

**Правила применения рекомендательных технологий на площадках экосистемы «Своё» (Своё Село, Своё Жилье) АО «Россельхозбанк»**

**1. Термины и определения**

- 1.1. **Пользователь** - лицо, обращающееся к Площадкам за получением необходимой ему информации и использующее их вне зависимости от факта авторизации на Площадках.
- 1.2. **Предпочтения** – действия, совершаемые Пользователем на Площадках.
- 1.3. **Площадки экосистемы «Своё»** – сайты (платформы) Своё Родное [www.svoe-rodnoe.ru](http://www.svoe-rodnoe.ru), Своё Фермерство [www.svoefarmerstvo.ru](http://www.svoefarmerstvo.ru), Своё За городом [www.svoe-zagorodom.ru](http://www.svoe-zagorodom.ru), Своё Село [www.svoe-selo.ru](http://www.svoe-selo.ru), Своё Жилье [www.svoedom.ru](http://www.svoedom.ru), Всё Своё [www.svoevse.ru](http://www.svoevse.ru), Я в Агро [www.svoevagro.ru](http://www.svoevagro.ru), Сайт банка [www.rshb.ru](http://www.rshb.ru), Свой Бизнес [www.next.rshb.ru](http://www.next.rshb.ru), а также клиентские мобильные приложения, предоставляющие доступ к сайтам, владельцем которых является АО «Россельхозбанк».
- 1.4. **Продукты** – банковские и небанковские продукты и услуги, товары (продовольственные и непродовольственные), объявления, предлагаемые к покупке Пользователю через Площадки.
- 1.5. **Рекомендательная модель** – механизм, который принимает входящие к нему данные о Предпочтениях Пользователей, анализирует их и выдает наиболее релевантные Предпочтениям Пользователей Продукты, то есть формирует Рекомендации.
- 1.6. **Рекомендательные технологии** –информационные технологии предоставления информации на основе сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации.
- 1.7. **Рекомендация** – подборка (предложение) банковских и небанковские продуктов и услуг, объявлений, товаров (продовольственных и непродовольственных), сформированная с помощью Рекомендательных технологий, наиболее подходящих под Предпочтения Пользователя.

**2. Типы Рекомендаций на Площадках Своё Жилье [www.svoedom.ru](http://www.svoedom.ru), Своё Село [www.svoeselo.ru](http://www.svoeselo.ru)**

- 2.1. На Площадках АО «Россельхозбанк» используются неперсонализированные Рекомендации.
- 2.2. Неперсонализированные Рекомендации являются предположением о том, какой Продукт может быть интересен Пользователю в конкретной

рекомендательной подборке (блоке) в зависимости от целей такого блока, без использования каких-либо сведений о Предпочтениях Пользователя.

2.3. Метод предоставления неперсонализированных Рекомендаций на Площадках:

- формирование рекомендационного неперсонализированного блока Продукты (проекты) «Похожие проекты» в карточке проекта дома/бани/беседки/гаража в каталоге на Площадке Своё Село [www.svoeselo.ru](http://www.svoeselo.ru). Цель такого блока – дать Пользователю возможность увидеть похожие Продукты (проекты) от других производителей или с другими характеристиками (этажность, материал стен, площадь и т.д.).

- формирование рекомендационного неперсонализированного блока Продукты (дома и участки) «Похожие объявления» в карточке объекта в каталоге на Площадке Своё Село [www.svoeselo.ru](http://www.svoeselo.ru). Цель такого блока – дать Пользователю возможность увидеть похожие Продукты (объявления) от других партнеров или с другими характеристиками (этажность, площадь и т.д.).

- формирование рекомендационного неперсонализированного блока Продукты (поиск недвижимости) «Похожие предложения» в карточке объекта в каталоге на Площадках Своё Село [www.svoeselo.ru](http://www.svoeselo.ru), Своё Жильё [www.svoedom.ru](http://www.svoedom.ru). Цель такого блока – дать Пользователю возможность увидеть похожие Продукты (предложения) от других партнеров или с другими характеристиками (этажность, площадь и т.д.).

2.4. Применение Рекомендаций на Площадках помогает оптимизировать и сделать более эффективным процесс поискового запроса, поиска и выбора подходящих Пользователю Продуктов, представленных на Площадках, получить наиболее качественные и релевантные Рекомендации и сформировать успешный опыт взаимодействия с Площадками.

