

Ваш **интерфакс** INTERFAX

ВЫПУСК № 13 / 2012

ОСВАИВАЕМ ПРАВИЛО «ВЫТЯНУТОЙ РУКИ»

СПАРК разработал решение
для обоснования
трансфертных цен

РОССИЙСКИЙ ТЕРМИНАЛ – ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Клиенты о системе ЭФИР

УДВОЕНИЕ ОСМОТРИТЕЛЬНОСТИ

Апгрейд аналитической модели
по выявлению однодневок

ИЩЕМ МЕЖДУ СТРОК

Диалог с пользователем
про новые возможности СКАНа

УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР «ИНТЕРФАКС»

Семинары, вебинары,
специализированные
курсы для крупных
компаний

PublicPost: РОССИЯ ГЛАЗАМИ ЕЕ ГРАЖДАН

Москва и регионы –
на одной Интернет-площадке

НА КОГО ССЫЛАЮТСЯ

зарубежные
и российские СМИ



НА ВСЕ СЛУЧАИ ЖИЗНИ

Global Reference Solution (GRS) – глобальный корпоративный справочник, позволяющий вести экспресс-анализ рыночного окружения, поиск партнеров и клиентов, выверку адресов. Охват – более 210 млн компаний по всему миру. Доступ – on-line

GRS – удобное и доступное по цене решение для тех, кому базовая информация для принятия решений нужна «здесь и сейчас» и – по максимально широкому кругу партнеров

Оценка рисков:

Поиск компаний по отрасли, размеру выручки, числу сотрудников, руководителям

- Быстро подтвердить существование компании, получить о ней общие сведения
- Оценить размер компании, понять сферу ее деятельности, получить информацию по руководству
- Раскрыть корпоративные связи клиента или поставщика
- Проверить адреса и телефоны массовой регистрации, выявить фирмы однодневки

Маркетинг:

Построение выборок по отрасли, численности сотрудников, выручке и т.д.

- Оценить «расклад» сил в любом секторе рынка и в любой стране
- Сделать целевые маркетинговые выборки на одном языке и в одном окне
- Получать данные о миллионах компаний в едином стандарте
- Определить возможности для работы с другими членами «корпоративной семьи»
- Выверить адреса и телефоны для работы с клиентами

Продажи:

Визуализация структуры корпоративной семьи

- Оценить риски в отношении компании и аффилированных лиц при проведении переговоров
- Понять зависимость компании от корпоративной семьи при выполнении контракта, чтобы снизить риск непоставки
- Выявить взаимосвязи между компаниями через руководство

Дороже груза!

«**И**нтерфакс», став в конце 80-х первым независимым информационным агентством в СССР, считал своей главной задачей писать о том, о чем не сообщают другие, по поводу чего не проводятся пресс-конференции и не сочиняются пресс-релизы. Благо те новости, которые публиковали государственные медиа, были, как правило, не самыми захватывающими и оперативными, а те, о которых они не писали – как раз самыми главными и нужными.

Сейчас эксклюзивных новостей – все меньше. При желании в Интернете можно найти информацию о событиях и мнения, касающиеся всего и вся, подтверждения любому человеческому заблуждению.

Видеть главное, ставить акценты и не отклоняться от сути стало от этого только сложнее. Для этого мало лишь одной решимости: нужны сложные инструменты, чтобы собирать, обрабатывать, анализировать огромные массивы информации.

Создавая такие инструменты, мы помним, что и сейчас, как и 25 лет назад, самое главное – не только иметь лопату, но и желание докопаться до сути. Не упустить возможности задать на пресс-конференции тот самый вопрос, ответ на который интересует всех. Доехать до места событий, чтобы увидеть все своими глазами. Не довольствоваться первой и самой доступной – даже если она исходит от официальных лиц – оценкой происходящего.

Такое лидерство для нас и сегодня – дороже всего.

С уважением,

Ваш «Интерфакс»

© 2012 ЗАО «ИНТЕРФАКС»

Все права защищены.

Вся информация, размещенная в данном издании, предназначена только для персонального использования и не подлежит дальнейшему воспроизведению и/или распространению в какой-либо форме, иначе как с письменного разрешения ЗАО «Интерфакс»

ОСВАИВАЕМ ПРАВИЛО «ВЫТЯНУТОЙ РУКИ»

СПАРК разработал решение для обоснования трансфертных цен



Сергей Яковлев,
генеральный директор
Службы финансово-
экономической
информации Группы
«Интерфакс»

В 2012 году в России начали действовать новые правила заключения сделок с зависимыми компаниями: налоговики теперь проверяют, не используются ли трансфертные цены для минимизации налогов.

В мире, по статистике, каждая пятая проверка трансфертных цен заканчивается применением штрафных санкций. Вряд ли в России будет иначе...

Чтобы снизить риски, налогоплательщикам придется теперь постоянно заниматься анализом и обоснованием рыночности цен, применяемых ими внутри группы. О том, как СПАРК может помочь выполнять требования нового законодательства, беседуем с заместителем генерального директора «Интерфакса», генеральным директором Службы финансово-экономической информации Сергеем Яковлевым.

– Раньше в России действовало простое, но абсолютно нерыночное правило, что одна и та же компания не может продавать аналогичные товары и услуги по цене, отличающейся более чем на 20%. Теперь, когда вступил в силу закон N 227 о трансфертном ценообразовании, таких жестких и бессмысленных ограничений, по крайней мере, не будет...

– Да, теперь с рынком я могу как угодно общаться: могу одни и те же ботинки продавать по 1 рублю, могу и за \$1 тыс. – это неважно. Мои отношения с рынком никого не интересуют. Всех интересуют мои отношения внутри взаимозависимых обществ – не оптимизирую ли я таким образом налогообложение.

Если налоговая обнаружит, что компания совершила сделку со взаимозависимым лицом не по рыночной цене, ей будут доначислены налоги, например, налог на прибыль, к ней применят штрафы и другие санкции. В худшем случае это может стоить компании до половины выручки.

Для того, чтобы избежать этого, многие крупные компании начали «причесывать» историю сделок с зависимыми обществами уже с 2011 года. Штрафные санкции будут введены не сегодня, а через 2 года, но это время ведь очень быстро придет. А аналитику нужно строить уже сегодня.

– Давай поговорим об этом подробнее.

– Речь идет о том, что все сделки, которые происходят между взаимозависимыми обществами, подлежат проверке на предмет того, по рыночной цене они заключены или не по рыночной.

Пример. Я оптимизирую налогообложение на компании «А» с помощью сокращения затрат на компании «В», совершая сделку между этими контролируруемыми мной лицами. То есть, я продаю товар компании «В» по цене существенно ниже рынка, увеличиваю у себя долю затрат, соответственно, уменьшая выручку и прибыль, чтобы платить меньше налогов. А компания «В» может быть кипрским офшором и платить меньше налогов.

– Кто по новому закону является зависимым обществом?

– Новый закон вводит понятие взаимозависимости для всех сторон экономической жизни, и это очень важно. Раньше было определение аффилированности в законодательстве о рынке ценных бумаг, было понятие группы лиц в терминологии ФАС, когда речь шла о монополиях. Теперь это есть и в Налоговом кодексе, а значит, это понятие применимо ко всем абсолютно участникам экономических отношений в РФ. В законе есть несколько подходов к определению взаимозависимости, но для целей расчета интервалов рентабельности это доля прямого или косвенного участия более 25% в другом обществе. То есть по этому признаку мы можем выстраивать «семейные» связи между компаниями.

Речь идет о том, что если мне принадлежит компания на 60%, а этой компании на 70% принадлежит другая компания, а той на 70% принадлежит третья, то понятно, что третья компания со мной тоже аффилирована, потому что если я перемножу эти проценты, то получу больше 25% косвенного владения. В учредителях последней компании я не записан, но по факту это будет взаимозависимое общество. И сделка с такой компанией по однородным или идентичным товарам подлежит проверке со стороны налоговых органов.

В 2012 году в России начали действовать новые правила заключения сделок с зависимыми компаниями: налоговики теперь проверяют, не используются ли трансфертные цены для минимизации налогов

ПРАВИЛО «ВЫТЯНУТОЙ РУКИ»

В мире нормы для трансфертных цен базируются на правиле «вытянутой руки», согласно которому налогооблагаемая прибыль компании может быть пересчитана к уровню, который бы имел место, если бы эта компания была независима от своей группы (находилась от нее на расстоянии «вытянутой руки»).

Новый закон установил обязанность налогоплательщика уведомлять налоговые органы о совершении им контролируемых сделок, по требованию налогового органа представлять документы и информацию, обосновывающие соответствие цены сделки рыночным ценам. Величина контролируемых сделок будет поэтапно снижаться с нынешних с 3 млрд рублей до 1 млрд рублей.

Международная фармацевтическая корпорация GlaxoSmithKline была вынуждена выплатить налоговым властям США \$3,4 млрд, отказаться от права на налоговое возмещение в размере \$1,8 млрд в связи с судебным спором относительно уровня трансфертных цен.

Чтобы снизить риски, налогоплательщикам придется теперь постоянно заниматься анализом и обоснованием рыночности цен, применяемых ими внутри группы

И в этом случае сама компания должна доказывать, что те цены, по которым она осуществляет сделки с взаимозависимыми обществами, являются рыночными.

– И каким же образом компания должна подтверждать рыночную цену товара в случаях, когда она торгует «сама с собой»?

– По закону существует пять способов доказывания. Во-первых, можно доказать, что я делаю сделку с рынком и с взаимозависимым обществом по одной цене. Если я покажу налоговой, что у меня по этой же цене другие сделки с рынком на тот же самый товар – это стопроцентное доказательство.

Вторая возможность – собрать аналитический материал, что есть на рынке аналогичные товары, а именно однородные или идентичные товары, по которым цена сделок похожа на мою цену. Но это непростая задача, поскольку существует масса условий, по которым сделки могут быть отнесены к сопоставимым. Допустим, если в договоре прописано, какого цвета шнурки у ботинок, и это важно

СПАРК: ПРИМЕРЫ ФИЛЬТРОВ МОДУЛЯ ПО ТРАНСФЕРТНОМУ ЦЕНООБРАЗОВАНИЮ

СПАРК
СИСТЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
АНАЛИЗА РЫНКОВ И КОМПАНИЙ



с точки зрения рынка, так как ботинки с черными шнурками от рыжих могут отличаться в цене существенно, то поди докажи, что это товар идентичный. Условия сделки, например, могут включать в себя договор по коммерческому кредиту, отсрочку платежа, гарантию на 10 лет, страховку... И массу других условий. Политические риски могут быть разные: продаю я это в Сирии или в России, или – в Штатах. Поэтому сопоставимость сделки бывает сложно определить, иногда – почти невозможно.

Поэтому из пяти существующих способов налоговым органам ближе всего четвертый метод определения рыночной цены: расчет интервалов рентабельности.

Вот пример. Допустим, моя компания продает трубы. Я беру все компании, которые относятся к ОКВЭДу моей компании. Выкидываю убыточные, по оставшимся беру данные за последние три года, затем убираю все взаимозависимые общества. После того, как будут исключены все неподходящие компании, в моем списке остается некое количество компаний. К ним я применяю определенные статистические методы, по которым рассчитывается рентабельность данной сделки. Далее считаю интервалы рентабельности. Все это за несколько кликов в СПАРКе.

Полученный результат я предъявляю налоговым органам и говорю: «У моей сделки рентабельность такая, она попадает в интервалы рентабельности, которые я считал на основании ОКВЭДа. Я в рынке, все хорошо». А налоговую будет интересовать доказательная база, то есть она будет смотреть, правильно ли я выстроил эту доказательную базу. Этот вопрос мы постарались решить с помощью СПАРКа, запустив в нем новый сервис «Трансфертное ценообразование».

– Расчет интервалов рентабельности будет вестись по конкретной формуле?

– Да, эта формула есть в законе. Точнее, в законе указан общий принцип, а точную формулу, с помощью которой можно вести анализ в СПАРКе, включая вопросы округления, мы согласовали с «большой четверкой» аудиторов и с самой ФНС.

– Из каких элементов состоит модуль по трансфертному ценообразованию в СПАРКе?

– Если компания совершает сделку по определенному товару, то с помощью СПАРКа она может построить интервалы рентабельности, относящиеся к аналогичным сделкам видам бизнеса.

Наш интерфейс – это пошаговый механизм расчета. Сначала пользователь начинает работу со всем массивом данных по российским юридическим лицам. Далее он шаг за шагом сужает выборку компаний с помощью ограничений, которые присутствуют в Налоговом кодексе (рентабельность, ОКВЭДы, отсутствие взаимозависимых обществ), и тех рамок, которые поставила сама компания (определенный размер выручки или определенный размер рентабельности).

