروس اورجینال را وارد ایران کرده ایم. در آن سالها Dr Salomon که به Toolkit مشهور شد را ارائه می کردیم. البته از همان سالهای نخست نسبت به جمع آوری ویروس های بومی و ارسال آنها جهت بررسی به آزمایشگاه های تست اقدام می کردیم. بعد از خرید Toolkit توسط شرکت MacAfee، اقدام به ارائه این ضد ویروس نمودیم. در 7 سال گذشته هم دامنه فعالیت شرکت، گسترش یافت و چند محصول دیگر به مجموعه ابزارهای امنیتی این شرکت اضافه شد که مشهورترین آنها دستگاه UTM با برند آلمانی Astaro است که جایگاه مناسبی در بازار دارد.

**اخلاقی:** دهمان رایانه از سال 80 با هدف اولیه تولید نرم افزار تأسیس شد که محصولی نیز توسط این شرکت ارائه شد. در سال 82 امنیت به مجموعه فعالیت های ما افزوده شد که در زمینه ضد ویروس برند Symantec را به عنوان محصولات خودمان انتخاب کردیم. البته بعدها محصولات دیگری به مجموعه محصولات شرکت ما افزوده شد که از آن جمله می توان به UTM های Cyberoam، محصولات شرکت های citrix و GFI، solarwinds، vmware اشاره کرد که همگی مرتبط با حوزه امنیت هستند.

**مبصر:** تجربه فعالیت من در حوزه امنیت و ضد ویروس به سال 81 بازمی گردد که کسپرسکی را از طریق آوازنگ وارد ایران کردیم، اما از سال 2007 به مجموعه کامگارد در دوی بیوستم. این شرکت با تمرکز بر محصولات امنیتی در سال 2002 تأسیس شده و امروز یکی از ده شرکت بزرگ منطقه در زمینه امنیت محسوب می شود. از سال 88 دفتر ایران را با نام تجارت امن تأسیس کرده ایم. این شرکت بجز در

دومین مسابقه  
برنامه نویسی ال جی موبایل  
lgmobilecontent.ir

بانک اطلاعات تخصصی  
تلفن همراه ایران  
www.sefr.ir

ارسال

نظرسنجی

شما از چه طریق با این سایت آشنا شدید؟

از طریق ماهنامه

از طریق موتورهای جست و جو

از طریق گشت و گذار در وب

از طریق دوستان

از طرق دیگر

ارسال

بر بیننده ترین مطالب

- معرفی شبکه حسگر بی سیم (Wireless Sensor Network)
- کاربردهای زیرساخت کلید عمومی در سازمانها
- علت تداوم کندی اینترنت کشور اعلام شد
- امضای دیجیتال چیست؟
- ویژگی های یک اتاق سرور چیست؟
- افزونه های خارق العاده برای مایکروسافت آفیس
- نقش صنعت ICT در توسعه اقتصادی کشور
- روانشناسی رنگ ها در طراحی وب
- دنیای پورت های ویدیویی
- نوکیا N86 در آزمایشگاه دیجیتال دنیای کامپیوتر و ارتباطات
- واقعیت افزوده
- فناوری اطلاعات محور توسعه پایدار و افزایش بهره وری
- دیدار با Satio
- پنج روش برای از بین بردن ویروس ها و جاسوس افزارها از رایانه های شخصی
- مفاهیم بنیادی کار با تکنولوژی جاوا
- حملات سایبر
- تلویزیون آنالوگ بر روی لپ تاپ یا رایانه شخصی
- معرفی محصولات کسپرسکی 2010
- توسط شرکت کارنما رایانه
- ده سرویس ویندوز XP که نباید غیر فعال شوند
- اولین پیاده سازی کامل تکنولوژی RFID در ایران

ایران و امارات در عربستان و هند هم دفتری دارد. اینجانب هم تنها عضو هیئت مدیره غیر هندی این شرکت هستم. در مجموع 25 برند در حوزه امنیت ارائه می‌کنیم که یکی از مهم‌ترین برندهای ما ضد ویروس کسپرسکی است. در رابطه با تجارت امن هم ذکر این نکته را لازم می‌دانم که این دفتر فقط مرکزی برای حمایت از نمایندگان ما در ایران تأسیس شده است و فروش مستقیم محصول ندارد و آقای عابدینی فر به عنوان مدیر محصول ضد ویروس کسپرسکی در ایران بر عملکرد نمایندگان ما نظارت داشته و کمک‌های لازم را به آنها ارائه می‌کند.

**مهدی پور:** شرکت سپند رایان افق در سال 84 تأسیس شده است اما عملاً از فعالیت‌های جدی ما حدود 3 سال می‌گذرد. ما در زمینه ارائه راهکارهای جامع امنیتی فعالیت می‌کنیم. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به مانیتورینگ شبکه، تست و آنالیز شبکه اشاره کرد. برخی محصولات امنیتی ما عبارتند از ضد ویروس Avira محصول کشور آلمان و UTM‌های Gajshild محصول کشور هند؛ بجز محصولات امنیتی، میل سرور axigen را نیز ارائه می‌دهیم.

**مقدم:** شرکت پرشیاسیس در حدود 13 سال پیش در مالزی تأسیس گردید. عمده فعالیت این شرکت تجهیزات مخابراتی و ارتباطی است. پرشیاسیس خاورمیانه، دفتر شرکت پرشیاسیس در ایران نیز 3 سال پیش با هدف حضور در بازار امنیت و نرم‌افزار آغاز به کار می‌کند. این شرکت از ابتدا نرم‌افزار حسابداری اصناف را تولید و روانه بازار می‌کند و در حوزه نرم‌افزارهای امنیتی نیز ضد ویروس Eset و کسپرسکی را به صورت رسمی وارد بازار می‌کند. پرشیاسیس مالزی یکی از نمایندگان رسمی Eset است و نمایندگی کسپرسکی را نیز از کامگارد دریافت کرده‌ایم. البته بر روی دیگر محصولات امنیتی و شبکه‌ای، از جمله برندهای Fortinet و CISCO نیز فعالیت‌هایی انجام داده‌ایم. بیش از یک سال و نیم پیش با نگاه به حضور جدی در دنیا مجازی، بزرگ‌ترین فروشگاه اینترنتی نرم‌افزار با عنوان Persiastore24.com راه‌اندازی کرده‌ایم که شامل بیش از 150 هزار عنوان نرم‌افزار عمومی ایرانی و خارجی است.