### **3. Описание процессов, методов сбора и систематизации сведений**

3.1. Источник получения сведений о предпочтениях Пользователей для Рекомендаций на Площадках – данные о любых действиях пользователя на Площадках.

3.2. Сбор информации о Предпочтениях Пользователей, то есть о совершенных Пользователем на Площадках действиях, происходит способом логирования – ведения технических записей о действиях Пользователей на Площадках и сохранения таких записей на внутреннем хранилище данных Площадок с целью последующего создания Рекомендаций.

3.3. Пользователь вправе не использовать Рекомендации и может использовать другие функциональные возможности Площадок и выбрать иной вариант отображения Продуктов, используя встроенные фильтры на

Площадках и сортировку Продуктов по определенным параметрам (например, дата публикации/стоимость товаров и пр.).

#### **4. Этапы создания Рекомендаций и анализ Предпочтений Пользователей**

4.1 Для формирования Рекомендаций создаются Рекомендательные модели. Процесс создания Рекомендательной модели состоит из следующих этапов:

1-й этап: Сбор сведений о Предпочтениях Пользователей.

Сбор сведений о Предпочтениях Пользователей осуществляется способом их логирования и последующего сохранения на внутреннем хранилище данных Площадок.

2-й этап: Систематизация и анализ сведений о Предпочтениях Пользователей.

Систематизация и анализ сведений о Предпочтениях Пользователей происходит исходя из цели создания Рекомендательной модели и Рекомендаций, которые необходимо получить (например, подбор наиболее популярных Продуктов среди Пользователей, которые показывают схожие сценарии поведения на Площадках). После определения цели происходит подбор требуемых для реализации цели данных о Предпочтениях, на основе которых будет выстроена Рекомендательная модель. Выделяются параметры (наборы свойств Продуктов, которые могут повлиять на факт покупки Продуктов Пользователем): например, количество заказов Пользователя с данным Продуктом при наличии скидки на Продукт, количество покупок Пользователем Продуктов со скидкой, предыдущая цена Продукта, количество заказов с данным Продуктом и пр.

3-й этап: Применение методов машинного обучения к используемым сведениям о Предпочтениях.

После систематизации данных, к сведениям о Предпочтениях Пользователей и параметрам применяются методы машинного обучения: Рекомендательная модель, которая представляет собой самообучаемую систему, формирует набор параметров, описывающих зависимости между входными данными (Предпочтениями Пользователей и параметрами) и ответом (финальной Рекомендацией). Таким образом Рекомендательная модель производит оценку вероятности того, что Пользователь совершит определённое действие на Площадках (например, добавит Продукт в корзину, купит Продукт).

4-й этап: Проверка полученных результатов.

На данном этапе происходит проверка работы Рекомендательной модели и соответствия её ответов (финальных Рекомендаций для Пользователей) целям создания Рекомендательной модели. Проверка происходит следующим

способом: Рекомендательной модели задаётся определённый вопрос, после чего она формирует ответ, который далее оценивается на предмет его корректности и соответствия заданным параметрам. На основании оценки качества ответов Рекомендательной модели принимается решение о применении Рекомендательной модели для выведения Рекомендаций Пользователям.

5-й этап: Выведение Рекомендаций Пользователям.

На данном этапе Рекомендации демонстрируются Пользователям в блоках Продуктов на Площадках, которые описаны в разделе 2 Правил применения Рекомендательных технологий.

4.2. Рекомендательные технологии используют следующие данные, полученные в результате действий Пользователя на Площадках:

- ✓ данные о любых действиях Пользователя на Площадках;
- ✓ данные о любых запросах Пользователя на Площадках

4.3. Рекомендательная система применяет следующие правила анализа данных для создания Рекомендаций:

4.3.1. Ранжирование и/или формирование рейтинга.

Формируются «популярные» объявления, товары, услуги, фермеров с использованием метода ранжирования. Топ-N Продуктов, отсортированных по данному методу, показываются всем Пользователям и отличаются только по геолокации.

4.3.2. На основе контента.

Отбираются Продукты, либо похожие на те, которые Пользователь просматривает в текущий момент, либо Продукты, которые можно приобрести в дополнение.

4.3.3. На основе Пользовательских предпочтений.

Отбираются Продукты из категории наиболее часто заказываемых и просматриваемых конкретным Пользователем.

Адрес электронной почты для направления юридически значимых сообщений АО «Россельхозбанк» [office@rshb.ru](mailto:office@rshb.ru)