Далее пользователь может удалить из списка компании, например, не относящиеся к данному виду деятельности, или добавить известных ему конкурентов. В результате этого получается выборка, дающая сопоставимость с анализируемой сделкой. По полученному списку компаний СПАРК рассчитывает интервалы рента-

Новый сервис СПАРКа позволяет компании выстраивать достаточную доказательную базу для налоговых органов. Конечно, полного автоматизма здесь нет, потребуются определенная аналитическая работа, но достаточно простая

Поскольку бизнесмены не имеют права пользоваться данными, содержащимися в базах налоговых органов, и они, и сами налоговики при расчете кварталей рентабельности будут использовать одни и те же открытые и общедоступные источники. В том числе СПАРК

бельности с использованием кварталей. Полученные интервалы, можно применить к анализу своей сделки.

Новый сервис позволяет компании выстраивать достаточную доказательную базу для налоговых органов.

Конечно, полного автоматизма здесь нет, потребуется определенная аналитическая работа, но достаточно простая. В основном это касается работы с полученной выборкой компаний – с отсевом тех юридических лиц, деятельность которых не соответствует их основному ОКВЕДу. Ведь у нас в ЕГРЮЛе по основному ОКВЕДу, например, «АвтоВАЗ» занимается производством промышленных газов, а «Газпром нефть» – арендой офисных машин и оборудования.

– А где гарантия, что информация из СПАРКа будет принята налоговыми органами к сведению, ведь у них есть собственные данные?

Налоговые органы собирают официальную налоговую отчетность компаний. Но по Налоговому кодексу все эти сведения составляют налоговую тайну и не могут быть использованы не сотрудниками налогового органа.

Налоговый кодекс установил равенство между налоговиками и бизнесменами в использовании источников для доказательства сопоставимости сделок.

Таким образом, поскольку бизнесмены не имеют права пользоваться данными, содержащимися в базах налоговых органов, и они, и сами налоговики при расчете кварталей рентабельности будут использовать одни и те же открытые и общедоступные источники. В том числе СПАРК. ■

ПРИТЧА

Однажды царь путешествовал со своей свитой по стране и попал в пустынную местность.

Повар царя пожаловался:

– Повелитель! Я здесь для того, чтобы услаждать твой вкус. А в кухонной палатке не осталось ни крупы соли.

Царь ответил:

– Что за беда! Вернись в ближайшую деревню и найди торговца солью, только не переплати ему.

– Что за беда, если я заплачу за соль чуть-чуть дороже? Ведь такая мелочь не сделает тебя беднее.

– Как раз из мелочей-то и возникают все несправедливости на свете. Все великие несправедливости начинались с мелочей. Так что иди и купи соли по обычной цене.

РОССИЙСКИЙ ТЕРМИНАЛ – ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Клиенты о системе ЭФИР

Мы уже рассказывали в нашем бюллетене о стратегии терминала «ЭФИР»: собрать воедино всю информацию, которая влияет на российский рынок; дать точные и исчерпывающие справочные данные; предоставить удобные сервисы для быстрой оценки ситуации и принятия решений. И – объединить это в максимально простом и функциональном интерфейсе. Эту стратегию мы продолжаем активно реализовывать. Как свидетельствует наш разговор с начальником отдела операций на открытых рынках КБ «МИЛБАНК» Алексеем Капускиным, многие изменения клиенты уже заметили. Беседу с представителем банка ведет директор по развитию проекта ЭФИР Анатолий Чернов.

– Как ваш банк представлен на российском рынке?

– Банк представлен на российском рынке больше private banking, занимаемся в основном денежным рынком, а также торговлей акциями и облигациями. Причем облигации – это зачастую ОФЗ. Поэтому хочу сказать спасибо за удобный функционал по облигациям. Он включает в себя все лучшее, что я использовал в других терминалах.

– Какими терминалами пользовались ранее? Какие используете сейчас?

– Ранее – Bloomberg, Reuters, из российских – Quote Total от РБК. Сейчас Bloomberg использую в основном для заключения сделок. ЭФИР дает наиболее удобный доступ к информации, имеет четко систематизированное меню и содержит необходимый для моей работы функционал. Поэто-

му работа с информацией идет в основном через него. Могу сказать, что это хороший продукт. Потому что прост и удобен. Техподдержка – на русском. Нет ничего лишнего. Как следствие, адекватная цена.

– А если говорить об использовании ЭФИРа в повседневной работе, то какие задачи терминал помогает решать?

– Смотрю итоги торгов по рынкам акций и облигаций. У вас достаточно много площадок – это большой плюс. Периодически смотрю кривые доходности по ОФЗ и основным секторам, как выглядит сегодня, как выглядела три месяца назад, использую функции сдвига «кривых», очень интересно сравнение с «кривыми» по средним доходностям за выбранный период. Для бэк-офиса ЭФИР помогает получить итоги, информацию по эмитентам



Анатолий Чернов,
директор по развитию
проекта ЭФИР



Алексей Капускин,
начальник отдела
операций на открытых
рынках КБ «МИЛБАНК»

ЭФИР дает удобный доступ к информации, имеет четко систематизированное меню и содержит необходимый для работы функционал

и инструментам. А для казначейства он помогает сформировать вид на рынок, стратегию работы, оценку положения кривой ОФЗ.

– Что можете сказать о функционале ЭФИРа?

– Понятное, четко структурированное меню, многозакладочные окна, настроенные экраны. Кривая доходности. Справочные данные по эмитентам и инструментам. Новости. Возможность быстро перенастроить любое окно и экран под свои нужды. Кстати, коммодитиз хорошо сделаны. И потом, сколько рынков! И один, и второй, и Brent, и тенге – очень хороший набор.

– А новости вам интересны?

– Конечно, я в основном ими и пользуюсь. Очень радует новый поиск новостей. Кроме того, еще анализирую архивы СМИ по эмитентам. В них, правда, хотелось бы большей релевантности, чтобы новости финансовой тематики отделялись от «бытовых».

– А за валютно-денежными рынками часто смотрите?

– Мы работаем на валютном рынке ММВБ, и достаточно активно. У нас есть биржевой терминал, к которому подключена секция валютного рынка. Конечно, интересны тоже свопы валютные. Причем валютные свопы на ММВБ, которые торгуются. Кстати, свопы на ММВБ предоставляются в формате 0,0000... Если бы ЭФИР давал в процентах годовых, было бы очень удобно. Например, своп 3,5% на 6%....

– Расчет по классической формуле, с учетом базовых ставок и т.д., т.е. очищенная доходность?

– Да, вот это было бы очень интересно и очень удобно. Тогда мне не надо будет пересчитывать каждый раз.

– Есть такая задача в ближайших планах...

– Кстати, хотелось бы также видеть в ЭФИРе сводную таблицу, где будут основные показатели российского денежно-кредитного рынка – ставки ЦБ, в т.ч. аукционы РЕПО, текущие ставки с рынка МБК, туда же – РЕПО и свопы. Это было бы очень интересно. Еще для понимания движений на рынках акций и облигаций нужно иметь под рукой данные по ликвидности, понимание, что ожидается завтра, послезавтра, через неделю...

– Мы сейчас работаем над проектом «Календарь событий». В его рамках как раз планируется реализовать календарь. А что вам еще хотелось бы видеть в терминале?

– У меня нет глобальных пожеланий. В принципе практически все реализовано. Но добавление денежного рынка в более полном объеме, конечно, помогло бы в работе. Речь идет и о зарубежных рынках (в первую очередь Европа и США) и, конечно, о российском рынке. ММВБ и ЦБ говорят, что они видят цель в пролонгации ставок и свопов. Это означает активное развитие отечественного денежно-кредитного рынка. Поэтому информация с него будет в ближайшее время очень актуальна. Начните хотя бы с малого – постарайтесь давать информацию с аукционов ЦБ раньше, чем она появляется на сайте. Например, результаты первого аукциона в системе появляются в 11:45, а на сайте, бывает, ЦБ вывешивает результаты с получасовой задержкой. Тем, кто работает на рынке, такая

задержка делает результаты аукциона неактуальными.

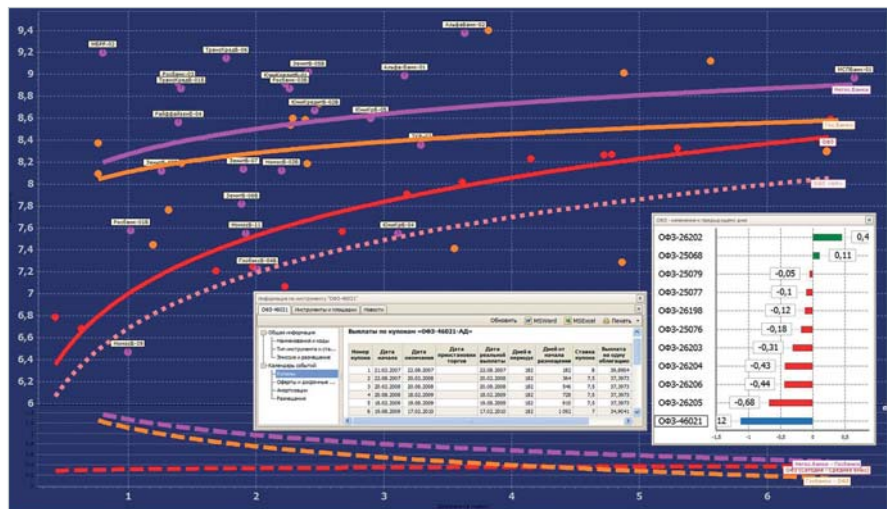
– Мы и другие российские информ-агентства как раз ведем переговоры с ЦБ РФ на эту тему. Что касает-

ся зарубежного денежного рынка, то мы сейчас ведем переговоры с владельцем одного из двух лучших в мире потоков по денежному рынку. Надеюсь, что мы сможем и здесь порадовать клиентов. ■

НОВОЕ В ЭФИРЕ



■ **Расширен блок по облигациям.** На данный момент в терминале представлена самая полная и точная справочная информация по российским облигациям и еврооблигациям. Рассчитываются все поля доходности для всех источников. Новый график «Кривая доходности» для более полного анализа облигаций



- **Новые источники данных:** фиксинг НФА, информация по облигациям, принимаемым ЦБ России в обеспечение по ломбардным кредитам и операциям прямого РЕПО, итоги внебиржевого рынка по евробондам и многое другое
- **Добавлены основные макроэкономические показатели стран G7, расширен набор данных по ставкам**
- **Упрощена установка терминала – новый инсталлятор не требует прав администратора windows**
- **Улучшено представление данных через главное меню:** применены многозакладочные окна, которые отображают намного больше информации с четко структурированными данными; интегрированы основные экраны, описывающие российский рынок и связанную информацию
- **Расширены возможности и удобство работы с графиками:**
 - графический анализ – линии поддержки/сопротивления, каналы, уровни коррекции, мишени движения на основе соотношений размеров волн
 - настройка прокрутки и масштабирования
 - график синтетического инструмента – типовые и произвольные формулы
- **Улучшен поиск:**
 - новый функционал поиска по новостям позволяет задавать сложные конструкции и получать максимально релевантные результаты, особенно при поиске новостей по эмитентам
 - поиск по инструментам стал проще и быстрее благодаря использованию ключевых слов

УДВОЕНИЕ ОСМОТРИТЕЛЬНОСТИ

апгрейд аналитической модели

ПО ВЫЯВЛЕНИЮ ОДНОДНЕВОК



Роман Лаба,
заместитель
генерального директора
«Интерфакса»,
руководитель проекта
СПАРК



Илья Мунерман,
генеральный директор
Института управления
стоимостью

В кинематографе сиквел – это когда любимые герои все те же, но сюжет хоть и лихо закручен, однако все же не столь захватывающий. И актеры лишь с небольшими вариациями повторяют то, что они уже делали в первом фильме.

«Индекс должной осмотрительности-2» (ИДО-2), который мы запустили в СПАРКе в 2012 году, задумывался как продолжение работы, начатой при создании ИДО-1.

Однако более глубокое погружение в жизнь однодневок позволило добавить в эту историю и драматизма, и захватывающих подробностей. В результате у обновленного индекса, предназначенного для выявления неблагонадежных компаний, появилась более сложная методика, в 2 раза более широкий набор факторов и в итоге – интересный результат.

