

Презентация
Национальной Информационной Системы
Российской Федерации

тел. +7-980-537-14-54
istok@instella.com

2015г.

Оглавление

Поддержка отечественного производителя и развитие внутреннего рынка потребления	3
Что такое Национальная Информационная Система Российской Федерации (НИС РФ)	4
О структуре системы	5
Ключевые особенности системы	6
Уникальность сайтов в НИС РФ	7
Возможности НИС РФ для различных участников рынка	
Для производителей продукции	8
Для оптовиков	9
Для реализаторов продукции	11
Для производителей продукции промышленного назначения и ведущих специалистов производственных компаний	12
Заключение	12
 Дополнительная информация	13
Проблемы, связанные с продвижением продукции через собственные сайты	13
Проблемы оптовых компаний	14
Создание и поддержание сайтов ТЦ и Рынков	15
Проблемы сетевых компаний	15
О поиске информации в системе	16
Иллюстрации	17 - 20

Презентация Национальной Информационной Системы Российской Федерации (НИС РФ)

Национальная Информационная Система Российской Федерации (НИС РФ) реализована на платформе Информационно-Поисковой системы **InStella.ru**. Ядром этой системы является База Предприятий и Продукции страны. Структура, программы и технологические решения, заложенные в InStella.com, показали свою высокую эффективность при обработке больших объемов информации.

НИС РФ позволяет решить целый ряд вопросов, которые сегодня ставятся руководством страны:

- поддержка отечественного производителя на внутреннем и внешнем рынках;
- развитие внутреннего рынка потребления, за счет поддержки малого и среднего бизнеса;
- защита потребителя от некачественных товаров и фальсификата.

Мы уверены, что Система окажет огромное влияние на развитие экономики страны, на развитие внутреннего и внешнего рынка, а также на ее социальную сферу. Мы считаем, что она может стать одним из эффективных инструментов модернизации и развития экономики.

Поддержка отечественного производителя и развитие внутреннего рынка потребления.

Сегодня рынок потребления России имеет огромный потенциал. За него борются не только отечественные, но и зарубежные компании. Развитие этого рынка с предоставлением преференций отечественному производителю позволит решить многие экономические и социальные проблемы страны. Но быстрое и эффективное развитие рынка потребления возможно только при создании мощного **информационного поля**. В этом поле должна быть представлена информация о товарах всех отечественных производителей и местах их продажи, описания, картинки и потребительские характеристики этих товаров. Очень важно чтобы при этом **каждый участник рынка** имел сайт-каталог всей реализуемой продукции, особенно если он реализует отечественные товары. Как известно сайты позволяют значительно увеличить объемы продаж, даже тем предприятиям, которые не имеют компьютеров. Это происходит, в том числе и за счет реализации под заказ. Если рынок потребления первым освоит наш производитель, то экономический прорыв России обеспечен. Огромную роль

здесь должна сыграть НИС РФ, которая позволяет **системно и комплексно** решить задачу создания информационного поля страны.

Что такое Национальная Информационная Система Российской Федерации (НИС РФ)

- Это **единая площадка**, где подробно представлена вся продукция всех отечественных производителей с указанием мест ее реализации, а так же подробная информация о производителях и реализаторах продукции. Уже сейчас в **InStella.ru** представлена информация о десятках тысяч предприятий и предпринимателей.
- Это обеспечение абсолютно **всех участников рынка страны**, даже тех, которые не имеют компьютеров, сайтами-каталогами. В этих сайтах может содержаться информация о десятках тысяч изделий, но поддержание таких сайтов в актуальном состоянии не требует, практически, никаких затрат. Это обеспечивается тем, что в такой сайт (при взаимном согласии) могут сбрасывать информацию неограниченное число поставщиков. Сейчас поддерживать такие объемы информации для подавляющего большинства компаний и предпринимателей не представляется возможным.
- Это возможность **для поставщика** очень просто **управлять** своей информацией **на сайте партнера**, т.е. поддерживать ее в актуальном состоянии. А реализатору, даже не имея компьютера, иметь актуальный **сайт-каталог**, который **поддерживается несколькими его поставщиками**.
- Это предоставление всем ТЦ и Рынкам **актуальных сайтов-каталогов**, которые не надо поддерживать, т.к. информация в них поступает автоматически с сайтов арендаторов. Сейчас создание сайтов-каталогов ТЦ и Рынков вообще проблематично.
- Это мгновенный **обмен большими объемами информации** о продукции напрямую с сайта на сайт между производителем, оптовиком и реализатором. Сегодня такой возможности не существует в принципе.
- Это мощная **информационная поддержка поставщиком** через систему обмена информацией **всех** партнеров, торгующих его продукцией, и даже тех о которых он ничего не знает (например, десятки дилеры его дилеров) и у которых может не быть компьютеров.
- Это создание производителем или оптовиком **мощной дилерской сети**, например, из множества небольших **сельских магазинов**, которые сегодня имеют ограниченное предложение. Эти магазины пока не торгуют их продукцией, но будут иметь на своих сайтах их полные каталоги для продаж под заказ или изучения спроса. Таким образом, эти магазины факти-

