

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Т. В. Литвиненко¹

ООО «Мегасофт» (Москва, Россия)

УДК: 338.12

doi: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-2-6

**ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ,
ВЛИЯЮЩИХ НА КОНЬЮНКТУРУ
РОССИЙСКОГО РЫНКА ЗЕРНА**

В последние годы Россия уверенно наращивает производство и экспорт зерна, став одним из его крупнейших поставщиков на мировой рынок. Особенностью российского рынка зерна является высокая неопределенность его конъюнктуры. Цель исследования — определить самые значимые факторы, влияющие на конъюнктуру российского рынка зерна, с помощью выявления наиболее популярных новостных тем. Объектом исследования является аудитория специализированного информационно-аналитического сайта «Зерно Он-Лайн», предметом — ее тематические предпочтения. На первом этапе исследования были систематизированы факторы, оказывающее наибольшее влияние на конъюнктуру рынка зерна. На втором этапе были выделены темы новостей, связанные с конъюнктурными факторами, и ключевые слова в заголовке новостей, посвященные данным темами. Затем выявлены самые популярные темы на основе подсчета количества просмотров новостных заметок, опубликованных в течение пяти сельскохозяйственных сезонов. Исследование показало, что наиболее значимыми факторами для участников рынка зерна являются цены, государственная политика в отношении зернового рынка и уровень инвестиционной активности. Среди государственных мер, определяющими ситуацию на рынке зерна, можно назвать интервенции и ограничения экспорта (пошлины и квоты). Наименьшую значимость для участников рынка зерна имеет предложение. Такие факторы как посевные площади и ход сева оказывают слабое влияние на конъюнктуру рынка зерна. Результаты исследования также показывают, что внимание участников рынка к происходящим процессам сезонно варьируется и совпадает с динамикой деловой активности, а при перенасыщении информационного поля одной темой интерес к ней снижается. Результаты исследования могут быть использованы для составления экономических прогнозов, бизнес-планов, а также для корректировки государственного регулирования зернового рынка.

Ключевые слова: цены, экспорт, урожай, потребление, новости, тематические предпочтения, СМИ, Россия.

Цитировать статью: Литвиненко, Т. В. (2024). Выявление факторов, влияющих на конъюнктуру российского рынка зерна. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, 59(2), 112—129. <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0105-6-59-2-6>.

¹ Литвиненко Татьяна Владимировна — аналитик, ООО «Мегасофт»; e-mail: tlitvinienko@inbox.ru, ORCID: 0000-0001-5944-7905.

© Литвиненко Татьяна Владимировна, 2024 

T. V. Litvinenko

Megasoft (Moscow, Russia)

JEL: L11

FACTORS AFFECTING RUSSIAN GRAIN MARKET CONJUNCTURE

In recent years, Russia has been steadily increasing the production and export of grain, becoming one of its largest suppliers to the world market. The specific feature of Russian grain market is high uncertainty of its conjuncture. The purpose of the study is to identify the most significant factors influencing the situation on the Russian grain market by identifying the most popular news topics. The object of the study is the audience of specialized information and analytical site «Zerno On-Line», the subject is its thematic preferences. The author first systematizes the factors of greatest impact on the grain market. He then highlights news topics related to market factors and keywords in the headline of news dedicated to these topics, and identifies the most popular topics based on counting the number of views of news items published during the five growing seasons. The study shows that most significant factors for grain market participants are prices, government policy on grain market and the level of investment activity. Among government measures that determine the situation on the grain market, we can name interventions and export restrictions (duties and quotas). Supply is of the least importance for grain market participants. Factors such as acreage and sowing progress have little effect on the grain market. The results of the study also show that the attention of market participants to ongoing processes varies seasonally and coincides with the dynamics of business activity. However, when information field is oversaturated with one topic, interest in it decreases. The results of the study can be used to draw up economic forecasts, business plans, as well as to adjust state regulation of the grain market.

Keywords: prices, exports, crops, consumption, news, thematic preferences, media, Russia.