То, что начиналось в 2010 году как эксперимент по выявлению компаний-однодневок, теперь стало постоянной работой по исследованию особенностей теневого сектора российской экономики. Нами создан непрерывно действующий математический стенд для доработки модели ИДО, сформирована группа экспертов, анализирующих «плохие» и «хорошие» компании, «факторы однодневности».

ИДО-1 удостоился позитивных оценок со стороны профессионалов. Однако у нас почти сразу возникла уверенность, что проект, используя накопленный опыт и созданную инфраструктуру, может дать и более яркий результат.

Выборка компаний, использованная при разработке ИДО второго поколения, была увеличена до 236 тысяч, то есть примерно в 100 раз.

Увеличение выборки позволило довести число факторов, учитываемых при определении итогового значения индекса, с 9 до 20 для компаний с финансовой отчетностью и с 4 до 10 – для компаний без финансовой отчетности.

Точность оценки, которая была достигнута, позволила снизить уровень погрешности Индекса должной осмотрительности до 5-7%.

В 2010 году, когда мы начинали работу над индексом, задача казалась простой и понятной. Ничто не предвещало тех объемов работы и такого количества проблем, которые пришлось преодолеть, прежде чем индекс стал полезным инструментом.

Нам виделся набор решающих правил для выявления однодневок, взвешенных с помощью простейшей системы логического выбора.

Первая наша выборка, которая должна была демонстрировать факторы недобропорядочности, с одной стороны, и кристальной благонадежности, с другой, составляла чуть больше 2000 компаний. Это было не так уж мало: изучение зарубежного опыта показало, что на Западе подобные скоринговые модели считались и на меньших по объему выборках.

О важности выборки

Грамотно составленные выборки составляют 80% успеха любого проекта, целью которого является построение математической модели.

Но главное тут – не ошибиться. Поэтому, хотя наша первая выборка и не была столь уж большой, нам удалось избавиться от субъективных оценок. «Плохое» и «хорошее» – это были в данном случае не оценочные категории.

Еще одним важнейшим требованием была репрезентативность тестовой выборки. Она должна была отражать существующее в стране распределение компаний по регионам, отраслям, то есть обладать такими же свойствами и характеристиками, как и генеральная совокупность.

Затем встала задача увеличить и размер выборки. Нами были проанализированы все компании, сдающие отчетность в соответствии с МСФО (это 0,012% от общего количества компаний в СПАРКе), системообразующие (0,004%), эмитенты (0,053%), члены РСПП (0,007%), стратегические предприятия (0,003%). Это позволило расширить перечень «хороших» юрлиц. Однодневки попадали в выборку на основании решений арбитражных судов, а также решений налоговых органов по ликвидации компаний.

Практически каждое судебное решение приходилось анализировать вручную, причем опытному и квалифицированному человеку.

Обнаружилось несколько проблем. Во-первых, до сих пор в судебных решениях часто нет ОКПО или ИНН фирмы-однодневки. Между тем мастера «помоечных дел» часто называют их достаточно похоже. Например, в стилистике советских контор – СтройТехМонтаж (306 компаний в СПАРКе) или ТоргСнаб (323 компании в СПАРКе). И кого же наказал уважаемый суд, остается только догадываться.

Во-вторых, иногда в судебных решениях содержатся ошибки. В ряде случаев эти ошибки приводят в дальнейшем к отмене судебных решений в вышестоящих инстанциях. Таким образом, даже ручной отбор недобросовестных компаний оказывается не самым простым.

Еще один путь расширения выборки – автоматический анализ компаний, ликвидированных налоговым органом, и всевозможных реестров ненайденных должников.

Проблема с этими списками состоит в том, что они не всегда достоверны. Встречаются вполне добросовестные компании, ликвидированные налоговым органом к большой неожиданности их владельцев. Есть и «ненайденные должники», которые находятся путем нехитрого поиска в СПАРКе.

Ошибки при формировании выборки могут привести к катастрофическим последствиям, поэтому при ее формировании мы старались проявить максимальную тщательность. Тем не менее, удалось довести выборку до 236 тысяч.

Параллельно продолжали накапливать опыт. Пообщались со всеми: от представителей правоохранительных органов, до специалистов по решению «специфических

То, что начиналось в 2010 году как эксперимент по выявлению компаний-однодневок, теперь стало постоянной работой по исследованию особенностей теневого сектора российской экономики

Анализ значимости факторов – одна из самых главных сложностей проекта. Отобранные факторы должны быть не только статистически значимы, но и экономически обоснованы

финансовых вопросов». Предприниматели, налоговики, конкурсные управляющие, аудиторы, полицейские...

Особые приметы

На примере полученной расширенной выборки мы вновь детально проанализировали десятки простых и составных факторов, указывающих на неблагонадежность компании.

Факторы были финансовыми и нефинансовыми. Наиболее распространенные из нефинансовых – директор, адрес, телефон, лицензии, госконтракты, дочерние компании. К финансовым факторам относятся наличие и свежесть отчетности, выручка, активы, основные фонды, уставный капитал и другие.

Каждый из них имеет свои характеристики, которые, в свою очередь, бывают статистическими (наличие фактора: например, есть госконтракты, массовость директора или адреса) и динамическими (наличие изменений: например, движение денежных средств, частота смены руководителя).

Анализ значимости факторов – одна из самых главных сложностей проекта. Отобранные факторы должны быть не только статистически значимы, но и экономически обоснованы. Значимость факторов зависит от конкретного подмножества компаний, на котором она определяется. Все факторы как один обладают недостаточно четкими характеристиками.

Постараемся объяснить, о чем идет речь. Представьте себе, что на некой квартире зарегистрировано 57 компаний – это адрес массовой регистрации или нет? Конечно да. Но разве мы знаем точно, что по некому адресу расположена именно квартира? Например, по адресу г. Челябинск, ул. Машиностроителей, д. 21 зарегистрировано 63 компании. Что из этого следует? А ничего! Это адрес Челябинского трубопрокатного завода и зарегистрированные там компании – это его дочерние общества.

Аналогичная история происходит и с распространенными фамилиями. В одном случае директор может оказаться уважаемым человеком. Но его полным тезкой оказывается бомж, на которого зарегистрировано 1500 компаний (улучшение этой ситуации началось в 2011 году, в СПАРКе стали появляться ИНН руководителей и собственников бизнеса).

С другой стороны, средние значения факторов «Адрес регистрации» и «Телефон» для неблагонадежных компаний превышают средние значения для благонадежных. Простое поле как «Срок с момента сдачи последней финансовой отчетности» тоже таит в себе опасность неверного распознавания. Так, для так называемых «помоек» первого уровня оно является важнейшим с точки зрения анализа. Они могут жить довольно долго, сдавать отчетность ровно до того момента, пока не получают уведомление от налогового органа о проведении проверки. В этот момент они немедленно прекращают свое существование. Налоговый орган приступает к их розыску, а впоследствии и к ликвидации. Через год-полтора мы сталкиваемся с ликвидацией недействующего юридического лица.

Казалось бы, все просто: чем длиннее срок от сдачи последней отчетности, тем больше вероятность того, что компания окажется недобросовестной. Более того, если настраивать модель только на выборках недобросовестных компаний, то статистическая значимость срока от сдачи последней отчетности окажется важнейшим фактором, обладающим огромным коэффициентом корреляции.

Но не все не так просто: есть компании, которые сдали отчетность в ФНС, но не сдали в Росстат, есть компании, которые перешли на «упрощенку» или особые формы отчетности. Получается, что если отчетность за последний год у добросовестной компании почему-то не попала в СПАРК, то ее ИДО изменится к худшему без всяких объективных причин.

Есть и другие факторы, которые учитываются в расчете индекса. Например, сколько раз в фирме менялся гендиректор.

Если компания имеет заказы от государства и у нее есть сайт, то риск того, что она является «поганкой», уменьшается.

Обратно пропорциональна связь между степенью «живопырности» и количеством действующих дочерних организаций у данного юрлица.

Важным индикатором являются показатели, рассчитанные на основании финансовой отчетности.

Всего при расчете нового ИДО учитывается 20 факторов для компаний с финансовой отчетностью и 10 для компаний без таковой.

Умом Россию не понять...

Есть миф, что существуют некие чудодейственные (но секретные) способы выявления однодневок. Те, кто в это верит, рассказывает про некую «шведскую систему», стоящую на вооружении наших спецслужб и позволяющую «знать все».

На самом деле никакой «шведской системы» не существует хотя бы потому, что в Швеции нет фирм-однодневок.

Другой миф состоит в том, что в России настолько оригинальные мошенники, что западные аналитические системы с ними не справятся. Придется огорчить его авторов: наши мошеннические схемы не «хитрее» китайских. Международный опыт борьбы с неблагонадежными компаниями, уверены мы, хотя и нельзя переносить на нашу почву автоматически, но изучать обязательно нужно.

На Западе существует проблема мошенничества, хотя и не в столь запущенной форме. В развитых странах одна из ключевых проблем, например, это завышение компаниями амортизации для снижения прибыли. На нашем фоне – это просто семечки.

Для решения задач диагностики мошеннических компаний на Западе используются, например, модели многомерного статистического анализа, предназначенные для решения задач распознавания образов.

С задачами распознавания образов мы встречаемся в повседневной жизни все чаще и чаще. Гаджеты распознают тексты и речь. Камеры наблюдения выявляют подозрительных прохожих. Средства борьбы с детской порнографией прочесывают пространство Интернета в поисках соответствующих сайтов. Площадки по размещению блогов вылавливают и удаляют злобных троллей, чтобы не мешали комфортному общению посетителей. Военные настраивают системы наведения ракет и пишут программы обработки информации от «беспилотников».

В декабре 2011 года мы стали свидетелями экспансии статистических методов даже в политическую жизнь. Жаркие дискуссии, развернувшиеся вокруг результатов парламентских выборов, привели к появлению на Болотной площади плакатов, на которых красовался лозунг «Чурову не верим – верим Гауссу!»

При расчете нового ИДО учитывается 20 факторов для компаний с финансовой отчетностью и 10 для компаний без таковой

И российская практика, и зарубежный опыт показали, что мало знать просто факторы неблагонадежности. На практике они могут быть использованы только как нечеткие переменные. Поэтому при расчете нового ИДО-2 мы применили более сложную математическую модель, которая позволяет лучше выявлять нелинейные зависимости

...НО МОЖНО ИЗМЕРИТЬ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКОЙ

И российская практика, и зарубежный опыт показали, что мало знать просто факторы неблагонадежности. На практике они могут быть использованы только как нечеткие переменные.

Поэтому при расчете нового ИДО-2 мы применили более сложную математическую модель, которая позволяет лучше выявлять нелинейные зависимости.

Решение для проблем, похожих на те, с которыми мы столкнулись, дали американские ученые нейрофизиолог и кибернетик Уоррен Маккалок и математик Уолтер Питтс. Они в 1943 году предложили для распознавания сложных объектов использовать искусственные нейронные сети.

В основе нейросетей лежит математическая конструкция, во многом повторяющая структуру головного мозга человека. Она обучается на контрольных примерах (обучающей выборке) и впоследствии распознает представленный объект.

На уровне математики происходит конструирование с помощью специального преобразователя (матрицы синаптических связей) из элементарных функций (так называемых функций активации) новой функции, которая повторяет поведение исследуемого объекта. Эта функция оказывается сложной функцией нескольких переменных.

Нейронные сети переживали пики популярности и разочарования в них. Часто их использование приводило к большим успехам, особенно в распознавании текстов, фотографий, голоса, но часто и к неудачам. Так, практически ничем не закончилась попытка использовать нейронные сети для предсказаний на финансовых рынках. Также не все гладко было и у военных.

Например, есть очень популярная история (хотя не совсем точно установлена ее правдивость), которая иллюстрирует взаимосвязь выборки и итогового результата. Военные специалисты обучали нейронную сеть распознавать свою и вражескую военную технику. Когда начались испытания, выяснилось, что запущенные ракеты попадали с одинаковым успехом и в свои, и в чужие танки. Разбирательство показало, что на уровне настройки сети была допущена ошибка – фотографии своих танков были на одном фоне, например на снегу, а чужих на другом, например, на траве. В результате сеть настроилась на попадание по любым целям на траве.

Похожие ошибки постоянно преследовали и нас на протяжении процесса построения индекса. Тем не менее, их удалось избежать.

В результате была построена нейронная сеть на 61 нейроне для компаний без финансовой отчетности и на 100 нейронах – для компаний с отчетностью. Новая модель позволила значительно снизить уровень погрешности Индекса.