чески становятся **интернет-магазинами** с огромным предложением товаров.

- Это возможность ведущим специалистам компаний иметь **личные справочники товаров**, используемых в производственной деятельности, которые очень просто пополняются их поставщиками. А это в свою очередь дает возможность производителям товаров промышленного назначения создать **базу** существующих и **потенциальных клиентов** из ведущих специалистов предприятий, потребителей их продукции.
- Это **массированный выход** отечественных товаров на зарубежные рынки через интернет пространство и сайты партнеров за рубежом. Причем эти зарубежные партнеры получают от отечественных производителей не только полные сайты-каталоги с их продукцией, но и будут регулярно получать напрямую в эти сайты информацию о новых изделиях.
- Это **Единая маркетинговая сеть** страны, объединяющая производителей, оптовиков и реализаторов продукции. Она будет действовать и развиваться в направлении всестороннего удовлетворения потребностей общества в товарах и услугах.

Все выше перечисленные возможности НИС РФ уже реализованы нами с помощью структурных, программных и технологических решений в **InStella.ru**.

Для большинства отечественных производителей и реализаторов сегодня остро стоит проблема информирования покупателей о своих товарах. В силу ряда причин они не используют огромные возможности Интернета для широкого и всестороннего развития производственной и торговой деятельности, а это в свою очередь отражается на темпах и уровне экономического развития страны. В приложении **«Дополнительная информация»** мы всесторонне рассмотрели эти причины и указали, каким образом они решаются в нашей системе.

О структуре системы.

На сегодняшний день система состоит из пяти ключевых информационных блоков:

- реестра предприятий,
- рубрикатора товаров и услуг,
- базы выпускаемых и реализуемых изделий,
- базы партнерских связей между производителями, оптовиками и реализаторами,
- базы торговых центров и рынков.

Такая структура позволяет создать единое информационное пространство, в котором со временем будет очень широко представлена вся сфера производства и реализации товаров и услуг.

Очень коротко остановимся на ключевых особенностях системы.

1. Предприятия и предприниматели (производители, оптовые компании и реализаторы) самостоятельно вносят и контролируют информацию о себе и своей продукции. Это позволяет создать полную базу реализуемой в РФ продукции и гарантировать ее достоверность.
2. На основе внесенной информации **у каждого предприятия** автоматически формируется собственный сайт. Причем в этом сайте каждый филиал, представительство или магазин этого предприятия представлены своими сайтами. Это позволяет абсолютно всем предприятиям и предпринимателям, а также их подразделениям иметь сайты и активно продвигать свою продукцию через Интернет. Например, благодаря такой возможности на сайте сетевой компании каждый ее магазин будет представлен **своей продукцией, ценами**, схемой проезда, описанием, новостями и т.п.
3. Если некоторые магазины предприятия находятся **в торговых центрах или на рынках**, информация с его сайта автоматически размещается на сайтах этих торговых объединений. Это открывает перед арендаторами новые возможности в реализации продукции. Например, продукция каждого магазина сетевой компании будет представлена на сайте того ТЦ или Рынка, где он расположен. Кроме того, такая технология позволяет иметь в системе подробные актуальные каталоги **всех ТЦ и Рынков** страны.
4. В системе любое предприятие может **отправлять информацию** о своей продукции (характеристики, описания и картинки) со своего сайта одновременно **на сайты** всех своих партнеров. Например, производитель нажатием одной кнопки может отправить информацию о новых изделиях сразу на сайты всех своих партнеров: оптовых компаний и реализаторов. Это позволяет оказывать партнерам мощную информационную поддержку и очень быстро информировать покупателей о новых изделиях.
5. Также любое предприятие может **получать в свой сайт информацию** от множества своих поставщиков. Это позволяет оптовым компаниям и магазинам иметь электронные каталоги с десятками тысяч изделий и с учетом п.4 создавать мощные маркетинговые сети. Причем затраты на обработку такой информации предприятиями ничтожно малы.
6. При необходимости реализатор может самостоятельно загрузить с сайта поставщика необходимую ему информацию.