**بهمن:** به راحتی شاهد فروش ضد ویروس‌های جعلی حتی به صورت بسته بندی شده و در مواردی به صورت رسمی در بازار هستیم. نظر شما به عنوان ارائه‌کنندگان رسمی ضد ویروس‌های اورجینال نسبت به این محصولات چیست؟  
**مبصر:** در کسپرسکی ما از سال‌های ابتدایی که در این بازار حضور داشتیم، با چنین مواردی برخورد داشته‌ایم. برای این کار سعی کردیم قیمت محصولاتمان را برای بازار ایران پایین بیاوریم. اکنون قیمت بازار ایران یکی از پایین‌ترین قیمت‌ها در بازار جهانی کسپرسکی است. با این کار کسپرسکی دو کار انجام داده است: از یک سو از ورود ضد ویروس و از بازار دیگر کشورها همچون دوبی کاسته است و دومین کار هم فروش محصولات بر حسب IP کشورها است.

البته به خاطر مواجه نشدن با این داستان‌ها ما بازار خودمان را به سمت شرکتی سوق داده‌ایم و اکنون حدود 80 درصد محصولات ما در این بخش به فروش می‌روند و در این بخش ما با چنین مشکلی کمتر مواجه بوده‌ایم. با این حال و با تدبیر چنین ترفندهایی تلاش کردیم خود، کسانی که اقدام به تولید و فروش محصولات جعلی کرده بودند را نیز ترغیب به همکاری کنیم. بدین طریق که با گسترش شبکه فروش، سازوکاری را فراهم کردیم که فعالین شبکه فروش خودمان از سود مناسبی بهره‌مند شوند و با این کار توانستیم تا حدی بازار را کنترل کنیم.

**حوی لو:** به نظر من حتی به بازار ما کمک هم می‌کند. چرا؟ شاید در نسخه‌های تک‌کاربر به بازار لطمه وارد می‌شود ولی در نسخه‌های شرکتی چنین نیست. بسیاری از کسانی که به ما مراجعه کرده‌اند و محصول اورجینال را خریداری کرده‌اند، کسانی بودند که ابتدا از همین نسخه‌های کرک شده استفاده کرده‌اند و به ضد ویروس ما عادت کرده‌اند ولی بعد از مواجه شدن با مشکلی به سراغ خودمان آمده‌اند تا نسخه اورجینال را خریداری کنند تا بتوانند از پشتیبانی و کمک‌های ما استفاده کنند. به این نکته باید توجه کنیم که کسی که CD ضد ویروس را به مبلغ 2000 تومان می‌خرد، فقط وقتی سراغ ما می‌آید که به مشکل جادی برخورد کرده باشد.

بیش از 80 درصد این افراد اگر CD در بازار کامیوتری هم توزیع نشود، ضد ویروس را از سایت‌های موجود دانلود کرده و کد فعال‌سازی ضد ویروس را هر ماه به روز می‌کنند. این بخش از بازار مشتری ما نیستند و نخواهند بود. البته این افراد برای ما تبلیغات هم می‌کنند. چراکه بخشی از جامعه را با ضد ویروس آشنا کرده و برند ما را به آنها معرفی می‌کند. حالا بعد از یک سال یا دو سال استفاده از محصول کرک شده، این افراد وقتی در نمایشگاهی حضور پیدا می‌کنیم به ما مراجعه می‌کنند. اینجاست که ما می‌توانیم این عده را جذب کنیم. البته شرکت ما حدود 8 سال است که در بازار ضد ویروس‌های خانگی حضور ندارد و فقط به ارائه محصولات نسخه شرکتی می‌پردازد.

**مبصر:** من هم با این دید موافقم چراکه این CD می‌تواند مؤثرترین تبلیغ برای ما باشد.

**مهدی پور:** دو سال پیش برای ما هم چنین موردی اتفاق افتاد و محصول Avira را به صورت جعلی وارد بازار کرده بودند. اثرات مثبت این عمل برای مجموعه ما بیش از اثرات منفی آن بود و بسیاری از مشتریان ما که بعدها با آنها آشنا شده بودیم، برند Avira را به واسطه آن محصول جعلی شناخته بودند.

**مقدم:** من هم نظرات دوستان را در مورد مفید بودن این محصولات در بازار شرکتی قبول دارم ولی این نرم‌افزارهای جعلی به بازار کاربران خانگی لطمه زیادی می‌زند. در بین شرکت‌های حاضر بیشتر دوستان در زمینه نسخه‌های شرکتی فعالیت داشته‌اند و ما یکی از مجموعه‌هایی هستیم که در بخش Retail و خانگی حضور بسیار فعالی داریم. به این نتیجه رسیده‌ایم که در بازار نسخه خانگی ضد ویروس علیه ضد ویروس صف‌آرایی کرده است.

ما با محصولاتی رقابت نمی‌کنیم که به صورت کرک شده در بازار توزیع می‌شود، رقیب ما در بازار ضد ویروس کسپرسکی را به صورت بسته بندی و با عنوان اورجینال وارد بازار می‌کند. آقای مبصر از سیاست‌هایشان در زمینه مقابله با فروشندگان نسخه‌های جعلی و بحث منطقه‌ای کردن آن صحبت کردند اما ما چون خودمان درگیر کسپرسکی هستیم مشاهده کرده‌ایم که با این شرایط یکج‌هایی ارائه می‌شود که در آنها برای دور زدن سیستم منطقه‌ای کسپرسکی از VPN استفاده می‌شود. ما بعد از تحقیق کردن دریافته‌ایم که آنها محصولاتشان را از بعضی کشورهای آفریقایی و هندوستان که قیمت ضد ویروس در آنجا بسیار کمتر از ایران است تهیه می‌کنند و با این حربه سودهای سرشاری را از آن خود می‌کنند.

ما در پرشیاسیس برای Eset تدابیر جدیدی اندیشیده‌ایم و لوگو و هلوگرامی بر روی بسته‌هایمان گذاشته‌ایم که قابل رجیستر کردن در سایت اصلی Eset باشد و با این لوگو توانستیم ماهیانه 4 تا 5 هزار بسته در تهران به فروش برسانیم و بازار تهران را از آن خود کنیم، اما در شهرستان‌ها به دلیل جوان بودن مجموعه متأسفانه نتوانستیم به اندازه تهران قدرتمند عمل کنیم و بخشی از بازار از آن شرکت‌هایی است که محصولات جعلی را به فروش می‌رسانند.