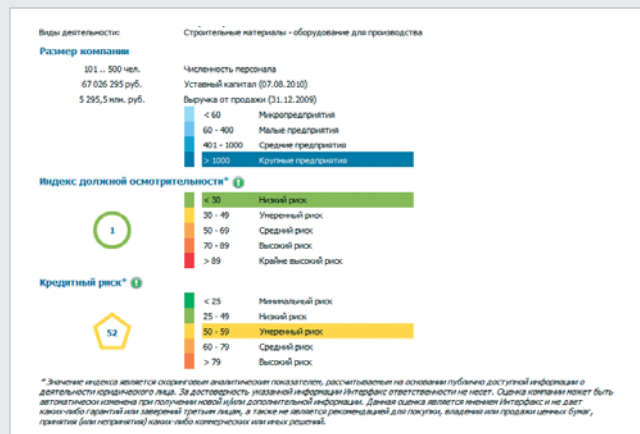
О вреде «мертвых душ»

Проект, который начинался с решения вполне прикладной задачи – как обезопасить бизнес от неблагонадежных партнеров, перерос в более масштабную задачу – как сделать нашу экономику прозрачнее, а компании – более открытыми.

Внутри всего множества российских компаний содержится огромное количество «помоек», недобросовестных контрагентов, брошенных компаний, транзакционных единиц, которые ничего не производят, не оказывают услуг и служат исключительно для целей, весьма далеких от целей легального и грамотно организованного инвестиционного процесса.

РЕЙТИНГИ И СКОРИНГИ В СПАРКЕ

СПАРК
СИСТЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
АНАЛИЗА РЫНКОВ И КОМПАНИЙ



*Данная оценка является мнением «Интерфакса»

Системные риски от таких компаний достаточно велики. Во-первых, это риск недобросовестного контрагента, который может быть выявлен налоговыми органами и послужить причиной значительных налоговых санкций (а если будет доказано, что взаимодействие с таковым контрагентом носило запланированный характер, то и уголовного преследования менеджмента компании).

Во-вторых, это риск невозвратных задолженностей, фальшивых сведений о доходах физических лиц и прочие риски, связанные с кредитованием экономических субъектов, так или иначе взаимосвязанных с однодневками.

В-третьих, это риск недостоверных среднеотраслевых показателей, влияющих практически на все: на прогнозы тех или иных факторов, на статистику, на макроэкономический анализ, на составление межотраслевых балансов.

Что касается среднеотраслевых показателей, то эта проблема весьма актуальна, так как большинство макро- и микроэкономических моделей основываются на среднеотраслевых коэффициентах.

Как же можно рассчитывать эти коэффициенты, если по некоторым отраслям и регионам доля недобросовестных компаний доходит до 70%?

Эффект от влияния корректировок расчетов среднеотраслевых коэффициентов с учетом ИДО (в этом случае все компании, имеющие ИДО выше определенного уровня, исключаются из базы расчета) в торговле, например, может достигать десятков процентов.

С другой стороны, есть объективные проблемы, мешающие оценить долю неблагонадежных компаний. Мелкий непроизводственный бизнес – это сфера, где меньше всего информации, где объективно выше всего возможность ошибиться при расчете Индекса. Здесь важно не только совершенствовать математические модели, но и стимулировать сами компании раскрывать о себе информацию.

Сейчас ежемесячно несколько десятков компаний напрямую предоставляют данные о себе в СПАРК. Это помогает им, в частности, улучшить ИДО, а также

Проект, который начинался с решения вполне прикладной задачи – как обезопасить бизнес от неблагонадежных партнеров, перерос в более масштабную задачу – как сделать нашу экономику прозрачнее, а компании – более открытыми

Еще одна наша инициатива, рассчитанная на повышение прозрачности бизнеса – проект «Мониторинг платежей». Участники этого проекта добровольно предоставляют данные о том, как их контрагенты оплачивают текущие счета

при получении кредитов, при работе с западными партнерами (обновление информации в СПАРКе приводит к обновлению данных в международной базе Dun & Bradstreet, которая используется большинством европейских и американских корпораций для оценки рисков в России и других странах).

Еще одна наша инициатива, рассчитанная на повышение прозрачности бизнеса – проект «Мониторинг платежей». Участники этого проекта добровольно предоставляют данные о том, как их контрагенты оплачивают текущие счета.

Существуют компании, которые сейчас не могут оцениваться посредством ИДО из-за того, что нет возможности учитывать недвижимость, которой управляет либо распоряжается компания, либо другие виды активов. К таким компаниям можно отнести управляющие компании, банки и т.п.

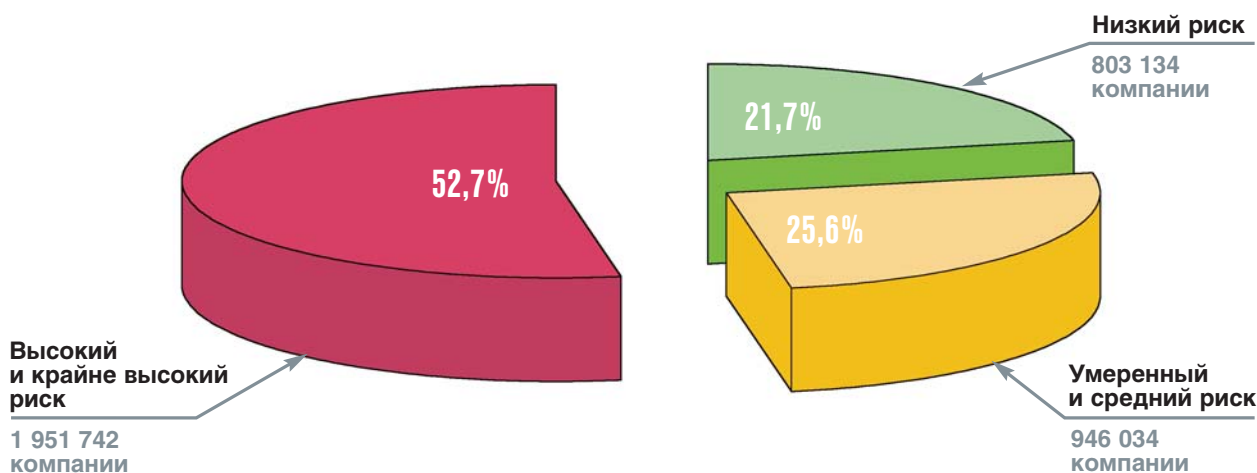
Рано или поздно мы рассчитываем получить и эти данные. Это позволит учитывать информацию об имуществе, находящемся в собственности рассматриваемой компании.

В дальнейшем мы планируем вести ежеквартальную калибровку модели Индекса с учетом новых данных, а также проводить актуализацию модели Индекса – с возможной сменой алгоритма и изменением факторов.

Следующим же качественным шагом развития станет разработка модели для определения вероятности банкротства компании. ■

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ СОГЛАСНО ЗНАЧЕНИЯМ ИДО ПО СОСТОЯНИЮ НА 2012 Г.

СПАРК
СИСТЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
АНАЛИЗА РЫНКОВ И КОМПАНИЙ



| Значение ИДО | Уровень риска | Рекомендации |
|--------------|---------------------|--|
| 0 – 30 | Низкий риск | |
| 31 – 49 | Умеренный риск | Рекомендуется сбор дополнительной информации |
| 50 – 69 | Средний риск | Сбор дополнительной информации обязателен |
| 70 – 89 | Высокий риск | Ограничить деловые отношения до получения достоверной информации о надежности компании |
| 90 – 99 | Крайне высокий риск | Рекомендуется приостановить деловые отношения |

СПРОСИТЕ НАС

О ЛЮБОЙ ИЗ 210 МЛН КОМПАНИЙ В МИРЕ

«Вы можете спросить нас о любой из 210 млн компаний в мире. Таким образом, «Интерфакс – Ди энд Би» готова поддержать экспансию российского бизнеса в любом географическом направлении», – говорит генеральный директор СП Константин Шарец.

Информацией о российских компаниях больше всего интересуются в Германии, Великобритании и США, свидетельствует статистика совместного предприятия «Интерфакс – Ди энд Би». Повысился за последний год интерес к российскому рынку в Голландии, Южной Корее, Китае.

Как известно, именно Германия и Нидерланды являются крупнейшими внешнеторговыми партнерами России в Европе. При этом наибольшие темпы роста внешнеторгового оборота в 2011 году были достигнуты как раз с Китаем (40,8%) и Южной Кореей (40,9%). Нидерланды в прошлом году заняли второе место по накопленным инвестициям в экономику нашей страны (\$49 млрд).

А вот у российского бизнеса, если судить по числу запросов, наибольшим спросом по-прежнему пользуются компании Кипра и Британских Виргинских островов, где сосредоточено огромное число фирм, являющихся акционерами или партнерами российских предприятий. Много запрашивают в России также справки о компаниях Германии, Великобритании, США и Китая, вырос за прошедший год интерес к партнерам в Швейцарии и Голландии.

Структура запросов информации о компаниях – важный индикатор, свидетельствующий о развитии экономических контактов в том или ином географическом направлении.

Аналитики «Интерфакс – Ди энд Би» ежедневно проверяют по запросам из-за рубежа сотни организаций. В ходе проверок нередко выявляются компании-мошенники, которые пытаются выдать себя за благонадежных партнеров. Вот несколько примеров:

- Немецкая компания запросила у «Интерфакс – Ди энд Би» информацию по потенциальному партнеру ООО «Энсентиум Одиторс Газ Лтд» – экспортеру нефти и газа, якобы находящемуся в Воронеже и имеющему официальный сайт www.oditorsneftegaz.ru. В ходе проверки оказалось, что на сайте указаны регистрационные данные другой компании с похожим названием – ООО «АК Энсентиум Одиторс», которая официально зарегистрирована и располагается в Москве. В ходе интервью с представителем компании



Константин Шарец,
генеральный директор СП
«Интерфакс – Ди энд Би»

Аналитики «Интерфакс – Ди энд Би» ежедневно проверяют по запросам из-за рубежа сотни организаций. В ходе проверок нередко выявляются компании-мошенники, которые пытаются выдать себя за благонадежных партнеров

было выявлено, что компания занимается аудитом и не имеет ничего общего с экспортом нефти и газа, а также никаких связей с искомой компанией в Воронеже.

- Компания из США собиралась заключить контракт с российской компанией ОАО «Булгарнефть». По предоставленной информации, компания находится в Москве и имеет сайт www.bulgarneft.ru. Проверка показала, что сайт зарегистрирован на частное лицо, его русская версия имеет многочисленные ошибки и, вероятнее всего, была переведена с помощью он-лайн переводчика. Таким образом, компания не имеет ничего общего с настоящей ОАО «Булгарнефть» – одной из нефтяных компаний Татарстана.
- Российская компания собиралась заключить многомиллионный контракт на поставку оборудования с партнером из Великобритании. Партнер приехал в Россию в составе делегации от известной международной компании и не давал повода усомниться в своей благонадежности. Контракт на поставку, однако, заключался уже с другим юридическим лицом, зарегистрированным в городе Петворт, Великобритания, где вышеупомянутый партнер выступал как директор. Цепочка проверок с помощью базы данных D&B показала, что на того же человека зарегистрировано порядка 40 фирм с численностью сотрудников 2-4 человека (как правило, однофамильцы директора), основанных не более года назад, часть из которых к моменту проверки уже была ликвидирована, а остальные имели крайне ненадежное финансовое положение. При этом обороты компании, с которой должен был заключаться контракт, свидетельствовали о невозможности исполнения крупного заказа. ■

ПОЧЕМУ D&B?

интерфакс
INTERFAX



Партнер «Интерфакса» – американская корпорация Dun & Bradstreet – существует уже 170 лет и постоянно работает над расширением глобальной «корпоративной вселенной». База данных D&B за последние 6 лет выросла в 2 раза и охватывает 200 стран мира.