Информация о предприятиях и **каждом** изделии жестко структурирована и может быть очень подробна. Уже сегодня система позволяет **отечественным производителям** и торгующим организациям исключительно эффективно продвигать свою продукцию не только в регионы, но и за рубеж. С ее помощью предприятия, используя Интернет, оказывают мощную информационную поддержку своим партнерам (оптовым компаниям и реализаторам), в том числе не имеющим компьютеров. Комплекс аппаратных и интерфейсных технологий, примененных в системе, позволяет совершенно по новому организовать внесение, распространение, обработку и поиск информации.

Ознакомиться с системой можно по адресу Instella.ru.

Уникальность сайтов в НИС РФ

- Сайты в системе формируются автоматически на базе вносимой информации о предприятии и его продукции.
- Благодаря технологии с сайта на сайт:
 - Владелец сайта очень легко может отправлять свою информацию на сайты своих партнеров с их согласия.
 - С согласия владельца в его сайте могут размещать информацию все поставщики реализуемой им продукции.
 - С сайта владельца его партнеры могут самостоятельно загружать на свои сайты необходимую им информацию.
 - Владелец сайта может передать любому поставщику право управления его частью информации на своем сайте.
 - Все изменения в информации поставщика поступают в сайт дилера автоматически и практически без его участия.
- Сайты имеют систему поиска информации и различные формы ее представления.
- В сайте сетевой компании каждый ее магазин представлен своим сайтом со своей продукцией, ценами и полной информацией об этом магазине.
- Информация с сайта владельца автоматически размещается в электронных каталогах ТЦ и Рынков, где находятся его магазины.
- Сайты ТЦ и Рынков не требуют поддержки, т.к. все изменения, которые происходят на сайте арендатора, автоматически переносятся в сайт ТЦ. Сайты имеют систему поиска информации, как в самом ТЦ, так и в каждом магазине этого ТЦ.

Какие возможности открывает НИС РФ для различных участников рынка.

Для производителей продукции.

Многие производители очень серьезно относятся к вопросу поддержки реализаторов своей продукции, т.к. считают что дилер будет наиболее лоялен и заинтересован в продажах того производителя, который помогает ему в вопросах маркетинга. Но учитывая то, что многие реализаторы не имеют сайтов, возможности производителей в этом вопросе бывают очень ограничены. НИС РФ позволяет совершенно по-новому организовать сотрудничество между производителем и его партнерами.

- При регистрации в системе у производителя появляется сайт, в который он вносит информацию о своем предприятии, а также картинки, описания и характеристики своих изделий.
- Самостоятельно или с помощью службы поддержки производитель организует в системе "дилерскую сеть", т.е. получает от партнеров (оптовиков и реализаторов) согласие на передачу им информации. Это согласие действует постоянно до разрыва взаимоотношений.
- Производитель выбирает для отправки нужную продукцию, партнеров, которым будет ее отправлять, и нажимает всего одну кнопку. Информация о продукции тут же оказывается на сайтах партнеров.
- При желании партнеры могут самостоятельно загрузить на свои сайты необходимую им информацию с сайта производителя.
- Если партнер оптовик, от него информация производителя таким же образом поступит на сайты его реализаторов и оптовиков, а от них аналогично побегит далее по цепочке. Таким образом, у производителя создается мощная маркетинговая сеть, которую он в дальнейшем будет использовать для продвижения новой продукции.
- Если какие либо партнеры производителя работают в ТЦ или на Рынках, то информация с их сайтов автоматически переходит на сайты этих Торговых комплексов. Для производителя это является уникальной возможностью расширить свое присутствие на рынке товаров страны.
- Обратите внимание, на сайте реализатора и ТЦ где он работает, может содержаться весь каталог производителя, а не только товары, приобретенные для реализации. Это позволяет производителю значительно увеличить сбыт товаров.