این محصولات جعلی هم توسط شرکت‌هایی به فروش می‌رود که پیش‌تر دارای نمایندگی رسمی بودند ولی به دلایلی امروز این نمایندگی را ندارند. قیمت تمام‌شده ضد ویروس برای فروشندگان محصولات جعلی بسیار پایین‌تر از مابقی است که محصول اورجینال را ارائه می‌کنیم، پس می‌توانند ضمن پایین آوردن قیمت بسته نرم‌افزاری، حاشیه سود بسیار بالایی را برای فروشندگان ایجاد کنند و با این کار توانسته‌اند فروشندگان شهرستانی را راضی نگه دارند و بازار شهرستان را از آن خود نمایند.

**بهمن:** جناب است وزارت ارشاد برنامه‌ای برای نصب هولوگرام بر روی بسته‌های نرم‌افزاری اجرا نموده است، آیا این روش می‌تواند موفق باشد؟

**مقدم:** به نظر ما حضور وزارت ارشاد و هولوگرام آنها که برای نظم بخشیدن بازار طراحی شده بود نیز نتوانسته به این بازار کمک کند. هولوگرام وزارت ارشاد امروز بر روی بسته‌های تقلبی تمامی ضد ویروس‌ها نصب شده است و من مستقیماً این محصولات را در بازار مشاهده کرده‌ام. نصب این لوگو از سویی به ضرر ما نیز شده است، از سویی به مغازه‌های فروش نرم‌افزار فشار آورده‌اند که نرم‌افزارهای بدون هولوگرام را نروشنند از سوی دیگر راهکار آنها برای ارائه این هولوگرام نیز مشخص نیست.

ما خودمان بیش از 6 ماه است که درگیر همین موضوع هستیم. ما تعداد زیادی از نرم‌افزارها را به صورت اصلی و اورجینال از طریق سایت‌مان به صورت آنلاین ارائه می‌کنیم. وقتی به وزارت ارشاد مراجعه کردیم آنها از ما انتظار داشتند که یک نسخه از هر کدام از نرم‌افزارهای خودمان به آنها بدهیم تا آنها تست کنند و هیچ نظارتی بر اصل بودن یا کپی بودن این نرم‌افزارها هم ندارند. ما نتوانسته‌ایم هنوز برای هیچ‌کدام از نرم‌افزارهایمان این هولوگرام را تهیه کنیم. اما وقتی که می‌بینیم شرکتی که محصول خود ما را به صورت جعلی در بازار ارائه می‌کند این هولوگرام را دریافت می‌کند، حدس می‌زنیم شائبه‌های موجود در بازار مبنی بر فروش غیر قانونی این هولوگرام‌ها بی‌راه نباشد.

**مهدی پور:** اگر جایی را که هولوگرام می‌فروشد می‌شناسید به ما هم خبر دهید تا تهیه کنیم. (خنده جع)

**بهمن:** در پاسخ به پرسش اول بخشی از حصار اعلام کردند که تمرکز خود را از محصولات خانگی به محصولات چند کاربره تحت شبکه یا محصولات شرکتی منتقل کرده‌اند. چند درصد از تمرکز شما بر محصولات خانگی و چند درصد

## معطوف شرکتهای ماست؟

**مهدي پور:** تمرکز شرکت بر روی محصولات شرکتی است. ما فروش محصولاتمان را از نسخه‌های شرکتی و سازمانی آغاز کردیم و با تأخیر محصولات خانگی را عرضه کردیم و هدفمان معرفی Avira در بازار بود. اکنون بخشی از نسخه‌های خانگی‌مان را به یکی از همکارانمان در شرکت به نام آقای تهرانی واگذار نموده‌ایم.

**خویلو:** بازار شرکتی بسیار راحت‌تر است و سود آن هم بیشتر است. ما 8 سال است که دیگر در بازار تک‌کاربر حضور نداریم. بعد از ورود محصولات شرکتی و محصولات تحت شبکه ما فقط برای معرفی کردن محصولات نسخه‌های تک‌کاربر را عرضه می‌کردیم و گرنه نسخه‌های تک‌کاربر برای ما زحمت زیادی داشت. در آن سال‌ها واقعاً به اندازه یک مشتری سازمانی و شاید هم بیش از آن برای نسخه‌های تک‌کاربر زمان و نیرو می‌گذاشتیم.

**اخلاقی:** ما نیز نسخه‌های خانگی را در سطح بسیار پایین و محدود در حد مشتریان سابقمان عرضه می‌کنیم. ما نیز معتقدیم که بازار خانگی بیشتر برای معرفی محصول است و خودمان نیز در این بازار از ابتدا بیشتر با همین هدف حضور داشتیم ولی امروز تمرکز اصلی شرکت بر روی محصولات شرکتی و سازمانی است.

**مبصری:** بازار نسخه‌های خانگی زمانی بازار بسیار خوب بود. در سال 2008 سود بخش خانگی ما 3 میلیون دلار بود. در اوایل فعالیت خودمان در منطقه، از راهکارهای بسیار زیادی برای فروش نسخه‌های خانگی استفاده کردیم و بسیار هم متمرکز بود. راهکارهای زیادی مانند فروش هم‌زمان ضد ویروس همراه با کامپیوتر، همراه با پرینتر یا حتی همراه با نرم‌افزارهای دیگر به کار بردیم. اما با تغییر سیاست‌هایمان به سمت حضور در بازار نسخه‌های شرکتی با تعداد زیاد کاربر، در کل منطقه خاورمیانه دیگر به نسخه‌های تک‌کاربر اهمیت زیادی نمی‌دهیم.

**مقدم:** وقتی حجم شرکتی‌ها و خانگی‌ها را می‌خواهیم حساب کنیم باید به همه بازیگران نگاه کنیم. اگر ما در محصولات خانگی سود بالایی نداریم اما از سوی دیگر فروشنده‌ها از فروش ضد ویروس‌ها سودهای سرشاری را می‌برند. حداقل سود فروشگاه از هر یک ضد ویروس 40 درصد است.

این محصولات برای مغازه‌داران بسیار جذاب است. ما در فروشگاه‌ها ماهانه 2000 تا 2500 عدد ضد ویروس از برندهای مختلف می‌فروشیم و همین فروش بخش فروشگاه‌ها، ضرر فروش 9000 نسخه خانگی‌مان که در شرکت می‌فروشیم را جبران می‌کند ولی به دلیل حفظ بازار مجبوریم در بازار خانگی حضور داشته باشیم؛ اما نگاه عمده ما نیز به بازار نسخه‌های سازمانی است و در این زمینه نیز موفقیت‌هایی کسب کرده‌ایم.

