

МЫ СЛЕДУЕМ ЗА ТРЕБОВАНИЯМИ РЫНКА

Рассказывает генеральный менеджер TRENDnet Россия

Ранджит Саркар



Конечное абонентское оборудование – это интерфейс пользователей ко всей инфраструктуре телекоммуникационных сетей. Огромные инвестиции, тысячи километров сетей, сложнейшее и крайне дорогое телекоммуникационное оборудование операторов различных уровней – все это массовый пользователь не замечает. Для него сеть – это компьютер, подключенный к оконечному устройству ценой в десятки, редко – в сотню долларов. Во многом от того, насколько это устройство удобно и качественно, пользователь судит о сети в целом. Именно такое оборудование выпускает компания TRENDnet – один из наиболее динамично развивающихся производителей оконечных устройств. Особенно высоки темпы роста этой компании в России. Возможно, благодаря тому, что ее специалистам постоянно удается совмещать, казалось бы, несовместимое – высокое качество продукции и относительно низкую стоимость, продажи через розничные сети гипермаркетов и проектно-ориентированный бизнес, широту номенклатуры и выдающиеся технические характеристики оборудования. О стратегии работы компании, ее достижениях и планах – наш разговор с генеральным менеджером TRENDnet Россия Ранджитом Саркаром.

Господин Саркар, что сегодня представляет собой компания TRENDnet?

Компания была создана в 1990 году в Торрансе в США (шт. Калифорния). Тогда в ней работало 14–15 человек. Поначалу масштабы деятельности были невелики, но уже к концу 1990-х TRENDnet стала выходить на

зарубежные рынки – в Латинскую и Центральную Америку, в Европу. Сегодня продукция TRENDnet поставляется более чем в 125 стран мира, причем более половины продаж TRENDnet приходится на Северную Америку.

TRENDnet – это динамичная, но небольшая компания. В США

в TRENDnet работает порядка 150 человек. Тем не менее, наша продуктовая линейка очень велика, в ней свыше 350 продуктов. В ассортимент входят практически все необходимые сетевые устройства для небольших офисов и домашних сетей (SOHO) – от точек доступа Wi-Fi и простых маршрутизаторов

до управляемых коммутаторов уровня сетей доступа, а также IP-камеры, KVM-переключатели, хранилища данных и т.д.

Оборудование выпускается по схеме контрактного производства. Более сложные продукты изготавливаются на Тайване, более простые – в КНР. Однако в любом случае вся продукция проходит 100%-ный выходной контроль. Каждое устройство непрерывно тестируется около суток в специальной камере, где поддерживается определенная температура. Тем самым обеспечивается гарантированная надежность.

Как организована работа компании в России?

В Россию TRENDnet пришла в 2002 году. Сегодня в российском офисе компании работает более 30 специалистов. За эти годы был пройден немалый путь. Достаточно сказать, что сегодня Россия – второй по объему рынок продукции TRENDnet, свыше 20% в общем бизнесе компании. В этом году объем продаж в России составит порядка 40 млн. долл. Более того, российский рынок – еще и один из наиболее быстрорастущих. Если в мире средний рост оборотов TRENDnet составляет порядка 8–9%, то наш ежегодный рост в России – на 20–25%.

За счет чего достигнуты столь высокие показатели?

Хорошо работаем. Конечно, важную роль играет правильно выбранная стратегия. А стратегия компании заключается прежде всего в том, чтобы следовать запросам и требованиям рынка. TRENDnet ориентируется на конечных

пользователей и малый бизнес. Наша ниша – это дешевое и качественное оборудование. Оно дешевле, чем можно было бы ожидать от качественного, и качественнее, чем можно ожидать от дешевого.

Сегодня мировая экономика переживает рецессию. Россия – часть этого мира. В такой ситу-

Наше оборудование дешевле, чем можно было бы ожидать от качественного, и качественнее, чем можно ожидать от дешевого

ации все начинают экономить средства, задумываются об их наиболее оптимальном использовании, предпочитают не покупать дорогие решения. На рынке выросла конкуренция, происходит определенный передел рынка в пользу недорогих продуктов. Соответственно и компания TRENDnet сосредоточена на производстве недорогих массовых решений.

Это не значит, что мы на чем-то экономим, упрощаем конструкцию – мы просто ограничиваем свою прибыль. А о качестве свидетельствует тот факт, что на всю продукцию мы предоставляем 3–5 лет гарантии. В этом и состоит наша политика – работать в соответствии с текущими потребностями рынка. Например, сегодня окончательное телекоммуникационное оборудование стало обычным товаром потребительской электроники. Поэтому мы начали его продавать через сетевые магазины бытовой техники, такие

как "Белый ветер", "М.Видео" или "Техносила", и даже через гипермаркеты типа "Реал" и в интернет-магазине Е5. Это – требование рынка, и мы на него откликнулись.