Таким образом, благодаря системе, именно качественная информация производителя очень быстро окажется на сайтах всех реализаторов его продукции и будет доступна покупателям. Такая информационная поддержка позволяет не только увеличить товарооборот, но и кардинально изменить взаимоотношения производителя с партнерами.

Хотим обратить внимание, что информация производителя может быть представлена на сайтах и тех реализаторов, которые пока не торгуют его продукцией, но потенциально готовы к этому и желают определить спрос на нее. В существующих условиях, учитывая затраты труда и времени, такие реализаторы вряд ли стали бы вносить информацию производителя в свои сайты.

И еще, НИС РФ позволяет производителю возобновить сотрудничество и с бывшими партнерами, которые по каким либо причинам перестали с ним работать. Ведь теперь он может предоставить им сайт с каталогом своей продукции, для работы, например, под заказ.

Для оптовиков.

Серьезной проблемой, особенно для многопрофильных оптовых компаний, является создание и поддержание собственного сайта. Большие объемы информации не позволяют поддерживать его в актуальном состоянии. Часто информация к моменту внесения в сайт уже устаревает или является не актуальной (товар продан). Второй проблемой является то, что клиент, купивший у оптовика товар, не купит новый, пока не реализует старый. Поэтому информационная поддержка оптовиком своих реализаторов (особенно с помощью Интернета) позволяет значительно увеличить товарооборот.

НИС РФ позволяет оптовым компаниям эффективно решить эту проблему. При регистрации в системе у них появляется сайт, в котором при их согласии могут размещать информацию о своей продукции множество поставщиков. Таким образом, сайт с огромным объемом информации теперь становится не проблемой, а нормой.

В остальном возможности **оптовика и производителя** по оказанию информационной поддержки своим партнерам и продвижению своей продукции в регионы **совпадают**. Ниже приведены позиции, по сути совпадающие с позициями из предыдущего раздела.

- *Самостоятельно или с помощью службы поддержки оптовик организует в системе "дилерскую сеть", т.е. получает от партнеров (оптови-*

ков и реализаторов) согласие на передачу им информации. Это согласие действует постоянно до разрыва взаимоотношений.

- Оптовик выбирает для отправки нужную продукцию, партнеров которым будет отправлять и нажимает всего одну кнопку. Информация о продукции тут же оказывается на сайтах партнеров.
- При желании партнеры могут самостоятельно загрузить на свои сайты необходимую им информацию с сайта оптовика.
- Если партнер оптовик, от него информация таким же образом поступает на сайты его реализаторов и оптовиков, а от них аналогично побежит далее по цепочке. Таким образом, у оптовика создается мощная маркетинговая сеть, которую он в дальнейшем будет использовать для продвижения новой продукции.
- Если какие либо партнеры оптовика работают в ТЦ или на Рынках, то информация с их сайтов автоматически переходит на сайты этих Торговых комплексов. Для оптовика это является уникальной возможностью расширить свое присутствие на рынке товаров страны.
- Обратите внимание, на сайте реализатора и ТЦ где он работает, может содержаться весь каталог производителя, а не только товары, приобретенные для реализации. Это позволяет оптовику значительно увеличить сбыт товаров.

Таким образом, благодаря системе, именно качественная информация оптовика очень быстро окажется на сайтах всех реализаторов его продукции и будет доступна покупателям. Такая информационная поддержка позволяет не только увеличить товарооборот, но и кардинально изменить взаимоотношения оптовика с партнерами.