**مبصری:** امروزه در بازار نسخه‌های خانگی برندهایی چون BitDefender حضور دارند که قیمت‌های بسیار پایینی ارائه می‌کنند و ما واقعاً نمی‌توانیم با این برندها رقابت کنیم. ما چند سال پیش پروژه‌ای را با شرکت پارس آنلاین آغاز کردیم که متأسفانه به سرانجام نرسید. این شرکت می‌خواست به کاربرانش به صورت آنلاین نسخه‌های خانگی را ارائه کند ولی هرچه تلاش کردیم 12 دلار بهترین قیمتی بود که توانستیم از مدیران روسی بگیریم در صورتی که برخی برندها محصول ضد ویروس با قیمت دو یا سه دلار هم دارند.

**بهنمد:** یکی از مهم‌ترین مزیت‌های نسخه‌های رسمی و اورجینال نسبت به محصولات جعلی پشتیبانی کاربران است، موضوع بعدی که می‌خواهیم در این میزگرد مطرح کنیم چگونه پشتیبانی شرکت‌ها است؟  
**مقدم:** به سختی. تیم سایپورت فنی ما روز اول پرشیا سیس 1 نفر بوده و امروز این تعداد به 4 نفر رسیده است.

**خویلو:** این عدد 4 نفر خیلی کم نیست؟!!

**مقدم:** به نسبت زمانی که شما نسخه‌های تک‌کاربر را ارائه می‌کردید، دانش کاربران خیلی بیشتر شده است.

**خویلو:** یعنی می‌گویید من پیر شدم (خنده جمع)

**مبصری:** کسپرسکی در ایران توسط 58 شرکت عرضه می‌شود که بخش زیادی از آنها تیم سایپورت چند نفره دارند. برای مثال آنا، آوازنگ، دوران و ... تیم‌های سایپورت قوی بیش از 5 نفر دارند.

**مهدي پور:** از سویی صحبت آقای خویلو در زمینه کم بودن تعداد تیم پشتیبانی را می‌پذیرم، اما از سوی دیگر به بالا رفتن دانش کاربران هم معتقدم. آقای خویلو امروزه کاربران متخصص به سراغ ضد ویروس اورجینال می‌آیند. اما این نکته را نیز اضافه می‌کنم که به خاطر مدرس‌های پشتیبانی بخش خانگی این بخش را به آقای تهرانی واگذار کردیم.

**خویلو:** قبول دارم دانش کاربران بالا رفته، حتی سیستم‌عامل‌ها نیز قوی‌تر شده، اما همچنان معتقدم این بخش هزینه‌های زیادی بر شرکت‌ها وارد می‌کند.

**اخلاقی:** دلیلی که مشتریان نسخه‌های لایسنس‌دار را انتخاب می‌کنند همان پشتیبانی است و مطمئناً هر کدام از شرکت‌ها تمرکز بالایی در این قضا دارند. چراکه اگر شرکت‌های ارائه‌کننده این بخش پشتیبانی را به نحو احسن ارائه نکنند، تفاوت زیادی با محصولات جعلی نخواهند داشت. ما در 4 سطح کاربران خودمان را سایپورت می‌کنیم. سطح اول تیکنینگ ویی است.

بعد از این مرحله تماس تلفنی انجام می‌شود. ریموت کانکشن و حتی مراجعه حضوری سطوح بعدی است که برای پشتیبانی این کاربران صورت می‌پذیرد. ما برای بخش پشتیبانی‌مان تیمی 8 نفره داریم و معتقدیم این تعداد برای پشتیبانی از کاربرانمان هنوز کم است و در نظر داریم این تیم را گسترش بدهیم. در مورد صحبت برخی از دوستان که معتقد بودند پشتیبانی نسبت به گذشته آسان‌تر شده معتقدم که درست است که تعداد مراجعات کمتر شده ولی سؤالات پرسیده شده سخت‌تر و حرفه‌ای‌تر شده و کاربر امروزی که با بخش پشتیبانی تماس می‌گیرد می‌تواند کارمندان این بخش را بیش از یک ساعت درگیر کند.

**مبصری:** من فکر می‌کنم یکی از مشکلات همکاران ما در ایران تعریف نشدن قرارداد SLA و پس از آن هزینه‌های پشتیبانی است. در منطقه خاورمیانه خصوصاً در مورد پروژه‌های بزرگ، هزینه‌های پشتیبانی جدا از قیمت محصول محاسبه می‌شود. ما در یکی از پروژه‌ها که شهرداری دومی بود 40 هزار دلار کالا و 80 هزار دلار خدمات به این شرکت فروختیم. این 80 هزار دلار شامل آموزش و پشتیبانی بود.

**خویلو:** مگر شما پشتیبانی حمایتی را از شرکت‌های مادر برای پشتیبانی منطقه‌ای دریافت نمی‌کنید؟

**مبصری:** فقط ایمیل! محصولات ما در 5 لایه پشتیبانی می‌شوند. لایه اول فروشندگان ما هستند، در مرحله بعدی دفتر ما در تهران کار پشتیبانی را انجام می‌دهد. دفتر کامگار در دومی مرکز پشتیبانی بعدی کسپرسکی است. در لایه بعدی دفتر منطقه خاورمیانه و آخرین مرحله کسپرسکی روسیه است.

**بهنمد:** چندی پیش اعلام کرده بودید که کسپرسکی برنامه‌ای برای ایجاد دفتر پشتیبانی هماهنگ دارد، آیا این برنامه عملیاتی شده است؟

**عابدینی فر:** ما درگیر مباحث قانونی این کار هستیم که بخشی برای مدیریت پشتیبانی کل محصولات کسپرسکی در ایران ایجاد کنیم که در حقیقت مرکز تماس یا Call Center برای پاسخگویی به نیازهای تمامی کاربران کسپرسکی شود.

**خویلو:** ما چنین مرکزی ایجاد کرده‌ایم. وقتی عده‌های 8 نفر و 4 نفر برای سایپورت را شنیدم شوکه شدم. ما 34 پرسنل در دفتری مجزا برای این کار داریم که فقط کار پشتیبانی را انجام می‌دهیم. ما همیشه نگرانیم که کاربران ما بدون پاسخ مرکز پشتیبانی ما را ترک کنند.

**مقدم:** درست است که ما 4 نفر در بخش پشتیبانی داریم ولی این افراد از مجرب‌ترین کارشناسان فنی متخصص در این حوزه هستند. 3 نفر از این افراد فوق لیسانس نرم‌افزار و یک نفر شخص آقای رستگار لیسانس نرم‌افزار مدیر این بخش هستند که ایشان خودشان یکی از فنی‌ترین افراد و جزو سهامداران شرکت هستند. این گروه 4 نفره توانی در حد ده‌ها نفر دارند چرا که هم به سخت‌افزار تسلط دارند، هم شبکه می‌دانند و هم متخصص نرم‌افزار هستند. این بسیار مهم است که توان فنی نیروهایمان بالا باشد. ما در ایران کار می‌کنیم و در اینجا از شرکت‌های ضد ویروس انتظار داریم که در تمام حوزه‌ها مسلط باشد.