To cite this document: Litvinenko, T. V. (2024). Factors affecting Russian grain market conjuncture. *Lomonosov Economics Journal*, 59(2), 112–129. <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0105-6-59-2-6>

Введение

Рынок зерна занимает особое место в российской экономике, поскольку от него в значительной мере зависит продовольственная безопасность страны, он оказывает существенное влияние на воспроизводственные процессы и формирует весомую долю доходов бюджетов разных уровней.

В последние годы Россия уверенно наращивает производство и экспорт зерна, став одним из его крупнейших поставщиков на мировой рынок.

Российский зерновой рынок представляет собой «сложную динамично развивающуюся экономическую систему, функционирующую под влия-

нием различных факторов внутреннего и внешнего характера и предполагающую, в первую очередь, поддержание равновесия между спросом и предложением на отдельные виды зерна и продукты их переработки» (Алтухов, 2008).

Его специфической особенностью являются частые значительные колебания конъюнктуры и ее высокая неопределенность.

Конъюнктура рынка зерна — это комплекс условий, возникающий на стадиях производства, распределения, обмена и потребления, и приобретающий особенности своего влияния на социально-экономическую систему в каждый момент времени (Жидков, 2018).

Рыночная конъюнктура создается из множества рыночных ситуаций, которые представляют собой моментные эпизоды формирования экономических условий, складывающихся под влиянием комплекса факторов, основными из которых являются спрос и предложение (Жидков, 2018, 2019; Нечаев и др., 2009).

Спрос на зерно нестабилен. Он изменяется под влиянием ряда факторов: демографических (потребление на душу населения), политических (эмбарго, оборонные нужды), организационно-технических (площадь посева, нормы расхода семян зерновых культур), экономических (Жидков, 2018).

Предложение формируется имеющимися переходящими запасами зерна, объемом его валового сбора и импорта (Нечаев и др., 2009).

Важным индикатором состояния конъюнктуры рынка является величина цен реализации зерна в каждый момент времени. Именно их тенденции изменения отражают влияние целого ряда факторов — от погодных до экономических (Жидков, 2018; Нечаев и др., 2009).

Одни и те же показатели экономической конъюнктуры являются и показателями экономической конъюнктуры, и ее конъюнктурообразующими факторами. Например, цены, сложившиеся на конкретном рынке в момент t , являясь показателями его экономической конъюнктуры, в то же время, информируя участников рынка о конъюнктуре, определяют их поведение в следующий момент $t+1$, т.е. являются конкурентообразующими для будущего состояния конъюнктуры. Такое же положение с уверенностью можно проецировать на рынок зерна (Жидков, 2018).

К ценообразующим факторам зернового рынка относятся: урожай и экспортно-импортное сальдо пшеницы, объем планируемых закупочных интервенций, посевные площади под озимые зерновые, запасы пшеницы, динамика запасов к соответствующему месяцу прошлого года, экспертная оценка зимних метеоусловий, посевные площади под яровую пшеницу, летние погодные условия (Бодриков, 2008; Рязанов, 2022), уровень конкуренции, политика субсидирования (Понькина, Комаров, 2013), изменение стоимости используемых материально-технических ресурсов (Мищенко, 2021) и др.

Помимо спроса, предложения и цен конъюнктура рынка зерна характеризуется рыночной конкуренцией, уровнем инвестиционной и предпринимательской активности (Нечаев и др., 2009).

Обязательным моментом анализа и прогноза конъюнктуры рынка зерна является учет двух моментов: состояния мирового рынка и государственной политики регулирования внутреннего рынка в стране (Нечаев и др., 2009). Необходимость учета состояния мирового рынка объясняется, во-первых, тем, что от этого зависит экспортный спрос на зерно. Во-вторых, под данным некоторых исследований (Бодриков, 2008; Жидков, 2018; Рязанов, 2022), ценообразование на зерно в значительной степени зависит от цен на американскую пшеницу. Государственная политика регулирования внутреннего рынка, в частности, ограничения экспорта, оказывают сильное влияние на зерновую отрасль (Светлов, 2019).