Хотим обратить внимание, что информация оптовика может быть представлена на сайтах и тех реализаторов, которые пока не торгуют его продукцией, но потенциально готовы к этому и желают определить спрос на нее. В существующих условиях, учитывая затраты труда и времени, такие реализаторы вряд ли стали бы вносить информацию оптовика в свои сайты.

И еще, НИС РФ позволяет оптовику возобновить сотрудничество и с бывшими партнерами, которые по каким либо причинам перестали с ним работать. Ведь он теперь может предоставить им сайт с каталогом своей продукции, для работы, например, под заказ.

Для реализаторов продукции.

Очень многие фирмы и предприниматели мечтают иметь свой сайт. Но создание и поддержание сайта (внесение и редактирование информации, доработки сайта и т.п.) требует много времени и значительных финансовых затрат. Поэтому очень быстро наступает разочарование и отказ от использования Интернета в бизнесе. Еще одной проблемой для работающих в ТЦ и на Рынках является невозможность донести информацию о своей продукции широкому кругу покупателей, а покупателям очень сложно найти нужные товары в Торговом комплексе.

Все эти проблемы очень легко решает НИС РФ.

- При регистрации в системе у реализатора появляется сайт, в который он может самостоятельно вносить информацию о своем предприятии, а так же картинки, описания и характеристики реализуемых изделий.
- Реализатор может стать в системе участником «Дилерской сети» у всех или отдельных своих поставщиков. Такая сеть позволяет поставщикам регулярно сбрасывать в сайт реализатора информацию о своей продукции. Реализатору остается только удалить ненужные позиции и установить свои цены.
- Участие в «Дилерской сети» позволяет реализатору самостоятельно считывать с сайта поставщика на свой сайт необходимую ему информацию об изделиях.
- Реализатор может передать любому из своих поставщиков право управлять его информацией на своем сайте. При этом все изменения в номенклатуре или информации об отдельных изделиях на сайте поставщика будут автоматически переноситься в сайт реализатора. Это очень удобно тем, кто не имеет компьютера, но хочет иметь сайт с каталогами своих поставщиков, а так же тем, кто не успевает поддерживать свой сайт самостоятельно.
- На сайте реализатора может быть представлена информация не только о продукции, которая есть в наличие, но и та, которую он может привезти под заказ.
- На сайте реализатора каждый его магазин может быть представлен своей продукцией, ценами, описанием и другой информацией. Это удобно крупным и мелким сетевым компаниям, т.к. покупатель теперь имеет возможность получать актуальную информацию о конкретном магазине. Сейчас зачастую на сайте приводится информация только обо всей компании.

- Если магазины реализатора находятся в ТЦ или на Рынках, то информация с его сайта автоматически размещается на сайтах этих Торговых комплексов. Таким образом, вся продукция, например, любого магазина сетевой компании, расположенного в торговом комплексе будет представлена и на сайте этого ТК.

Сайт с большим количеством актуальной информации, управление которым не требует больших затрат времени и средств, открывает перед предприятиями и предпринимателями огромные перспективы как в плане расширения продаж, так и в создании постоянной клиентуры.

Для производителей продукции промышленного назначения и ведущих специалистов производственных компаний.

Очень многим предприятиям, выпускающим или реализующим продукцию промышленного назначения (оборудование, комплектующие, материалы и т.п.) очень трудно донести свою информацию до целевой аудитории, до специалистов, которые используют или когда-либо будут использовать аналогичную продукцию в своей деятельности. Задача предприятия не только в том, что бы найти таких клиентов, но и в том, чтобы его информация была «под рукой» у этого специалиста в нужное время. Эти задачи очень легко решаются с помощью НИС РФ.

Любой специалист компании совершенно бесплатно может иметь в системе личный справочник товаров, используемых в производственной деятельности. Этот справочник имеет жесткую структуру и очень просто пополняется поставщиками по технологии «с сайта на сайт» (при согласии владельца). Это в свою очередь дает возможность производителям товаров промышленного назначения создать базу существующих и потенциальных клиентов из ведущих специалистов предприятий, потребителей их продукции и значительно расширить сбыт продукции. Причем один и тот же каталог поставщика может находиться сразу у нескольких специалистов одной компании.

Заключение.