**بهنمد:** بخصوص بعد از داستان استاکس‌نت، مدتی است که تیغ تند انتقادات نسبت به ضد ویروس‌های خارجی مطرح

## شده است، موضع شما به عنوان ارائه کنندگان نسخه اورجینال این ضد ویروس‌ها چیست؟

**مقدم:** متأسفانه یا خوشبختانه ما ضد ویروسی ایرانی با عنوان ایمن داریم که این موضوع بیشتر از سوی مدیران آن شرکت مطرح شده است. به نظر من، بیشترین ضربه‌ای که در موارد مشابه استاکسنت به نهادها و سازمان‌ها وارد شده است، به دلیل عدم رعایت نکات امنیتی از سوی کاربران و کارمندان بوده و ضد ویروس چندان در این مورد دخیل نیست. ما در موارد مشابه مانند ویروس «کیدو» در عرض کمتر از چند ساعت نسبت به پاکسازی آنها اقدام کرده‌ایم.

**مبصری:** در بحث backdoor مباحثی مطرح می‌شود ولی شما به این نکته توجه کنید که رسانه‌های آزاد در خارج از ایران به راحتی از کنار این قضیه نمی‌گذرند و اگر این موضوع واقعیت داشت، این موضوع رسانه‌ای می‌شد. شرکت‌های ضد ویروس همگی خصوصی هستند و در بورس حضور دارند و محدودیت‌های قانونی دارند و در صورت وجود چنین موردی دودمان این شرکت بر باد می‌رود. چندی پیش در مورد یکی از آپدیت‌های نسخه‌های خانگی McAfee مشکلی پیش آمد و مدیران این شرکت مجبور شدند در رسانه‌ها حاضر شده و از مردم عذرخواهی کنند. خود ما بعد از مطرح شدن این موضوع تاریخ یافتن و انهدام ویروس استاکسنت را منتشر کردیم و با مدارک ثابت کردیم که هیچ‌کدام از کاربران ما از این موضوع منصرف نشده‌اند.

**اخلاقی:** مسئله Backdoor کاملاً رد شده است چون قوانین بسیار سختگیرانه‌ای در بازار آزاد جهانی وجود دارد و هر یک از این شرکت‌ها به دنبال نقطه ضعفی از دیگری می‌گردند تا دیگری را از میدان بدر کنند و اگر میدان موردی وجود داشت، قطعاً تا به امروز این شرکت‌ها به حیاتشان ادامه نمی‌دادند. از لحاظ دیگر این ضد ویروس‌هایی که ما در اینجا عرضه می‌کنیم، فقط برای یک کشور نیست و از کشورهای متفاوتی آمده‌اند.

مگر می‌شود همه اینها به صورت هماهنگ با یکدیگر عمل کرده باشند؟ ما از لحاظ امنیت بخصوص در رفتار کارمندان سازمان‌هایمان به قدری مشکل داریم که نزاری به چنین ردوندن‌هایی نداریم. متأسفانه کارشناسانی که در سازمان‌ها اطلاعات ارزشمندی در اختیار دارند، هنوز حفاظت از اطلاعات رایانه خود را نمی‌دانند و برای مثال از یک رمز عبور بسیار ساده برای تمامی رمزهای خود استفاده می‌کنند. در ثانی تیم استاکسنت شیوه پیچیده و جدیدی را برای نوشتن این ویروس استفاده کرده بودند که در نوع خود اولین بود و طبیعی است که همه غافلگیر شوند.

شرکت Symantec هم یکی از اولین شرکت‌هایی بود که این ویروس را نابود کرد و در شبکه‌های خبری به تحلیل این ویروس پرداخت. نکته مهم دیگر سربرآوردن برخی ویروس‌های تخیلی است. نامه‌هایی مبنی بر مراقبت از سیستم‌ها نسبت به شیوع این ویروس‌ها به سازمان‌ها ابلاغ می‌گردد، در صورتی که این ویروس‌ها وجود خارجی ندارند.

**مبصری:** من دیشب که به ایران می‌آمدم آخرین وضعیت ویروس‌ها را بررسی کردم. کسپر‌سکی تا به امروز بیش از 5 میلیارد ویروس شناسایی و نابود کرده است. این شرکت روز گذشته حدود 998 هزار ویروس را شناسایی کرده است.

**خوی‌لو:** فکر نمی‌کنم کسی در این جمع شك داشته باشد که چنین ویروس‌هایی توسط عواملی خارج از مرزهای ایران نوشته و منتشر می‌شود، اما ما همگی متفق‌القول بر این عقیده‌ایم که بازار جهانی ضد ویروس و رقابت بین این شرکت‌ها اجازه این را نخواهد داد که توافقی پشت پرده برای عدم شناسایی یک یا چند ویروس صورت پذیرد. از سوی دیگر هر چقدر که این ویروس خطرناک باشد باید توسط یک باگ در سیستم‌ها ما وارد می‌شد.

چنین خلأ‌های امنیتی به دلیل بی‌توجهی در شبکه‌های سازمان از لحاظ امنیتی برمی‌گردد. تمام مراکز مهم اطلاعاتی دنیا امروزه به چندین لایه امنیتی مجهزند و هر چه اطلاعات مهم‌تر می‌شود، دیوارها و لایه‌های بیشتری برای امنیت شبکه استفاده می‌شود. در گسترش ویروس استاکسنت خلأ توجه به لایه‌های امنیتی بسیار مشهود بود. ضد ویروس ما نیز در این بخش بسیار سریع عمل کرد و به محض دریافت نمونه این ویروس توانست امضای آن را به سرعت منتشر نماید.

**مهدی پور:** دوستانی که این موارد را مطرح می‌کنند بیشتر دغدغه مالی دارند و سود خودشان را در مطرح کردن چنین موضوعاتی می‌بینند. ببینید ضد ویروس ایمن، قدرت رقابت با محصولات خارجی را ندارد و خود آقای سعیدی هم به این امر اعتراف می‌کند، حال تنها روشی که می‌تواند این شرکت را سرپا نگه دارد، مطرح کردن چنین موضوعاتی است.

**بهمیند:** چون نام ایمن در سخنان دوستان مطرح شد و این ضد ویروس تنها محصول ایرانی در این زمینه است بد نیست نظر خود را در مورد ضد ویروس‌های بومی و به خصوص ایمن جویا شوم.