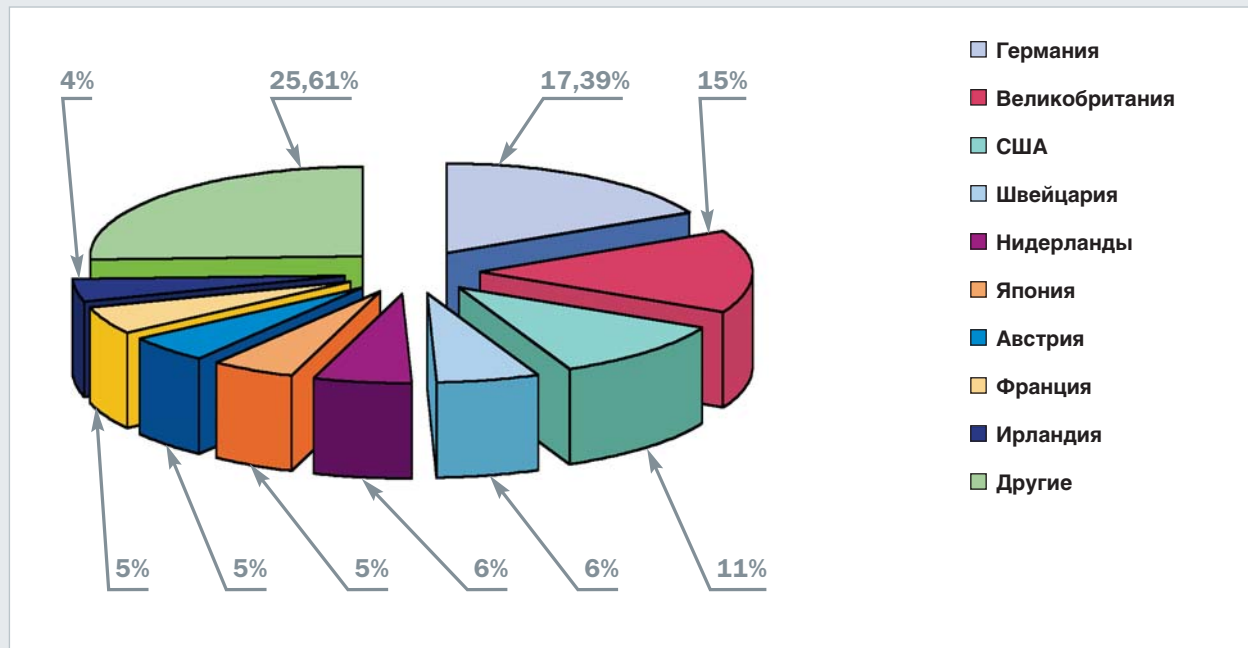
Вся информация о компаниях проходит через процесс DUNSRight™, который обеспечивает качественный сбор, обработку и верификацию данных, а также приведение их к единому стандарту. В результате каждая компания в мире получает свой уникальный идентификатор – номер Duns, своего рода «международный паспорт».

ЗНАЙ СВОЕГО ЗАРУБЕЖНОГО ПАРТНЕРА

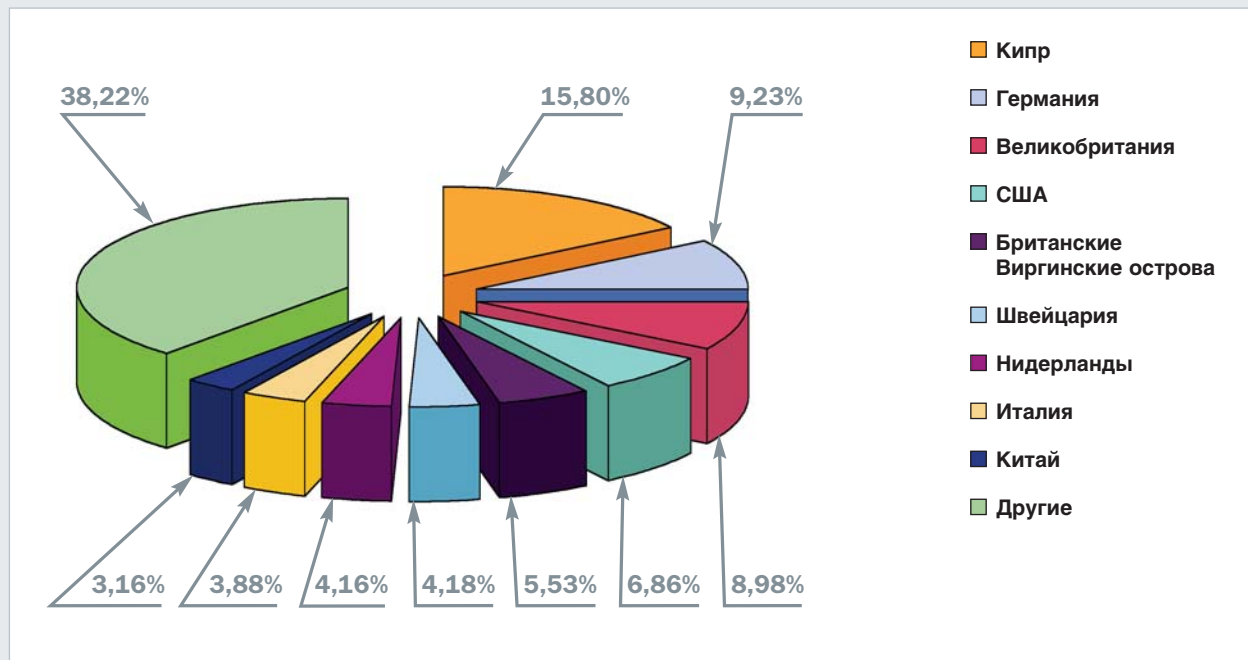
интерфакс
INTERFAX



Из каких стран запрашивают информацию о российских компаниях из-за рубежа



Географическая структура запросов из России о зарубежных компаниях



Источник: «Интерфакс – Ди энд Би»

УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР «ИНТЕРФАКСА»

Семинары, вебинары, специализированные курсы для крупных компаний



Альберт Ленин,
директор Учебного центра
«Интерфакса»

«Интерфакс» накопил уникальные практические знания и навыки в сфере работы с информацией. В современном мире эти знания имеют большую практическую ценность: по подсчетам, сегодня на поиск нужных для ведения бизнеса данных в мире, если учесть затрачиваемое на это время, тратится по \$900 млрд в год.

Учебный центр «Интерфакса», постоянно расширяя свою деятельность, еженедельно проводит учебные семинары, вебинары, конференции в Москве и регионах, а также специализированные курсы для крупных клиентов.

Тематика наших семинаров и вебинаров, исходя из пожеланий клиентов, касается развития информационных продуктов, изменений в законодательстве, постоянно обновляется.

Вот лишь некоторые из самых обсуждаемых тем на семинарах в 2012 году:

- Должная осмотрительность в отношении контрагентов
- Информационные инструменты для выполнения требований закона о трансфертном ценообразовании
- Проверка офшорных компаний
- Информационные инструменты противодействия мошенничеству
- Особенности проверки иностранных контрагентов
- СПАРК и СКАН – для маркетинга
- Работа с дебиторской задолженностью

Для клиентов, которые недавно стали подписчиками на наши информационные системы, мы еженедельно проводим семинары по обучению базовым навыкам работы со СПАРКом, СКАНом, D&B, ЭФИРом.

Только за прошлый год бесплатное обучение у нас прошли более 700 сотрудников российских и иностранных компаний.

По итогам семинаров каждому из участников выдается именной сертификат.

Отдельное направление работы Учебного центра – сотрудничество с учебными заведениями. Каждый семестр мы проводим конкурсы курсовых работ в ведущих экономических вузах – Московском Государственном Университете им. М.В.Ломоносова, Национальном исследовательском Университете «Высшая Школа Экономики», Финансовом Университете при Правительстве РФ.

Только за прошлый год
бесплатное обучение
у нас прошли более

700

сотрудников российских
и иностранных
компаний

Программа семинаров Учебного центра «Интерфакса» представлена на официальном корпоративном сайте Группы: <http://www.group.interfax.ru/seminars.asp>

Мы также присутствуем в социальных сетях:

 <http://spark-interfax.livejournal.com>

 <http://www.facebook.com/SparkInterfax> ■

**Семинар по обучению базовым навыкам работы со СПАРКом.
Москва, Центральный офис «Интерфакса», 2012**

интерфакс
INTERFAX



ИЩЕМ МЕЖДУ СТРОК

Диалог с пользователем про новые возможности СКАНа



Роман Лаба,
заместитель
генерального директора
«Интерфакса»,
руководитель проекта
СКАН



Ирина Чумакова,
журналист

Считается, что в журналистике вещи счетные (типа числа страниц в газете или количества строк) играют меньшую роль, чем вещи несчетные (например, сенсационность информации или авторитет ньюсмейкера). Но, пожалуй, сегодня с этим уже трудно согласиться. Современные технологии позволяют и анализировать счетное, и считать несчетное, и делать из информации неожиданные выводы.

О том, как СКАН помогает анализировать СМИ, беседуют заместитель гендиректора «Интерфакса», руководитель проекта СКАН Роман Лаба и журналист Ирина Чумакова, которая готовит с помощью системы анализ информационной картины недели для выходящей на радиостанции «Эхо Москвы» программы СКАНер.

И.Ч.: СКАНер выходит на «Эхе» с 2010 года. Вопросы, на которые надо ответить в процессе подготовки программы, кажется, простые: Какие события больше всего интересовали СМИ на прошедшей неделе? Какие персоны и компании упоминались журналистами чаще всего? Но ответы на них, на самом деле, не всегда так уж просто получить.

Пару лет назад я заранее расстраивалась, когда мне надо было узнать, как часто упоминался за какой-либо период человек с распространенной фамилией. Так же не удавалось мне с первого раза справиться и с названием компании, если у нее есть «сестры» или «мама» с однокоренными названиями.

Например, к главе администрации президента Сергею Иванову в рейтингах упорно пытались присоединиться другие Сергей Ивановы, о которых писали СМИ: руководитель пресс-бюро СВР, бывший глава Газпромбанка, депутат от ЛДПР и другие.

Проблемы возникли с поиском материалов про ВТБ24 – под этот запрос «подтягивались» сообщения не только про сам объект поиска, но и новости про большой ВТБ, футбольную Лигу ВТБ, «ВТБ Капитал» и другие компании, где в названиях есть эта аббревиатура. Теперь поиск в СКАНе стал значительно точнее, и «шума» почти нет, поэтому готовить программу стало легче.

Р.Л.: Да, задача усовершенствовать поиск была для нас ключевой. Для этого СКАН полностью перешел на объектную модель. Появилась возможность работать с так называемыми сущностями. Это географические объекты, факты (темы), позитив/негатив, прямая и косвенная речь, авторы.

Работает это примерно так. Все тексты, приходящие в СКАН, подвергаются автоматической обработке, из них выделяются различного рода объекты: персоны, организации, географические объекты. Все эти объекты «обвязываются» определенной совокупностью признаков, атрибутами, синонимами, взаимосвязями, датами, числами и пр. Это позволяет системе четко идентифицировать большую часть компаний или персон.

И.Ч.: Да, например, сделав запрос «Великобритания» я к своему удивлению получила, в том числе, материалы, где упоминается только «Туманный Альбион». Если же говорить о том же Сергее Иванове, теперь при наборе фамилии в поисковой строке сразу возникают десять наиболее упоминаемых в СМИ Сергеев Ивановых с указанием их должностей. Остается лишь выбрать того, кто нужен. Очень удобно стало работать.

Р.Л.: При «опознании» персоны СКАН может учитывать псевдоним, варианты должностей, окружение другими объектами. Для организаций – различные варианты наименования, бренды и пр. Новый СКАН действительно умеет различать персоны и объекты даже при полном сходстве их названий и имен. Система обладает широкими возможностями по самообучению, ориентируясь на потребности самих пользователей СКАНа.

И.Ч.: Мне понравилось, что, когда начинаешь набирать в строке поиска требуемое слово, сразу видно, где персона, где географическое название...

Р.Л.: Да, персона маркируется зеленым цветом, организация – красным, темы – сиреневым, отрасли – синим, географические объекты – голубым (см. скриншот на стр. 27).

И.Ч.: Но бывает, что система никаких предложений не дает. Что делать, если персона в СКАНе еще не получила «обвязки» и, соответственно, у этого объекта нет точной идентификации?

Р.Л.: Объекты, для которых не хватило признаков для более четкой идентификации, сохраняются в каталоге персон или организаций. Там они ждут своего часа. Или пока в других текстах не появится информация, которая позволит более четко их идентифицировать. Или пока на них обратит внимание оператор системы – и сам верифицирует данные. Для пользователей СКАНа мы можем целенаправленно проводить эту работу – исходя из конкретного круга интересующих их объектов.

И.Ч.: Более точная идентификация персон и организаций нужна также для построения рейтингов упоминаемости за длительные отрезки времени – год, квартал.

Р.Л.: Да, поскольку СКАН по заказу различных СМИ, в том числе вместе с «Эхо Москвы», измеряет квартальную упоминаемость известных политиков, женщин, страховых компаний, банков, то эту задачу мы решили полностью автоматизировать.