По нашему глубокому убеждению по мере внедрение Системы в стране она будет оказывать все более возрастающее влияние на сферы производства и реализации продукции. При этом она окажет огромную реальную помощь мелкому, среднему и даже крупному производителю, реализаторам продукции, оптовым и розничным компаниям, предпринимателям.

Национальная Информационная Система Российской Федерации это общее информационное поле, необходимое для развития страны, производственной и торговой деятельности, это новые возможности для развития бизнеса, расширения рынков сбыта, улучшения качества жизни населения и получения населением правдивой информации о приобретаемой им продукции.

Дополнительная информация

В процессе внедрения системы нами был проведен опрос ведущих специалистов различных компаний, маркетологов и предпринимателей на предмет отношения их к использованию Интернета для развития бизнеса. Также проводился опрос покупателей о возможностях и недостатках Интернета для поиска товаров. Эти опросы показали наличие серьезных проблем в Интернет-пространстве.

На первый взгляд может показаться, что это проблемы отдельных предприятий, и они не являются существенными в масштабах государства. Но как показывает анализ, в своей совокупности они не позволяют использовать огромные возможности Интернета для широкого и всестороннего развития производственной и торговой деятельности, а это в свою очередь отражается на темпах и уровне экономического развития страны. Сразу хотим отметить, что все рассмотренные ниже проблемы в полной мере решаются нашей системой.

В информационном пространстве перед предприятиями стоят две задачи:

- как донести свою информацию до широкого круга потенциальных клиентов и
- поиск нужной информации в огромном ее объеме.

Сегодня для информирования покупателей Интернет используется всего в двух направлениях: создание собственного сайта и размещение информации на различных площадках (в каталогах и на досках объявлений). И тут возникает ряд проблем.

Проблемы, связанные с продвижением продукции через собственные сайты.

1. В стране существует огромное количество небольших компаний и предпринимателей, которые не пользуются интернетом и даже не имеют компьютеров. Сегодня все они оказываются за бортом Глобальной сети. Но самое главное - производители, имея сеть таких реализаторов, не мо-

гут донести информацию о своей продукции до широкого круга покупателей в тех регионах, где работают эти реализаторы. Интересно и то, что очень многие из таких реализаторов хотели бы иметь полные сайты-каталоги продукции своих поставщиков, чтобы работать с покупателями, в том числе и под заказ.

2. Создание хорошего сайта требует значительных затрат и достаточной квалификации разработчика. Поэтому многие компании и предприниматели не могут создать себе сайты. По этой же причине после создания сайты часто не соответствуют ожиданиям, и заказчики очень быстро теряют к ним интерес. В Интернете очень много сайтов, которые не поддерживаются владельцами именно по этой причине.
3. После создания сайта возникает задача поддержания информации на нем в актуальном состоянии. Для многих предприятий это требует значительных финансовых и трудовых затрат. Поэтому в Интернете мы видим множество сайтов с устаревшей информацией. По этой же причине на сайтах многих предприятий содержится далеко не вся продукция, которую они могут предложить своим покупателям.

Наша система **полностью решает все эти проблемы**. Все предприятия и предприниматели получают в системе собственные сайты. Информацию в эти сайты они вносят самостоятельно или получают от своих поставщиков **напрямую сразу в сайты**, т.е. не надо тратить время на ее поиск и внесение. Кроме того, при обоюдном согласии каждый поставщик может управлять своей информацией на сайте партнера. [Пример сайта в InStella.ru](http://InStella.ru)

Проблемы оптовых компаний.

Отдельной проблемой является создание и поддержание в актуальном состоянии собственных сайтов оптовыми компаниями. По нашим оценкам подавляющее большинство этих компаний не имеют сайтов и не собираются их создавать, т.к. необходимо поддерживать большие объемы информации. Отсюда проблема в распространении информации как для самих оптовиков, а так и для производителей и реализаторов, с которыми они сотрудничают. По этой причине оптовые компании становятся препятствием (с точки зрения современных технологий) для эффективного и быстрого продвижения товаров от производителя к реализатору и, естественно, к покупателю.