**مهدی پور:** ضمن احترام به فعالیت‌های این شرکت باید به این نکته توجه کنیم که در صورتی که ضد ویروس بخواهد به صورت تنها محصول امنیتی استفاده شود، حداقل باید قابل رقابت با بدترین ضد ویروس خارجی باشد. لازمه چنین چیزی تأسیس دفتر در کشورهای مختلف برای دریافت نمونه از تمام دنیا است. نمی‌توان فقط در ایران ماند و انتظار داشت تمامی ویروس‌هایی که هر آن امکان دارد با یک ایمیل از آن سوی دنیا به ایران ارسال شود، ضد ویروس نوشت.

**خوی‌لو:** ضد ویروس ملی باید وجود داشته باشد، اما نه به عنوان یک ضد ویروس مستقل. هر چقدر که وطن‌پرست باشیم باید قبول کنیم که چنین امری بخصوص با محدودیت‌های بین‌المللی که برای ما به وجود آمده امکان‌پذیر نیست. من خودم حاضر ضد ویروس ایمن را به عنوان محصول مکتبی در کنار ضد ویروس‌های خودم پیشنهاد کنم حتی زمانی در برخی از سازمان‌ها این کار را انجام می‌دادیم. اما این مربوط به زمانی بود که این شرکت خودش را در مقابل ما نمی‌دید و بیشتر مشغول ویروس‌های ایرانی بود.

من به یاد دارم زمانی که ایمن، ویروس‌های «مجید»، «عباس کوه کن» و «کنکور» ... را در 2 دقیقه پاک می‌کرد، MacAfee این ویروس‌ها را در یک ربع شناسایی می‌کرد. اگر ایمن خودش را در مقابل ضد ویروس‌های بین‌المللی بداند خواهد باخت اما باید به ایمن به عنوان ابزاری در کنار ضد ویروس‌های بین‌المللی نگاه شود. مایکروسافت با قدرت بسیار زیاد ضد ویروس ارائه کرد ولی هیچگاه ادعا نکرده محصول آن می‌تواند به تنهایی سیستم را نجات دهد و همواره اعلام کرده که شرکت‌هایی چون MacAfee و Symantec همکاران این شرکت هستند. ضد ویروس مایکروسافت فقط 150 ویروس را شناسایی می‌کند ولی ویروس‌هایی را شناسایی می‌کند که تا 80 درصد امنیت کاربرانش را تضمین می‌کند.

این شرکت ضد ویروسش را به عنوان یک ابزار کمکی معرفی می‌کند. اگر مهران رایانه به چنین موردی اعتقاد دارد می‌تواند همین فردا نوع دیدگاهش را تغییر دهد. من یک پیشنهاد واضح برای آقای سعیدی دارم. من به عنوان شبکه گستر حاضر عضو کنسرسیومی شوم که دیگر شرکت‌های ضد ویروس و ایمن در آن حضور داشته باشند. اعضای این کنسرسیوم از سویی می‌توانند به ایمن کمک کنند که به عنوان یک ضد ویروس بومی رشد کند و از سویی همین اعضا محصول ایمن را در کنار ضد ویروس‌های خودشان به عنوان مکمل عرضه کنند. با این کار کسانی که مدعیند نرم‌افزارهای ما خارجی است و برای حفظ امنیت کافی نیست، راضی خواهند شد.

**مبصری:** من با بخش ابتدایی حرف‌های شما موافقم اما تیم متخصص ایشان به ادعای خودشان در ماکزیمم حالت 34 نفر بوده است. بدون حضور تیم متخصص، کاری از پیش نمی‌رود.

**خوی‌لو:** آقای مبصری در طرح اینجانب تخصصانی که در این جلسه حضور دارند و تیم‌های فنی آنان می‌توانند به تقویت بنیه علمی ایمن کمک کنند. می‌توانیم بدون اینکه تداخل سلبی پیش آید به این پروژه ملی کمک کنیم و محصولی ارائه کنیم که هیچ‌گونه شائبه‌ای در مورد آن وجود نداشته باشد. با اطمینان در چنین وضعیتی دولت هم به رشد این محصول کمک خواهد کرد.

**اخلاقی:** من هم صحبت‌های آقای خوی‌لو را تأیید می‌کنم و به نظر من هم یک ابزار کمکی ایرانی حتماً باید وجود داشته باشد.

**مقدم:** البته بدون وابستگی، چون اگر وابستگی باشد کار سخت می‌شود.

**اخلاقی:** دقیقاً، در جلسه‌ای که چندی پیش در یکی از ارگان‌ها تشکیل شده بود، گفتند ما داریم خودمان ضد ویروس تولید می‌کنیم. من آنها را برحذر داشتم و گفتم که شما دسترسی به نمونه‌ها برای تحلیل آنها ندارید و وقتی این نمونه‌ها را نتوانید جمع‌آوری کنید محصول شما چیزی شبیه به ایمن می‌شود. از آنها پرسیدم آیا ایمن را قبول دارید، گفتند نه. اما به نظر من ایمن می‌تواند به عنوان ابزاری کمکی در کنار دیگر ضد ویروس‌ها استفاده شود و در این صورت چون محصول ایرانی است، می‌تواند بسیار اطمینان‌بخش باشد.

**مهدی پور:** من هم معتقدم ایمن می‌تواند به عنوان ابزاری ایرانی در کنار محصولات خارجی استفاده شود و ضرب اطمینان را بالا ببرد. اما اگر بگویند حتماً این محصول را بخر، نه‌تنها به رشد این محصول کمک نکرده، بلکه آن را تضعیف کرده‌اند.

**مبصری:** همین ضد ویروس‌های خارجی که هزاران متخصص با آنها همکاری دارند، چندین بار از سوی نشریات یا سایت‌های مختلف

مورد انتقاد واقع شده‌اند و مخربین توانسته‌اند سایت‌های آنان را هک کنند. يك ضد ویروس ایرانی به تنهایی نمی‌تواند در مقابل خیل تهدیدات ایستادگی کند، اما پیشنهاد آقای خویلو کمی تأمل‌برانگیز است.

**خویلو:** این محصول ایرانی که مطرح کردم به درد روز مبادا و بدترین روزها هم می‌خورد. ما اگر دستگاهی نداشته باشیم که از يك طرف نمونه ویروس بدهیم و از طرف دیگر فرمول ویروس بیرون بیايد، فردا اگر سناریوهایی که امروز در مورد تحریم و با عدم شناسایی ویروس خاصی که می‌گویند به وقوع پیوست، این محصول وجود دارد و می‌تواند از صدمه زدن ویروس‌ها به سیستم‌های کشور جلوگیری کند.