Еще одно наше значимое конкурентное преимущество – мы стремимся обеспечить пользователей наилуч-

шим сервисом. У TRENDnet 86 пунктов технического обслуживания по всей России. Нам важно, чтобы техническая поддержка была удобной и эффективной. Сейчас более половины сотрудников российского офиса заняты именно вопросами техподдержки.

Кроме того, и это для нас принципиально, сегодня мы не только развиваем розничные продажи оборудования, но и работаем с рядом крупных операторов, таких как "Ростелеком", "Билайн", "Акадо", "Мегафон" и др. Это уже проектный бизнес, но благодаря усилиям наших технических специалистов – как в России, так и в США – мы адаптируем продукты TRENDnet под требования конкретных операторов, оперативно решаем возникающие проблемы.

Проектный бизнес и массовые розничные продажи оборудования – это ведь достаточно различные направления работы. Как удается их совмещать?

Все это – части единого целого, один рынок. При розничных продажах выбор покупателя зависит от рекомендаций продавца. Но оборудование ведь нужно не само по себе – оно должно работать в сети определенного оператора. Поэтому более правильный подход – спросить у провайдера услуг доступа, что он рекомендует. Ведь тогда именно провайдер будет отвечать за вопросы совместимости. Это значит, что работа с провайдерами автоматически увеличивает и продажи в розничных сетях. Нужно развивать оба этих направления, тогда один сегмент будет способствовать развитию другого.

Вообще же, кастомизация, т.е. адаптация оборудования под требования локального рынка, – это еще одна наша сильная сторона. Ведь не секрет, что изначально все устройства создавались для рынка Северной Америки – начиная от упаковочной коробки с надписями на английском и заканчивая сетевыми интерфейсами. Разумеется, сейчас все наши массовые продукты полностью русифицированы и сертифицированы в соответствии с российскими требованиями. Но это – внешняя сторона. Что касается внутренней, мы очень тесно работаем с инженерно-техническими службами провайдеров, узнаем их запросы, тестируем и модернизируем оборудование, дорабатываем встроенное программное обеспечение.

Например, мы активно сотрудничали с компанией "Корбина", доработали оборудование под специфику сетей этого оператора. Сегодня ведем такую же работу с поглотившей ее компанией "ВымпелКом" (бренд "Билайн"). Взаимодействуем мы

и с другими крупными операторами – OnLine ("Ростелеком"), "Акадо", NETBYNET. Отношения

Мы даже выпускаем продукцию под брендами провайдеров

настолько тесны, что мы даже выпускаем продукцию под брендами провайдеров. Это свидетельствует как о качестве нашей продукции в целом, так и об уровне ее технической адаптации под специфику сетей конкретных операторов.

Разумеется, эта работа ведется в сотрудничестве с инженерными службами самой компании TRENDnet. Внутри TRENDnet действует общая система отслеживания запросов – любые пожелания или обнаруженные недостатки публикуются, по ним постоянно идет работа. У нас есть тестовая площадка с удаленным доступом, на которой можно совместно решать различные задачи. Если это не помогает, специалисты TRENDnet приезжают в Россию. В итоге все проблемы разрешаются. Собственно, еще одна особенность TRENDnet – в умении организовать взаимодействие с инженерно-техническими службами операторов, с одной стороны, и с разработчиками оборудования – с другой.

С чем связана потребность в доработках, насколько они глубоки?

Приведу простой пример. Сегодня сети абонентского доступа ряда российских провайдеров – это фактически локальные сети, в которых

для доступа пользователей в Интернет организуются туннели VPN. Для этого исполь-

зуется технология L2TP (Layer 2 Tunneling Protocol) или PPTP (Point-to-Point Tunneling Protocol). Скажем, именно так организованы сети интернет-доступа "Билайн". Однако подобное построение сетей – именно российская специфика, в мире это не самый распространенный подход. В результате проявляются отдельные недоработки оборудования и связанные с ними проблемы.

В чем их суть?