Наша система **полностью решает эту проблему**. Оптовая компания имеет в системе сайт, информацию в который сбрасывают множество ее поставщиков. Информация на сайте всегда будет актуальна и может содержать десятки тысяч

позиций. Кроме того эта компания может очень легко сбрасывать свою информацию на сайты своих партнеров (других оптовиков и реализаторов). Такая возможность обеспечивает быстрое продвижение информации к конечному реализатору и покупателю. [Пример оптовой компании в InStella.ru](#)

Создание и поддержание сайтов ТЦ и Рынков.

Создание сайта-визитки не является проблемой для этих торговых объединений, но большинство арендаторов и покупателей хотят пользоваться сайтом-каталогом, т.е. сайтом в котором подробно представлена вся продукция ТЦ или Рынка. Создание и самое главное, поддержание такого сайта является для ТЦ неподъемной задачей:

- Если такой сайт будет поддерживать сам ТЦ, то ему потребуется целый штат для внесения больших объемов часто меняющейся информации. Кроме того информацию должны где-то брать, подготавливать и приносить сами арендаторы. Также на внесение информации требуется время, поэтому к моменту появления на сайте эта информация может потерять свою актуальность.
- Можно создать сайт, в который информацию будут вносить сами арендаторы, но это достаточно дорогой сайт и для его обслуживания будет необходим специалист. Кроме того арендаторы столкнутся с теми же проблемами что и при поддержании своих сайтов (где брать и как готовить информацию, затраты времени на внесение и т.п.). А если учесть что некоторые арендаторы имеют свои сайты, то для них проблемы удваиваются — надо поддерживать уже 2 сайта.

Поэтому даже если ТЦ и сможет создать такой сайт, то он не будет востребован арендаторами. По этой причине в Интернете практически невозможно найти сайты-каталоги ТЦ и Рынков.

Наша система **полностью решает эту проблему**. Вся информация, размещаемая на сайте магазина или получаемая в сайт от поставщиков, автоматически размещается на сайте ТЦ и Рынка, где находится этот магазин. Сегодня в системе содержится около 8 000 ТЦ и Рынков. [Пример Торгового центра в InStella.ru](#)

Проблемы сетевых компаний.

Большое место в экономике занимают сетевые компании. Эти компании, в отличие от обычных, имеют дополнительные проблемы с информационным

сопровождением своих сайтов. Каждый магазин сети может иметь свою номенклатуру, цены, находиться в разных населенных пунктах или ТЦ, быть финансово независимым от центрального офиса, получать продукцию от своих поставщиков и т.д. Для этих компаний бывает очень сложно, а зачастую и невозможно создать сайты, в которых будет представлена актуальная продукция каждого магазина. Кроме того многие компании хотят быть представлены на сайтах-каталогах ТЦ, где работают их магазины, но как мы указывали выше по многим причинам это сегодня невозможно.

Наша система **полностью решает эту проблему**. На сайтах сетевых компаний **каждый магазин**:

- Представлен своей продукцией и ценами, фактически своим сайтом.
- Он может получать информацию от своих поставщиков.
- Его информация представлена на сайте ТЦ или Рынка где он находится.
- Система поиска на сайте компании позволяет искать информацию как по всей компании, так по каждому магазину в отдельности. [Пример сетевой компании в InStella.ru](http://www.InStella.ru)