**بهمند:** از يك سو این روزها بحث اینترنت ملی و اینترنت پاك مطرح می‌شود و از سوی دیگر تحریم و قطع کردن کانال‌های ارتباطی اینترنتی ایران با جهان؛ چه راهکاری برای چنین موقعیت‌هایی اندیشیده‌اید و آیا برای روزهای مبادا آمادگی در این شرکت‌ها وجود دارد؟

**مبصری:** بله، ما خیلی وقت است که با برندهایمان در مورد این مسائل صحبت‌ها و هماهنگی‌های لازم را انجام داده‌ایم و از سوی دیگر هم با پاریس‌آنلاین و آزادنت مذاکراتی انجام داده‌ایم که در مواقع ضروری دیتابیس‌هایمان را به داخل ایران منتقل کنیم. البته من احتمال این اتفاق را بسیار کم می‌دانم.  
**خویلو:** ما هم آمادگی‌های لازم را داریم و تا به امروز هم تمهیدات لازم را سنجیده‌ایم. کم‌کم رسم شده است که در قرارداد بخصوص با مراکز دولتی این مورد را از ما طلب می‌کنند و از ما می‌خواهند اطمینانی از این جهت به آنها بدهیم که در صورت قطع شدن ارتباط اینترنتی ما با شرکت McAfee همچنان مشتریان ما بتوانند خدمات این ضد ویروس را دریافت نمایند. هیچ تضمینی هم در این مورد وجود ندارد.

**بهمند:** فکر کنیم ضد ویروس‌های آمریکایی MacAfee و Symantec همین امروز هم با این مشکل مواجه هستند. آیا آنها می‌دانند که این محصولات در بازار ایران به فروش می‌رسد و استفاده می‌شود؟  
**خویلو:** مانند بسیاری از محصولات دیگر از جمله سرور، تجهیزات ذخیره‌سازی و ... که اکثر برندهای آنها آمریکایی است این محصولات هم وارد ایران شده و به فروش می‌رود. شرکت‌های مادر می‌دانند که این محصولات وارد ایران می‌شود و در ایران به فروش می‌رسد، اما چون بازار به اندازه کافی بزرگ است نمی‌توانند به راحتی از آن چشم‌پوشی کنند. آنها به زمانی فکر می‌کنند که به بازار ایران برگردند و به همین خاطر علاقه‌ای به ترک بازار ندارند.

**مبصری:** اگر برگردند کار این دوستان بسیار راحت و کار ما بسیار مشکل خواهد شد.

**خویلو:** در مورد محصول ما شرکت مادر می‌دانند که این ضد ویروس‌ها در ایران فروخته می‌شود و حتی بطور غیرمستقیم از ما حمایت‌هایی هم می‌کنند.

**اخلاقی:** شرکت‌های اصلی چنین مواردی را می‌دانند ولی می‌گویند طبق قوانین نباید هیچ نوشته مکتوبی به صورت رسمی بین ما و آنها منعقد گردد. سیسکو و HP هم شرایطی مشابه ما دارند ولی اجناس آنها به وفور در بازار ایران پیدا می‌شود و هر آن اراده کنید می‌توانید آخرین محصول آنها را تهیه کنید.

من نیز حرف آقای خویلو را تصدیق می‌کنم. آنها نمی‌خواهند جای بایشان را از دست بدهند و به روزی فکر می‌کنند که دروازه باز شده است و در این بازار حضور دارند. با اینکه ما تلاش می‌کنیم در بخش‌های مختلف خدمات خوبی را ارائه کنیم ولی اگر کمک شرکت‌های اصلی نباشد، کار انجام نمی‌شود.

**مقدم:** مطمئن باشید خود شرکت‌های مادر حتی بر بازار ایران نظارت مستقیم دارند. ما در چندین مورد ایمیل‌هایی از خود eset داشتیم که از ما خواستند که کمتر در بازار تحرک داشته باشیم. حتی يك بار به ما گفتند که به دلیل حساس شدن برخی از مقامات حدود 20 روز نسخه خانگی به بازار ایران ارائه نکنیم و بعد از این مدت ما دوباره توزیع محصولاتمان را شروع کردیم.

**مبصری:** نشریات مختلف که در مورد بازارهای منطقه تحلیل می‌کنند همیشه بازار ایران را رتبه اول خاورمیانه می‌دانند و شرکت‌ها هیچگاه از این بازار چشم‌پوشی نمی‌کنند. هیچ کدام از کشورهای منطقه چنین جمعیت جوان و باسواد ندارند.

**بهمند:** وقتی صحبت از حجم بازار IT شد، بد نیست موضوع بعدی ما در گفت‌وگو، حجم بازار ضد ویروس باشد. به نظر شما سالانه چه تعداد ضد ویروس در بازار ایران به فروش می‌رسد؟  
**مقدم:** با جمع کردن مقادیر فروش دو برند MacAfee و کسپرسکی می‌توان تعداد حجم بازار را به دست آورد. (خنده جمع)

**مبصری:** من مشکلی بابت ارائه آمار ندارم. مجموعه ما سالانه 5 تا 6 میلیون دلار فروش دارد. تعداد مشتریان ما 60 هزار سازمان یا مؤسسه هستند.

**بهمند:** هر کدام از این مشتریان چند کاربره هستند؟

**خویلو:** متوسط بازار ایران بین 100 تا 250 کاربر در هر مشتری است.

**مبصری:** مشخص نمی‌کند آقای خویلو. ما قراردادهايمان از حدود 10 کاربر آغاز می‌شود تا چند ده هزار نسخه. تعداد قراردادهای 20 هزار کاربر ما کم نیست.

**خویلو:** با تقسیم 6 میلیون بر 60 هزار عدد خیلی بالایی به دست نمی‌آید؟

**مبصری:** هر چه تعداد نسخه‌های يك مشتری بالا می‌رود با روندی بسیار نزولی، قیمت کاهش می‌یابد.

**بهمند:** آنچه برای ما در این سؤال مهم است برآورد تعداد کاربران ضد ویروس‌های اورجینال است؟

**مقدم:** در مورد نسخه‌های خانگی می‌توان گفت بطور متوسط هر برندی هر ماه 4 هزار نسخه خانگی به فروش می‌رساند. تعداد شرکت‌های فعال در حوزه‌های خانگی هم بیش از 6 یا 7 شرکت نیستند. با این حساب هر ماه به صورت ماکزیمی حدود بیست و چند هزار نسخه به فروش می‌رود. اگر این عدد را در حدود 11 ماه فعال سال ضرب کنیم، تعداد کل سال در محدوده 200 تا 250 نسخه محاسبه می‌شود.