Задача
усовершенствовать поиск
была для нас ключевой.
Для этого СКАН
полностью перешел
на объектную модель.
Появилась возможность
работать с так
называемыми
сущностями.
Это географические
объекты, факты (темы),
позитив/негатив, прямая
и косвенная речь, авторы

При «опознании» персоны СКАН может учитывать псевдоним, варианты должностей, окружение другими объектами. Для организаций – различные варианты наименования, бренды и пр. Новый СКАН действительно умеет различать персоны и объекты даже при полном сходстве их названий и имен

В новом СКАНе рейтинги организаций, персон и т.д. есть уже в готовом виде – в разделе «Рейтинги». Есть, например, даже рейтинг политических организаций и дилерских автоцентров (см. скриншот на стр. 28).

И.Ч.: Да, в свое время квартальные рейтинги банков и страховщиков добавили некоторое количество седых волос на моей голове. Про проблему ВТБ24 я уже рассказывала. Но это еще не самое страшное. Вот, например, АКБ «Россия» упорно не хотел у меня «вставать» в рейтинг и требовал изобретения все новых форм для «сужения» запроса. Поиск выдавал кучу новостей про Банк России, про Ассоциацию банков России и другие материалы, где встречается слово «банк» и название нашей страны. Практически каждую статью приходилось проверять вручную: а нет ли там чего ненужного?

Сейчас поиск стал точным и быстрым. Больше же всего облегчает работу то, что при создании рейтинга за каждый новый период система сама редактирует группу, добавляя в нее новые объекты и исключая те, которые в это время не упоминались.

Р.Л.: Добавлю, что для анализа рейтингов предусмотрен вывод данных также в виде графиков. График является интерактивным, т.е. каждая его область позволяет получить дополнительную информация или провести анализ данных.

И.Ч.: Помимо компаний, названий, организаций, есть еще такое понятие, как «события». Два года подряд (в начале 2011 и в 2012 года) мы готовили итоговые программы СКАНер, в которых рассказывали о главных событиях года. По итогам 2010 года для более четкого поиска новостей на тему «отставка мэра

НОВОЕ В СКАНЕ



- Готовые шаблоны по работе с информацией, созданные в СКАНе, позволяют быстро анализировать и компоновать данные. Благодаря этим сервисам работа с огромными массивами данных стала проще и доступнее, – даже для совершенно неподготовленных людей.
- В СКАНе стало совсем просто пользоваться мониторингами. Благодаря уникальному поисковому механизму стало возможным создавать мониторинги почти автоматически. Достаточно указать некоторые общие параметры мониторинга, и СКАН будет формировать законченный документ в указанные вами время и день недели.
- Сервис оповещения позволяет создавать пользователю фактически свои ленты новостей по определенным фильтрам. Как только публикация появится у нас в системе, пользователь сразу может получить об этом уведомление на электронную почту.
- Из более чем 5000 собранных в базе данных СКАН источников на газеты приходится сейчас 26%, на интернет-СМИ – 23%, блоги – 21%. Информагентства находятся на 4-м месте, их доля в СКАНе – 10%. На бюллетени и журналы приходится по 7%, другие источники – 6%. Свыше 45% источников – региональные издания.

Москвы Лужкова», помнится, пришлось применять при поиске различные формулы и знаки. Потребовалось немало времени, чтобы понять, какая форма запроса есть единственно верная и не содержит посторонних «шумов».

В новом СКАНе выделить главные события года оказалось гораздо проще. Например, для поиска новостей по теме аварии на японской Фукусиме-1 программа сама предложила мне варианты. Едва я набрала в поисковой строке две первых буквы, у меня уже высветилось: «Фукусима-1 атомная электростанция» и просто «Фукусима». Рядом с первой стоял значок объекта, вторая обозначалась как географический объект (т.е. провинция в Японии). Понятное дело, что мне нужен был первый вариант. Выбрала. Клик на поиск. Ура! 27 тысяч новостей...

Усложнила задачу: как много раз в прошлом году СМИ упоминали про выборы в Госдуму. Оба этих слова распространенные, и в старом СКАНе, если вручную не построить сложный запрос, было много информационного «шума». Теперь в строке поиска мне после начала набора СКАН сам предложил тему «выборы». Добавила организацию «Госдума России». Прибавив между предложенными системой объектами союз «и», получила 38 тысяч упоминаний. С учетом публикаций про выборы президента тема разрослась до почти 70 тыс. документов.

По такому же принципу я нашла 58 тысяч новостей про войну в Ливии: система сама предложила мне построить запрос со словами «Ливия и Каддафи».

Благодаря таким «подсказкам» моя жизнь сильно упростилась: чем больше готовых форм и шаблонов, тем меньше необходимость формулировать запрос «вручную». Главным событием 2011 года мы уверенно назвали выборы – состоявшиеся парламентские и готовившиеся президентские.

Р.Л.: Разрабатывая новый СКАН, мы пытались выйти из замкнутого круга, в который попали, разрабатывая первые версии СКАНа. Дело в том, что сейчас все поисковые системы, практически похожи друг на друга по функционалу и возможностям, и различаются в основном количеством источников или маркетинговым позиционированием. Поэтому мы считали необходимым кардинально пересмотреть систему поиска информации. Как результат, мы предложили рынку не просто поисковик очередного поколения, а наборы сервисов и готовых шаблонов, которые делают работу с деловой информацией простой и доступной – даже для совершенно неподготовленных специалистов.

И.Ч.: Да, шаблоны и формы – это важно, так как я замечала и по своему опыту, и по отзывам коллег, что все-таки мало кто пользуется сложным поиском. Потому что он сложный... И из-за этого многие возможности поисковых систем так и остаются невостребованными.

Р.Л.: Да, знаю, журналистам надо, чтобы, прежде всего, было быстро... СКАН научился искать быстро. Подсказывать, на что нужно обратить внимание, изучая какой-либо объект – будь то компания или человек. Быть максимально наглядным. Например, если набрать в окошке поиска несколько первых букв фамилии, выбрать конкретную персону-объект, например, Михаил Прохоров, и вслед за ним выберем другой объект – «Онэксим», то система сама предложит элементы конструктора запросов. Оба объекта сами встанут рядом в конструкторе запросов, соединенные со-

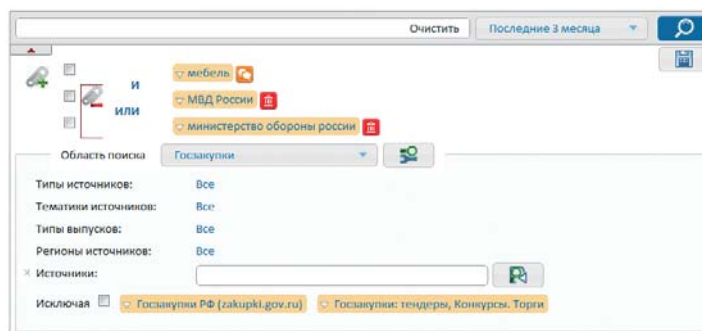
Мы предложили рынку не просто поисковик очередного поколения, а наборы сервисов и готовых шаблонов, которые делают работу с деловой информацией простой и доступной – даже для совершенно неподготовленных специалистов

СКАН научился искать быстро. Подсказывать, на что нужно обратить внимание, изучая какой-либо объект – будь то компания или человек. Быть максимально наглядным

юзом «И». Если нужно поменять, кликните на «И», и появятся варианты «ИЛИ» и «НЕ». Вот и все.

Приведу пример, насколько просто сформировать запрос о закупках мебели, участником которых является МВД или МО РФ.

То есть конструктор запросов позволят искать не только с И, ИЛИ, НЕ, но и ис-



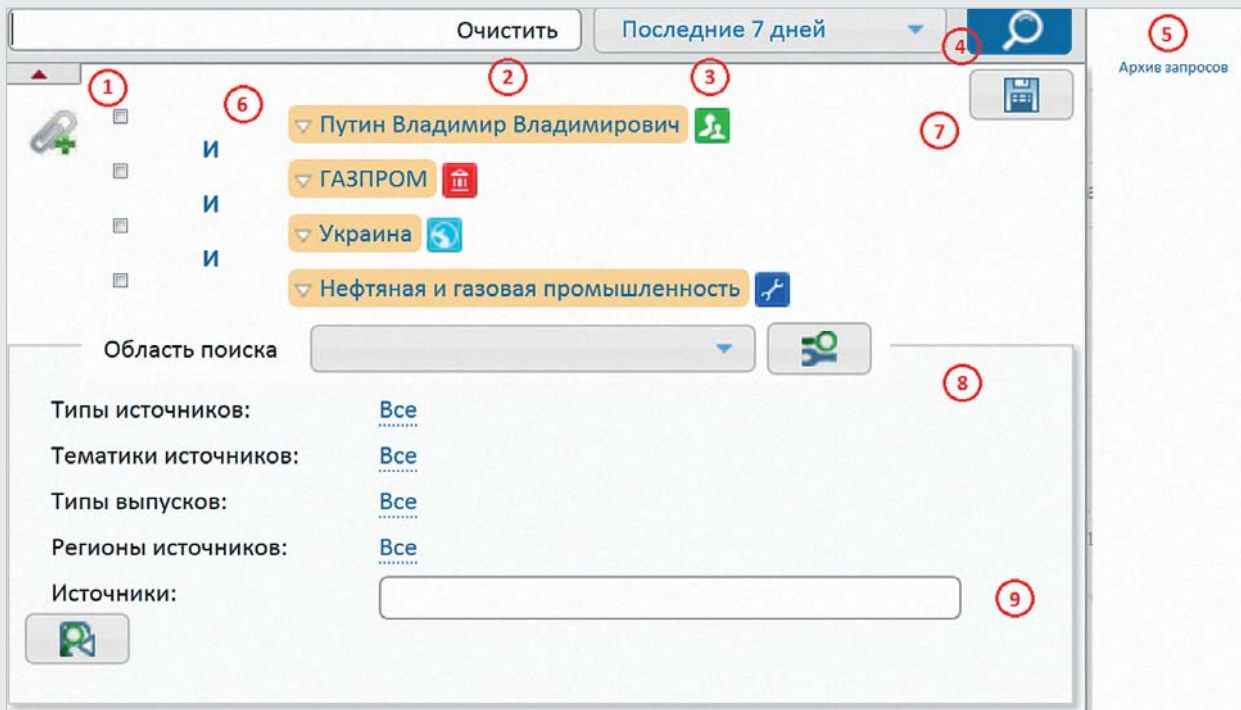
пользовать группировку при помощи скобок. Возможность добавления скобок автоматически появляется после добавления третьего условия поиска. Чтобы сгруппировать условия поиска, нужно поставить галочки напротив тех объектов или условий поиска, которые вы хотите объединить, и затем нажать иконку «со скрепкой и зеленым плюсом».

Кстати, если кликнуть на само слово, по которому ведется поиск, то откроется окошко с дополнительным меню. В зависимости от того, идет речь о человеке или, например, о компании, можно добавить фильтры: негатив – позитив, прямая и косвенная речь, указать тему. Да, у нас позитив-негатив, в отличие от других систем, работает не только относительно статьи в целом, но и относительно каждого объекта в частности.

И.Ч.: Но если вдруг вы не сделали всего этого сразу, тоже не беда. Ленивым или занятым СКАН сам предложит список тем, объектов, сюжетов, по которым можно провести сортировку полученных результатов поиска.