При подключении по технологии PPTP или L2TP абонент получает доступ в глобальную сеть через VPN-туннель, а также доступ к определенным ресурсам локальной сети оператора – так называемый двойной доступ. Это означает, что маршрутизатору абонента назначаются два IP-адреса – глобальный и для локальной сети, и, соответственно, два набора DNS-серверов – в локальной сети и для Интернета. И тут многие сталкиваются с большой проблемой. Как правило, интернет-трафик тарифицируется, тогда как локальный ресурс бесплатен. Если двойной доступ реализован некорректно, запрос в локальную сеть может идти через VPN-туннель и, естественно, тарифицироваться. Существенно падает и скорость обращения к локальному ресурсу. Поэтому

маршрутизатор должен уметь отличать запросы в локальную сеть от запросов в сеть глобальную, уметь корректно обрабатывать маршруты и опции DHCP.

Кроме того, важна и оптимизация работы под эти протоколы. Сегодня наши маршрутизаторы Fast Ethernet при работе по протоколу L2TP способны поддерживать скорость до 80 Мбит/с, а просто в режиме трансляции адресов NAT – 94 Мбит/с. Это высочайшая производительность, но чтобы ее добиться в реальных сетях, было приложено много совместных усилий российских и американских инженеров TRENDnet.

Эти работы продолжаются постоянно?

Операторы регулярно модернизируют и развивают свои сети, поэтому и перед нами встают новые задачи. Например, "Билайн" намеревается создавать в своих сетях систему управления абонентским оборудованием по протоколу TR-069 (CWMP – CPE WAN Management Protocol). Есть планы и по переходу на протоколы IPv6. Все это требует совместной работы операторов и поставщиков оборудования. Поэтому наше взаимодействие не прекращается.

Какие направления развития оборудования для телекоммуникационных сетей сегодня наиболее важны для компании?

В области SOHO сегодня свыше 50% поставок компании – это беспроводные решения. Именно такую продукцию требует сегодня рынок, и мы активно работаем в этом направлении.

Например, недавно мы выпустили на рынок маршрутизатор UR-344AN4G. Он поставля-

ется под брендом UPVEL. Новое устройство абсолютно универсально. Помимо традиционных интерфейсов – ADSL2+, Wi-Fi, четырех портов 10/100 Мбит/с Ethernet (один из которых можно использовать как WAN-порт) – маршрутизатор поддерживает набор 3G-модемов (данглов), подключаемых через USB, а также все известные сегодня в России LTE-модемы. Каналы 3G и LTE используются как резервное либо как основное соединение. Пока другого такого решения на рынке мы не знаем.

Если говорить о перспективах, в следующем году у нас будут устройства с поддержкой стандарта IEEE 802.11ac (видимо, еще draft-версии). В этом вопросе мы целиком зависим от изготовителей микросхем. Как только появятся чипы (от компании Ralink или других производителей), мы сразу начнем выпускать оборудование для рынка. Ведь чтобы выпустить новый продукт, компании нужно не более двух-трех месяцев с момента появления образцов микросхем и наборов для разработки.

Конечно, у нас хорошо развиваются и другие направления – такие как оборудование с возможностью питания по линии Ethernet (Power over Ethernet), сетевые камеры для задач безопасности и др. Но сегодня основной наш фокус – в области беспроводных решений.

Сейчас один из трендов развития сетей доступа – оптические технологии, в частности, пассивные оптические сети (PON). Работает ли компания в этом направлении?

У нас есть определенный набор решений для сетей стандарта EPON, но поскольку в России актуальны техноло-

гии GPON, мы работаем в этом направлении. В конце года у нас должны появиться маршрутизаторы с оптическими портами.

Однако нужно понимать, что войти в этот сегмент рынка не так просто. Для сетей FTTH необходимы комплексные решения – т.е. как станционное (OLT), так и абонентское оборудование. Все это – исключительно проектная деятельность, просто выпустить на массовый рынок оборудование нереально. Мы в этом направлении работаем, но не стоит ждать результатов уже завтра.

Планирует ли компания TRENDnet развиваться в сторону создания операторского оборудования?

Компания сосредоточена на массовом абонентском оборудовании. Пока наш потолок – управляемые коммутаторы уровня 2, которые, например, при построении сетей доступа устанавливаются в подъездах. Мы надеемся со временем войти в область операторского оборудования. Но не испытываем иллюзий по поводу возможности сделать это очень быстро.

Можно ли выделить технологические области, которые будут для компании приоритетны, например, через 3-5 лет?

Технологии меняются столь динамично, что едва ли кто может дать прогноз на столь отдаленный срок. Могу сказать одно – что рынок будет требовать, то мы и будем производить. Ведь кредо компании TRENDnet – следовать за требованиями рынка.

Спасибо за интересный рассказ.

С.Р.Саркар
беседовал И.Шахнович