Мониторинг изменений конъюнктуры рынка зерна крайне важен для его участников. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка зерна и сопряженных с ним рынков, знание взаимосвязей и взаимозависимостей, умение смоделировать поведение рынка в конкретно складывающейся и прогнозируемой ситуации позволят всем его участникам, а также государственным органам принимать правильные управленческие решения, позволяющие создавать или удерживать свои конкурентные позиции на рынке (Нечаев и др., 2009).

Одним из источников информации о ситуации на рынке зерна являются отраслевые СМИ.

Можно предположить, что наибольший интерес участники рынка зерна будут проявлять к факторам, которые оказывают сильное влияние на рыночную конъюнктуру на рынке и имеют высокую изменчивость. К таким факторам относятся: цены, спрос, урожай, запасы, экспорт, мировые цены, государственная политика в отношении рынка зерна, инвестиционная активность и др. Импорт товарного зерна в Россию незначителен и не оказывает влияния на конъюнктуру.

Цель данного исследования — определить самые значимые факторы, влияющие на конъюнктуру российского рынка зерна, с помощью выявления наиболее популярных (по количеству просмотров) новостных тем.

Методология и данные

Цифровизация журналистики позволила электронным СМИ ежеминутно отслеживать поведение читателей новостей. С помощью различных цифровых инструментов можно точно и часто в режиме реального времени узнавать, сколько пользователей и сколько времени тратят на какую новость (Kormelink, Meijer, 2018).

Интернет является мощным исследовательским инструментом, который позволяет исследователям наблюдать за поведением при чтении но-

востей более надежно и менее навязчиво, чем это было возможно раньше (Tewksbury, 2003). В режиме реального времени можно узнать количество кликов по блоку контента и другую информацию об уровне интереса, вызванный предметом (Anderson, 2011; Tenenboim, Cohen, 2015).

Богатство информации, доступной в интернете, структура гиперссылок и меню веб-сайтов новостей предоставляют пользователям исключительный уровень контроля над процессом потребления новостей. В целом эти атрибуты интернета предлагают аудитории возможность выбирать темы новостей, которые их больше всего интересуют (Tewksbury, 2003).

Исследователи и журналисты обычно измеряют количество кликов с точки зрения наиболее читаемых или просматриваемых новостей и, в свою очередь, используют их в качестве показателя «предпочтений» или «интереса» людей к новостям (Boczkowski, Mitchelstein, 2012; Tenenboim, Cohen, 2015).

Читатели принимают решение о чтении новости на основании многих соображений, в том числе ее важности, географической близости событий, их неожиданностью для читателя и др. (Kormelink, Meijer, 2018).

Данные о количестве просмотров традиционно используются новостными организациями для обоснования своих редакционных решений (Дева и др., 2020; Ильиных, 2021; Терченко, 2020; Anderson, 2011).

Данные о количестве просмотров также используются для количественной оценки интереса общества к определенным темам, например, к основным темам глобального здравоохранения (Campbell, Rudan, 2020).

В данной работе исследуется популярность новостных тем у читателей информационного агентства «Зерно Он-Лайн», специализирующегося на освещении ситуации на рынке зерновых и масличных культур.

Новостную ленту «Зерно Он-Лайн» составляют, главным образом, короткие и расширенные новости, которые доминируют и других российских онлайн-СМИ (Колесниченко, 2018).

Средний дневной охват аудитории сайта «Зерно Он-Лайн» в будние дни, по данным Рейтинга Mail.Ru на 2022 г. — 7 000–15 000 уникальных пользователей. Аудитория сайта на 59% состоит из мужчин. Более 70% всех посетителей — в возрасте от 25 до 50 лет. Более 80% аудитории сайта приходится на Россию.

Объектом исследования является аудитория сайта «Зерно Он-Лайн», предметом — ее тематические предпочтения.

Материалом исследования послужили новостные заметки ($n = 47\,878$), опубликованные в течение пяти сельскохозяйственных сезонов: июль 2017 г. — июнь 2022 г., в новостной ленте информационного агентства «Зерно Он-Лайн».