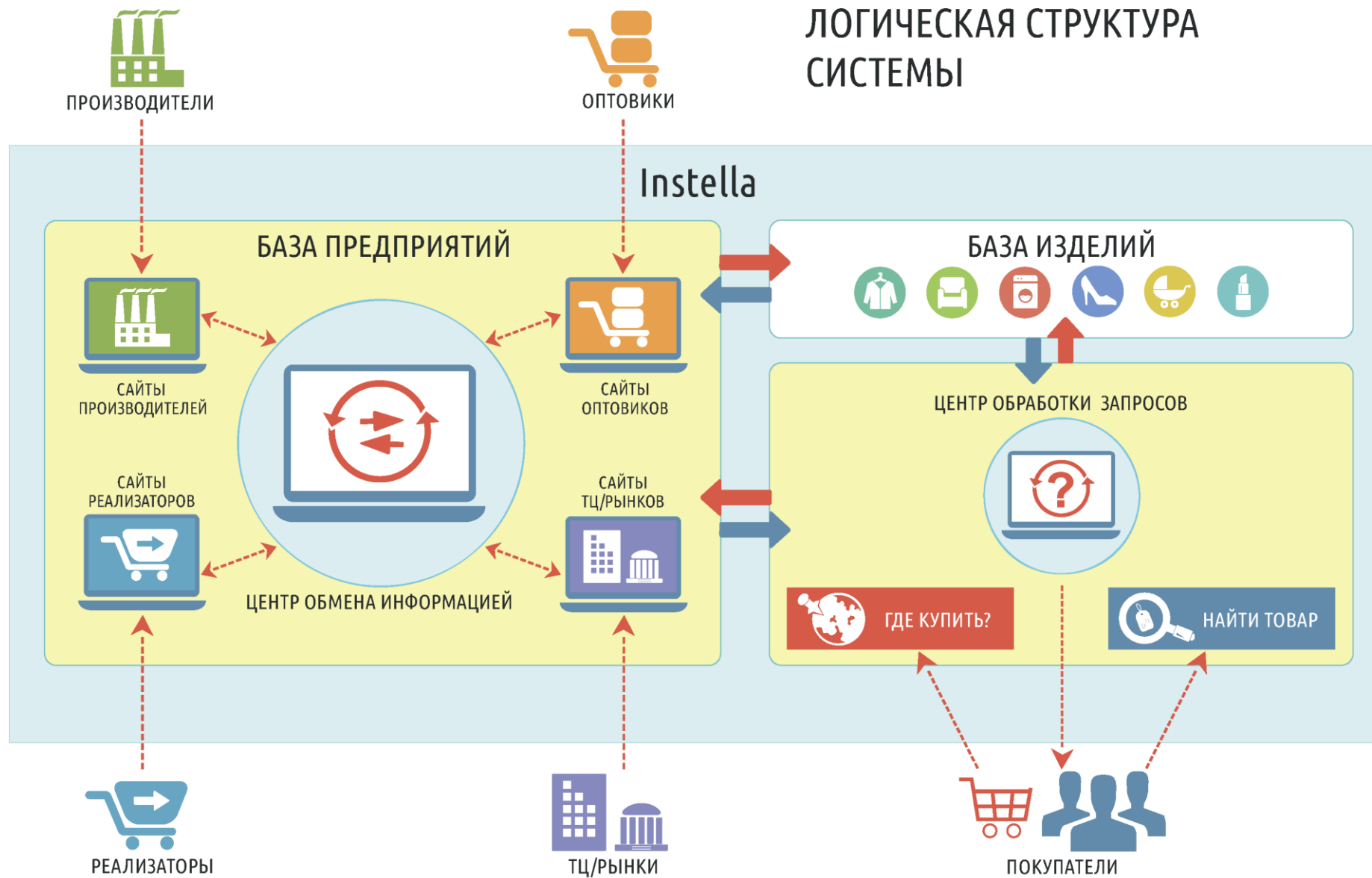
О поиске информации в системе.

Уникальным является и поиск информации в системе. Он кардинально отличается от других поисковых систем, в том числе Yandex и Google, где результатом является список сайтов, в которых **может содержаться** искомая информация. В нашей системе результатом поиска является перечень изделий (с описаниями, картинками и набором характеристик), а так же места продаж каждого изделия. Ряд фильтров, которые может применить пользователь при поиске информации (география поиска, характеристики изделия и рубрикатор) позволяет быстро и оптимально находить нужный товар. Облегчают поиск и разные формы представления информации.

Кроме того, благодаря жесткой структуре и унификации, обработка огромных объемов информации происходит исключительно быстро и не требует огромной ресурсной базы.

Хотим отметить, что в настоящее время в Интернет-пространстве имеется большое количество площадок, которые в какой-то мере решают проблему предприятий, не имеющих собственных сайтов. Но все вопросы, освещенные нами выше, эти площадки решить не могут.

ЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА СИСТЕМЫ



ВОЗМОЖНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ В СИСТЕМЕ



ВОЗМОЖНОСТИ ОПТОВИКА В СИСТЕМЕ



ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАТОРА В СИСТЕМЕ