**خویلو:** اگر بخواهیم مشتریان تمدید کننده را هم جزو لیست حساب کنیم می‌توانیم این مقدار را در عدد 3 سال ضرب کنیم که اوج بازار ضد ویروس در همه 3 سال بوده است. با این حساب حدود 700 تا 800 هزار نفر تعداد کاربران خانگی می‌شود.

**بهمند:** یعنی تعداد کاربران خانگی و تک‌کاربره به يك میلیون نسخه نمی‌رسد؟  
**مهدی‌پور:** خیر.

**اخلاقی:** به نظر من از این مقدار هم کمتر است.

**بهمند:** در مورد ضد ویروس‌های شرکتی چگونه؟

**مهدی‌پور:** با محاسبه آمارهای ارائه شده از سوی آقای مبصری و حجم کاربران خانگی تا حدودی می‌توان آن را نیز حدس زد.

**خویلو:** با حسابی سرانگشتی می‌توان به رقم‌هایی در حدود 6 میلیون کاربر رسید.

**بهمند:** آیا بازار ضد ویروس به سقف خود رسیده است؟

**مقدم:** حالا حالاها جا دارد.

**مبصری:** مگر اینکه اینتل بر روی چیپست‌های خود MacAfee را ارائه کند که در این صورت کلاه همگی پس معرکه است. (خنده جمع)

**بهمند:** هر ماهه آمارهایی منتشر می‌شود که کدامیک از برندها برترین هستند و توانسته‌اند صدر لیست آزمایشگاه‌ها را از آن خود کنند. واقعاً کدام برند بهتر است؟  
**مبصری:** مسلماً Avira برتر است. (خنده جمع)

**مهدی پور:** همه ما برتریم. (خنده جمع)

**مبصری:** ما هر جایی می‌رویم برای توجیه کردنشان جهت استفاده از ضد ویروس این صحبت را مطرح می‌کنیم که همه شرکت‌های مادر به صورت شانه به شانه هم حرکت می‌کنند و تکنولوژی ضد ویروس هم در حال چرخش است. چرا که کسپرسکی کارشناس MacAfee را استخدام می‌کند، BitDefender کارشناس Avira را و این تیم در حال چرخش است.

این تست‌ها هم هر کدام به بخشی از توانایی‌ها اشاره می‌کنند. اگر از هر کدام از آقایان حاضر در این جلسه بخواهیم، می‌توانند نتایج آزمایشگاهی را اعلام کنند که محصول آنها در صدر قرار گرفته است.

**مهدی پور:** به نظر من آنچه برای خریدار مهم است، نحوه پشتیبانی شرکت‌ها در داخل ایران است و توصیه من به کاربران لحاظ کردن این عامل برای انتخاب بین ضد ویروس‌هاست. اگر شما بهترین ضد ویروس را داشته باشید و پشتیبانی محلی خوبی از این محصول انجام ندهید، کاربران راضی نخواهند بود.

**بهنند:** رده‌بندی شرکت‌ها در بازارها هم یکی از موضوعاتی است که علاقه‌مندیم دوستان حاضر نظرات خودشان را در این ارتباط اعلام کنند.

**مبصری:** مورد مهمی که در چند سال گذشته در مورد سهم بازار اتفاق افتاده، کسب بازار توسط شرکت‌هایی است که تمرکز خودشان را در زمینه ضد ویروس معطوف کرده‌اند. دو شرکت MacAfee و Symantec چون محدوده فعالیتشان را گسترش داده‌اند، تا حدی بازار را از دست داده‌اند. بر اساس اعلام گزارش IDC در بازارهای عربستان، امارات و مصر بخصوص در نسخه‌های خانگی، کسپرسکی توانسته سهم بازار اول را کسب کند.

این بازار در اختیار Symantec بود ولی چون تمرکزشان را معطوف به مجازی‌سازی و ... کرده بودند، سهم بازارشان را از دست دادند. البته همچنان بخش بازارهای مهمی هم در اختیار این شرکت‌ها هستند. مثلاً شرکت Symantec همچنان رتبه اول را در نسخه‌های شرکتی بازار عربستان دارد یا در کویت و عمان، MacAfee با اختلاف زیادی نسبت به رقیب خود، اول است. البته در برخی از بازارهای منطقه مانند بحرین فقط یک برند حضور دارد.

**بهنند:** در بازار ایران چگونه؟

**مبصری:** اما برای بازار ایران با شهادت می‌توان گفت که در نسخه‌های خانگی کسپرسکی رتبه اول و eset رتبه دوم را کسب کرده است. اما در مورد نسخه‌های شرکتی به راحتی نمی‌توان سخن گفت. دو شرکت MacAfee و Symantec بسیار با سابقه و قدیمی هستند و در این مدت تعداد زیادی مشتری ثابت و وفادار به دست آورده‌اند.

**خولیو:** من فروشنده گران‌قیمتی هستم و توانسته‌ام بخشی از بازار را هم کسب کنم. محصول ما ارزان قیمت نیست و خریداران MacAfee را می‌توان مانند خریداران بنز ارزیابی کرد. شرکت کسپرسکی برای به دست آوردن بازار، قیمت‌های بسیار پایینی ارائه می‌کند ولی ارائه این قیمت‌ها نه در توان ماست و نه پشتیبانی‌هایی که شرکت کسپرسکی از نمایندگان خود می‌کند را می‌توانیم از شرکت مادر دریافت کنیم. بخش زیادی از خریداران MacAfee را مشتریان وفادار ما تشکیل می‌دهند.

**اخلاقی:** ما هم مشتریان وفادار زیادی داشتیم و بخش زیادی از مشتریان ما را، این کاربران وفادار تشکیل می‌دادند ولی در چند ماهه اخیر متأسفانه وفاداری‌های سابق را نمی‌بینیم و بزرگ‌ترین پارامتر برای شرکت‌ها قیمت شده است.

**مقدم:** آقای خولیو درست می‌گویند، یک درصد حمایت‌هایی که کسپرسکی از نمایندگان می‌کند را ما از شرکت‌های مادر دریافت نمی‌کنیم. کافی است شما بودجه تبلیغاتی کسپرسکی را با هزینه تبلیغات برندی چون Eset مقایسه کنید.

کلیه حقوق مادی و معنوی این مجموعه متعلق به ماهنامه دنیای کامپیوتر و ارتباطات می‌باشد. ۱۳۷۹-۱۳۹۰

تهیه شده توسط شرکت پویندگان دنیای ارتباطات (پویا سافت)