Р.Л.: Да, для этого есть аналитическая панель, которая появляется в правой части экрана, как только запрос выполнен (см. скриншот на стр. 28). На ней видно, во-первых, распределение полученных по запросу материалов по временным периодам (например, месяцам или неделям). Кликнув на любой столбец, можно просмотреть сообщения за конкретный день или неделю. Ниже идут персоны и организации, упоминаемые в сообщениях. Далее – распределение новостей по регионам, по источникам информации, отраслям, темам сообщений. По умолчанию показывается 5 наиболее часто упоминаемых объектов, объекты можно расширить до 100 и отсортировать или по алфавиту, или по частоте упоминаний. Навигационная же панель даст возможность сохранить сам запрос, отсортировать негативные и позитивные сообщения, выделить интересующие отрасли и темы, добавлять эти объекты как дополнительные условия поиска, формировать их в группы объектов, в случае если вдруг система некорректно выделила объект – отправить сообщение оператору об ошибке. ■

**ПОИСК. ПИКТОГРАММЫ ДЛЯ ПЕРСОН, КОМПАНИЙ,
ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ, ОТРАСЛЕЙ**



1. Кнопка «Скрыть/Показать» панель конструктора запросов
2. «Очистить» – кнопка для полной очистки поискового условия
3. Меню для задания диапазона дат для поиска
4. Кнопка выполнения запроса
5. Архив запросов (список последних выполненных пользователем запросов)
6. Зона, в которой отображаются введенные условия поиска
7. Кнопка «Сохранить» (используется для сохранения запроса, для сохранения внесенных изменений в уже сохраненный запрос и для добавления объекта или запроса в группу объектов)
8. Область поиска – позволяет выбрать фильтры по источникам информации (регионы, типы изданий и т.д.)
9. Поиск и выбор конкретных источников информации

**ПОИСК. ПИКТОГРАММЫ ДЛЯ ПЕРСОН, КОМПАНИЙ,
ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ, ОТРАСЛЕЙ**



Панель результатов поиска

The screenshot shows a search interface with three main sections:

- 1. Навигационная панель:** A sidebar menu on the left with categories like 'Информация об организации', 'Сообщения в СМИ', 'Публикации списком', 'Позитивные публикации', 'Негативные публикации', 'Раскрытие информации', 'Отраслевые новости', 'Негатив по отрасли', 'Бизнес', 'Закупки', 'Анализ информации', 'Анализ публикаций', 'Анализ источников', 'Источники', 'Типы источников', 'Регионы источников', 'Тематики источников', 'Типы выпусков', 'Объективный анализ', 'Отраслевой рейтинг', 'Мониторинг', and 'Оповещения'.
- 2. Панель результатов запроса:** The main content area displaying search results. The first result is titled '1. На избирательных участках устанавливают веб-камеры' with a date of 18.02.2012. The second result is '2. Владимир Путин в ходе визита в Новосибирскую область посетил избирательный участок №1984' with a date of 18.02.2012.
- 3. Аналитическая панель:** A right-hand panel with a 'Даты' section showing a bar chart for 'Распределение: недели' from 19.11.2011 to 18.02.2012. Below it are two lists: 'Персонали: 100' and 'Организации: 100', each with a table of names and associated values.

1. Навигационная панель. 2. Панель результатов запроса. 3. Аналитическая панель.

Рейтинг упоминаемости

The screenshot displays the 'Рейтинг упоминаемости: Организации. Metallurgy. 1 квартал 2012.' interface. It features a table of companies and a corresponding bar chart.

| Рейтинг | Компания | Число упоминаний |
|---------|------------------------------|------------------|
| 1 | Северсталь, ОАО | 5313 |
| 2 | ГМК Норильский никель, ОАО | 4739 |
| 3 | РУСАЛ, ОАО | 2709 |
| 4 | Мечел, ОАО | 2567 |
| 5 | НЛМК, ОАО | 2332 |
| 6 | ММК, ОАО | 1271 |
| 7 | УГМК, ОАО | 980 |
| 8 | ЧМК, ОАО | 285 |
| 9 | ЧТПЗ, ОАО | 270 |
| 10 | Корпорация ВСППО-АВИСМА, ОАО | 233 |
| 11 | Мечел-Майнинг, ОАО | 222 |

The bar chart on the right shows the number of mentions for these companies over time, with the x-axis representing quarters from 4 кв. 2009 to 2 кв. 2012. A tooltip for 'Северсталь, ОАО, 1 кв. 2012, 5313' is visible over the highest bar.

Помимо рейтинга в табличном виде, на графике представлено число упоминаний также за 12 последних периодов. При наведении курсора на столбик появится количество найденных в каждом случае документов. Столбик под графиком позволяет оценить общий объем найденных на этот период документов. Оранжевый столбик показывает период, за который формируется рейтинг объектов в таблице в левой части окна (в нашем случае – 1-й квартал 2012 года).

PublicPost: РОССИЯ ГЛАЗАМИ ЕЕ ГРАЖДАН

Москва и регионы – на одной Интернет-площадке

PublicPost, проект, запущенный при участии главного редактора «Эха Москвы» Алексея Венедиктова, агентства «Интерфакс» и Сбербанка России, успешно занял нишу одновременно блогерской и журналистской площадки. Уникальность проекта в том, что жизни регионов PublicPost уделяет не меньше внимания, чем общероссийским новостям. О других особенностях проекта рассказала главный редактор сайта Наргиз Асадова.



Наргиз Асадова,
Главный редактор
сайта PublicPost

– Как возник проект? Кто его придумал?

За образец был взят уже достаточно давно существующий в США сайт The Huffington Post. Но, как известно, многие проекты, изначально созданные в США, при переносе на российскую почву приобретают свою специфику. Так было, например, с LiveJournal – идея была американская, но основное развитие сайт получил именно в России: наши люди очень любят обмениваться мыслями и вообще охотно участвуют в интерактивных дискуссиях.

Мы задумали наш проект, когда столкнулись с тем, что в России каждый регион и город живут сами по себе. «Сытая столица» и «замкадье» испытывают двусторонний информационный голод: про жизнь в Москве ходят легенды, а жизнь глубинки, даже если до нее ехать три часа на электричке, для большинства москвичей – terra incognita.

Идея PublicPost заинтересовала инвесторов и, как показало время, была

правильной. Об ее успешности можно говорить уже сейчас: интерес региональных пользователей к проекту большой, они сами присылают нам материалы, обмениваются мнениями на сайте. А это то, ради чего он и создавался.

Региональные блогеры, кроме того, что пишут сами, дают нашим журналистам информационные поводы – мы объединяем и систематизируем данные, проводим собственные расследования.

– Как устроен сайт?

Россия очень большая, и поэтому мы сделали отдельную страницу для каждого региона. Наиболее важные события отображаются на общей карте страны и на главной странице сайта.

В центральной колонке у нас публикуются редакционные материалы о главных общественно-политических событиях в стране и мире. Левая колонка полностью состоит из самых интересных блогов. Правая колонка отведена региональным темам и блогам.

Среди наших блогеров есть люди, ответственные за принятие решений в стране. Нам бы очень хотелось, чтобы между ними и другими пользователями возник бы диалог

Люди из регионов пишут о том, что их волнует не только в стране, но и в своем городе: Златоуст, например, остался без горячей воды, а в Кемеровской области начался суд над блогером... Реальную картину того, как живут люди за пределами МКАДа, только силами редакции создать невозможно. Поэтому мы и пригласили всех неравнодушных людей принять участие в создании нашего сайта.

На главной странице PublicPost есть рубрика «Топ-5 за неделю» – туда попадают самые популярные материалы.

Пятерка лидеров – это исключительно выбор читателей, редакция на него никак не влияет. В топовый рейтинг блогеров может попасть любой пользователь сайта: и тот, кто ведет блог, и тот, кто только оставляет комментарии.

Стать нашим блогером очень просто: нужно зарегистрироваться на сайте и соблюдать правила. Публикации на PublicPost проходят предварительную модерацию – наши продюсеры следят за тем, чтобы посты отвечали заявленной тематике проекта, проверяют и уточняют факты, обсуждают

PublicPost – НОВОЕ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ



- Основная цель проекта – развитие гражданской журналистики, создание наиболее полной и достоверной картины событий, происходящих во всех уголках России и странах бывшего СССР
- Концепция проекта – это популярный на рынке мировых интернет-СМИ симбиоз блог-платформы и профессиональной журналистики
- Девиз проекта – «PublicPost – живая страна»



с авторами неясные места. Однако речь идет не об ограничениях, а о взаимовыгодном сотрудничестве – блогеры создают контент, сообщают информацию, которая осталась вне поля зрения профессиональных журналистов или не попала в федеральные СМИ, и получают поддержку профессиональных редакторов, которые помогают донести информацию до как можно большего количества читателей.

– Кто ваши читатели, на какие темы пишут блогеры и как вы работаете с ними?

Разброс тем велик – от культуры до экономики, однако приоритет отдается общественно-политической тематике. Особенно сейчас. Нам также важно услышать мнение специалистов о том, что происходит в сфере их профессиональной деятельности. Мы приглашаем врачей и медработников писать о реформировании системы здравоохранения в России, о состоянии больниц, об инициативах местных и федеральных властей. Учителя могут комментировать ситуацию и реформы в сфере образования, ЕГЭ. Сейсмологи – землетрясения в России и мире. Так что если вы стали очевидцем важного события или происшествия, напишите об этом на нашем сайте.

Мы публикуем присланные пользователями рассказы о состоянии федеральных трасс, железных дорог. Блогеры писали, как в их городах проходила предвыборная агитация и сами выборы. Мы также размещаем актуальные фотографии и видеоролики.

Среди наших блогеров есть люди, ответственные за принятие решений в стране. Нам бы очень хотелось, чтобы между ними и другими пользователями возник бы диалог. Иногда так и происходит. Само название

PublicPost как раз и говорит, что это не чисто журналистский проект. Это место для дискуссий. Нам интересно все, что интересно вам!

– И все-таки, за какими новостями ходят на сайт читатели?

PublicPost одним из первых узнает о громких событиях в регионах. Хотя проект довольно молодой, на нас уже ссылаются другие ведущие СМИ. Только у нас на сайте была уникальная подборка автопробегов и обзор региональных митингов «За честные выборы». Все писали в основном о московской акции, мы же благодаря нашим блогерам собирали информацию по огромному количеству российских городов.

Мы первые провели видеоопрос на улицах российских городов – крупных и небольших – о том, что знают россияне о митингах в Москве. На нашем сайте можно было найти хронику митингов по всем регионам, это помогло понять реальные настроения людей. Наш блогер первым сообщил о голодовке оппозиционеров в городе Лермонтове.

Мы первыми сообщили эксклюзивную информацию о планах Бориса Березовского заняться реституциями и выяснили подробности об антикоррупционном фонде скрывающегося в Лондоне бизнесмена Валерия Морозова.

Мы запустили уникальный редакционный проект совместно с бывшим главным редактором журнала «Коммерсантъ-Власть» Максимом Ковальским.

Для нас пишет один из ведущих журналистов-экспертов по Северному Кавказу в стране Ольга Алленова... Надеюсь, этот список наших удач будет пополняться каждую неделю. ■

Разброс тем на PublicPost велик – от культуры до экономики, однако приоритет отдается общественно-политической тематике. Особенно сейчас. Нам также важно услышать мнение специалистов о том, что происходит в сфере их профессиональной деятельности

НА КОГО ССЫЛАЮТСЯ ЗАРУБЕЖНЫЕ И РОССИЙСКИЕ СМИ

лидеры по цитируемости в 2011 году



95 009

раз в 2011 году
российские СМИ
цитировали
«Интерфакс»

«Интерфакс» продолжает удерживать лидирующие позиции по цитируемости в ведущих зарубежных и российских СМИ среди информационных агентств России. Таковы результаты исследования по итогам 2011 года, полученные на основе анализа публикаций, имеющихся в крупнейших мировых базах международных СМИ Factiva (31000 ведущих новостных и бизнес-источников) и LexisNexis (содержит данные из примерно 35000 международных источников информации), а также базе данных СКАН (Система комплексного анализа новостей, содержит 34167 центральных и региональных СМИ)

Рейтинг упоминаемости в международных СМИ трех крупнейших российских информационных агентств («Интерфакс», РИА Новости и ИТАР-ТАСС) по итогам 2011 года включает в себя следующие категории:

- Крупнейшие печатные издания мира (Reuters, Dow Jones, AP, AFP, EFE, Xinhua) (данные Factiva и LexisNexis)
- СМИ США (Factiva)
- СМИ Великобритании (Factiva)
- СМИ Германии (Factiva)
- СМИ Франции (Factiva)
- «Газеты США» (Factiva)
- «Ведущие 50 газет США» (Factiva)
- «Газеты Великобритании» (Factiva)
- «Ведущие британские газеты» (Factiva)
- «Печатные издания Германии» (German Publications по классификации LexisNexis – 198 СМИ на немецком языке).

Исследование цитируемости информационных агентств в российских СМИ было проведено на базе СКАНа и касалось 8 крупнейших информационных агентств, действующих на территории России: «Интерфакс», РИА Новости, ИТАР-ТАСС, Reuters (в части упоминания в СМИ России), Прайм-ТАСС, «Росбизнесконсалтинг» (РБК), Regnum, «Росбалт».

Рейтинг был составлен по следующим категориям:

- Все СМИ России (2064 источника, представленных в системе СКАН). В целях обеспечения объективности и достоверности данных при подготовке этого рей-

тинга исключались упоминания информационных агентств в их собственных изданиях. Кроме того, из поиска были исключены блоги, интернет-ресурсы и мониторинг прессы

- Центральные и федеральные печатные СМИ России (250 наиболее авторитетных газет и журналов)
- Телерадиоэфир федеральных СМИ (в число исследуемых теле- и радиокomпаний вошли: Первый канал, телеканал «Россия», НТВ, Ren-TV, Радио России, радио «Маяк», радио «Голос России», радио «Эхо Москвы», радио РСН, Радио Вести-FM, Радио City-FM, Радио Коммерсантъ-FM и др.)
- Региональные печатные издания наиболее густонаселенных российских регионов (Башкортостан, Волгоградская область, Воронежская область, Иркутская область, Кемеровская область, Краснодарский край, Красноярский край, Нижегородская область, Новосибирская область, Пермский край, Приморский край, Ростовская область, Самарская область, Санкт-Петербург, Саратовская область, Свердловская область, Татарстан, Хабаровский край, Челябинская область).

30 650

раз в 2011 году

«Интерфакс»

упоминался

в телерадиоэфире

федеральных СМИ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ

«Интерфакс» сохраняет лидирующие позиции в рейтинге упоминаемости 3 ведущих российских информационных агентств, составленном на основе анализа публикаций иностранных печатных СМИ из архива Factiva и LexisNexis.

В рейтинге цитируемости в категории «Крупнейшие международные информационные агентства» «Интерфакс» стал лидером по числу ссылок во всех агентствах.

РЕЙТИНГ ЦИТИРУЕМОСТИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВАХ

Период 01.01.2011 – 31.12.2011

| Источники | Interfax | RIA Novosti | ITAR-TASS |
|---|----------|-------------|-----------|
| Новостные ленты Reuters на английском языке | 490 | 139 | 77 |
| Associated Press Newswires | 71 | 69 | 60 |
| AFP | 988 | 489 | 219 |
| EFE Spanish Language Newswires | 323 | 57 | 31 |
| Xinhua News Agency на английском языке | 899 | 388 | 427 |
| Новостные ленты Dow Jones на английском языке | 782 | 124 | 32 |

Источники: Factiva, LexisNexis

Зарубежные СМИ

Согласно архиву Factiva, в СМИ США на английском языке в период с 1 января по 31 декабря 2011 года «Интерфакс» упоминался 995 раз, РИА Новости – 629 раз, ИТАР-ТАСС – 528 раз. «Газеты США» ссылались на «Интерфакс» 431 раз (50 ведущих американских печатных изданий – 292 раза), на РИА Новости – 252 (142) раза, ИТАР-ТАСС – 249 (85) раз.

«Газеты Европы», свидетельствует Factiva, цитировали «Интерфакс» в 2011 году 4102 раза, РИА Новости – 3022 раза, ИТАР-ТАСС – 1098 раз.

В СМИ Великобритании, по данным Factiva, «Интерфакс» упоминался 658 раз, ИТАР-ТАСС – 402 раза, РИА Новости – 400 раз. «Газеты Великобритании» ссылались на «Интерфакс» 240 раз («Ведущие газеты Великобритании» – 60 раз), на РИА Новости – 209 (58) раз, ИТАР-ТАСС – 134 (46) раза.

СМИ Германии процитировали «Интерфакс» 1489 раз, ИТАР-ТАСС – 446 раз, РИА Новости – 142 раза. LexisNexis свидетельствует, что в «Печатных изданиях Германии» «Интерфакс» был упомянут 1031 раз, ИТАР-ТАСС – 229 раз, а РИА Новости – 119 раз.

Французские СМИ, согласно Factiva, упомянул «Интерфакс» в 2011 году 522 раза, ИТАР-ТАСС – 269 раз, РИА Новости – 233 раза. ■

РЕЙТИНГ УПОМИНАЕМОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

Период 01.01.2011 – 31.12.2011

| | Interfax | RIA Novosti | ITAR-TASS |
|----------------------------------|----------|-------------|-----------|
| США (английский язык) | 995 | 629 | 528 |
| Великобритания (английский язык) | 658 | 400 | 405 |
| Германия (немецкий язык) | 1489 | 142 | 446 |
| Франция (французский язык) | 522 | 233 | 269 |

Источник: Factiva

РЕЙТИНГ УПОМИНАЕМОСТИ В ИНОСТРАННЫХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЯХ

Период 01.01.2011 – 31.12.2011

| Классификатор Factiva или LexisNexis | Interfax | RIA Novosti | ITAR-TASS |
|--------------------------------------|----------|-------------|-----------|
| Газеты США | 431 | 252 | 249 |
| Ведущие 50 газет США | 292 | 142 | 85 |
| Газеты Европы | 4102 | 3022 | 1098 |
| Газеты Великобритании | 240 | 209 | 134 |
| Ведущие британские газеты | 60 | 58 | 46 |
| Печатные издания Германии* | 1031 | 119 | 229 |

Источники: Factiva, LexisNexis*

РОССИЙСКИЕ СМИ

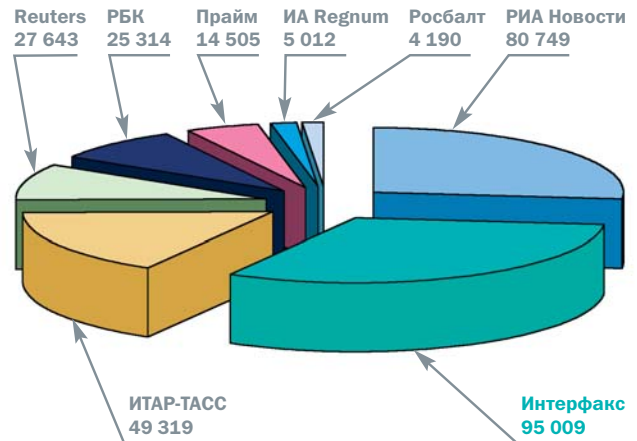
РЕЙТИНГ ЦИТИРУЕМОСТИ В СМИ

Период 01.01.2011 – 31.12.2011

Все российские СМИ (за исключением интернет-изданий)

| № | Источник | Количество документов |
|---|---------------------|-----------------------|
| 1 | Интерфакс | 95 009 |
| 2 | РИА Новости | 80 749 |
| 3 | ИТАР-ТАСС | 49 319 |
| 4 | Reuters | 27 643 |
| 5 | Росбизнесконсалтинг | 25 314 |
| 6 | Прайм | 14 505 |
| 7 | ИА Regnum | 5 012 |
| 8 | Росбалт | 4 190 |

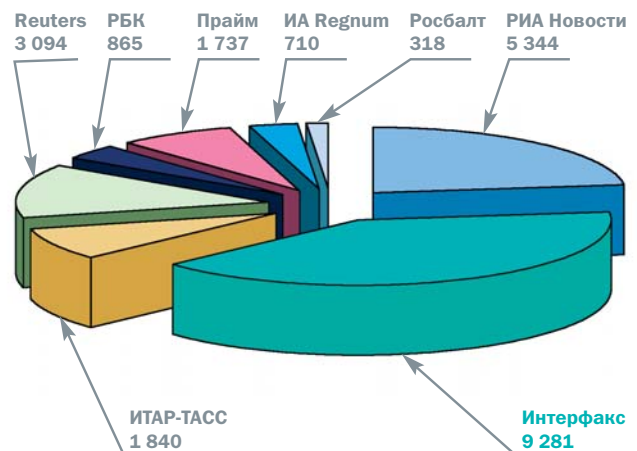
Источник: СКАН



Центральные и федеральные печатные издания

| № | Источник | Количество документов |
|---|---------------------|-----------------------|
| 1 | Интерфакс | 9 281 |
| 2 | РИА Новости | 5 344 |
| 3 | Reuters | 3 094 |
| 4 | ИТАР-ТАСС | 1 840 |
| 5 | Прайм | 1 737 |
| 6 | Росбизнесконсалтинг | 865 |
| 7 | ИА Regnum | 710 |
| 8 | Росбалт | 318 |

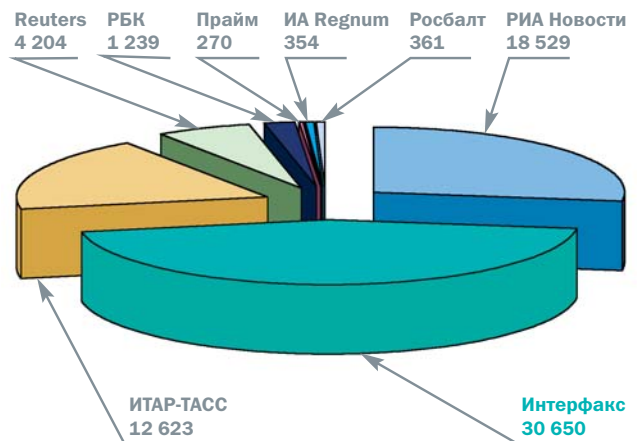
Источник: СКАН



Телерадиоэфир федеральных СМИ

| № | Источник | Количество документов |
|---|---------------------|-----------------------|
| 1 | Интерфакс | 30 650 |
| 2 | РИА Новости | 18 529 |
| 3 | ИТАР-ТАСС | 12 623 |
| 4 | Reuters | 4 204 |
| 5 | Росбизнесконсалтинг | 1 239 |
| 6 | Росбалт | 361 |
| 7 | ИА Regnum | 354 |
| 8 | Прайм | 270 |

Источник: СКАН



Содержание

ОСВАИВАЕМ ПРАВИЛО «ВЫТЯНУТОЙ РУКИ»

СПАРК разработал решение для обоснования трансфертных цен **2**

РОССИЙСКИЙ ТЕРМИНАЛ – ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Клиенты о системе ЭФОР **7**

УДВОЕНИЕ ОСМОТРИТЕЛЬНОСТИ

Апгрейд аналитической модели по выявлению однодневок **10**

СПРОСИТЕ НАС

о любой из 210 млн компаний в мире **17**

УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР «ИНТЕРФАКСА»

Семинары, вебинары, специализированные курсы для крупных компаний **20**

ИЩЕМ МЕЖДУ СТРОК

Диалог с пользователем про новые возможности СКАН **22**

PublicPost: РОССИЯ ГЛАЗАМИ ЕЕ ГРАЖДАН

Москва и регионы – на единой Интернет-площадке **29**

НА КОГО ССЫЛАЮТСЯ ЗАРУБЕЖНЫЕ И РОССИЙСКИЕ СМИ

лидеры по цитируемости в 2011 году **32**

БУДЬ В КОНТЕКСТЕ!

WWW.SCAN-INTERFAX.RU

Профессиональный анализ СМИ

ПОИСК • АНАЛИТИКА • МОНИТОРИНГ



- ▲ эффективный инструмент для мониторинга СМИ, обработки деловой информации и графического анализа
- ▲ полный набор необходимых источников: газеты, журналы, ТВ, радио, информационные агентства, блоги и новостные интернет-сайты
- ▲ справки по 62000 компаний, 55000 биографий
- ▲ интеграция с системой СПАРК – крупнейшей базой данных о российских, украинских и казахстанских компаниях
- ▲ единственная база данных, которая содержит архив сообщений «Интерфакса» с 1989 года



Профессиональные решения

- изучи рыночное бизнес-окружение
- узнай лучше своего клиента
- оцени кредитные риски
- проанализируй конкурентов
- проведи маркетинговый анализ
- сделай оценку объекта инвестиций
- настрой мониторинги компаний

NEW

Теперь и отдельный модуль

Трансфертное ценообразование

События «Интерфакса» 2012

| | |
|----------------|--|
| июнь | «Интерфакс» опубликовал Рейтинг ВУЗов по итогам 2011 года |
| май | Вышла новая версия системы ЭФИР Интерфакс разработал новую технологию поиска в системе СКАН |
| апрель | Сбербанк, Experian и Интерфакс завершили создание Объединенного кредитного бюро В СПАРКе запущен модуль для выполнения требований закона о трансфертном ценообразовании «Финмаркет» признан самым цитируемым медиа-ресурсом финансовой отрасли за 2011 год по рейтингу компании «Медialogия» |
| март | «Интерфакс-Урал» отмечает 10-летний юбилей Учреждена премия имени Виталия Джибути «За смелость, объективность и высокий профессионализм в освещении военной проблематики» «Интерфакс» по итогам 2011 года лидирует среди информационных агентств, работающих в России, по цитируемости в зарубежных и российских СМИ |
| февраль | СКАН помог рассчитать рейтинги «Эха Москвы» Учебник «Интерфакса» официально включен в библиотечные реестры 10 ведущих российских вузов «Интерфакс» начал рассчитывать Индекс должной осмотрительности второго поколения |
| январь | Назван стипендиат «Интерфакса-2012» «Интерфакс» представил анализ IT-закупок города Москвы |