Исследование проведено на основе внутренних метрик посещаемости «Зерно Он-Лайн».

Из анализа были исключены новости, опубликованные в субботу и воскресенье, поскольку их количество незначительно, а количество просмотров таких новостей сильно отличается от новостей, опубликованных в рабочие дни. Кроме того, из расчетов были исключены выбросы — новости с аномально высоким количеством просмотров и новости, доступные только по подписке.

На первом этапе исследования автором систематизированы факторы, оказывающее наибольшее влияние на конъюнктуру рынка зерна. На втором этапе выделены темы новостей, связанные с конъюнктурными факторами, и ключевые слова в заголовке новостей, посвященные данным темам. Затем выявлены самые популярные темы.

При статистическом анализе сравнение групп выполнялось с помощью критерия Крускала — Уоллиса, апостериорные сравнения — с помощью критерия Данна с поправкой Холма. Различия считали статистически значимыми при $p < 0,01$.

Для сбора и обработки данных использовались библиотеки языка Python.

Результаты

Факторы, которые оказывают влияние на рыночную конъюнктуру на рынке и имеют высокую изменчивость, были объединены в пять групп: «Цены», «Предложение», «Спрос», «Государственная политика в отношении рынка зерна», «Инвестиционная активность».

Затем были сформулированы темы новостей, связанные с конъюнктурными факторами, и определены слова, которые могут содержаться в заголовках новостей по данным темам (табл. 1).

Таблица 1

Темы новостей и факторы, оказывающие наибольшее влияние на конъюнктуру зернового рынка

Факторы, оказывающие влияние на конъюнктуру зернового рынка	Темы новостей, связанные с конъюнктурными факторами	Ключевые слова в заголовке новостей
Цены	Цены, биржевые котировки, мировые экспортные цены, тендеры	Цена, дешеветь, дорожать, котировки, биржа, биржевой, фьючерс, тендер
Предложение	Урожай (прогнозы урожая, ход сева и уборки) и запасы, погода	Урожай, валовой, сев, уборка, запас, озимый, площадь, агрометеорологический, погода

Факторы, оказывающие влияние на конъюнктуру зернового рынка	Темы новостей, связанные с конъюнктурными факторами	Ключевые слова в заголовке новостей
Спрос	Темпы экспорта, объемы переработки зерна (производство муки, комбикормов и прочей продукции)	Экспорт, производство, потребление
Государственная политика в отношении рынка зерна	Субсидии, интервенции, пошлины, квоты	Субсидия, интервенция, пошлина, квота, Патрушев, Ткачев, ограничить
Инвестиционная активность	Инвестиции	Запустить, открыть, построить, продать

Источник: составлено автором.

Далее были подсчитаны среднее арифметическое и медиана количества просмотров новостей, в заголовках которых содержатся выбранные ключевые слова (табл. 2).

Таблица 2

Количество просмотров заголовков

Ключевые слова и примеры заголовков	Количество просмотров	
	среднее арифметическое	медиана
«Цена» — падение цен на зерновые в Черноморском регионе продолжается	2123	1708
«Дешеветь» — в РФ дешевеет пшено, гречка дорожает	2137	1844
«Дорожать» — соевые бобы в России продолжают дорожать	1998	1715
«Котировка» — засуха в Южной Америке подстегивает котировки сои	1335	1083
«Биржа» — пшеница ЕС: биржа завершила неделю в небольшом плюсе	1839	1590
«Биржевой» — пшеница США: биржевые пути мягкой и твердой пшеницы разошлись	1844	1630
«Фьючерс» — фьючерсы на пшеницу в США выросли в среду вместе с кукурузой и соей	1514	1302
«Тендер» — Египет закупил на тендере 420 тыс. т российской пшеницы	1459	1242
«Урожай» — аграрии Башкортостана собрали свыше 900 тыс. т зерна нового урожая	1603	1321

Ключевые слова и примеры заголовков	Количество просмотров	
	среднее арифметическое	медиана
«Валовый» — аграрии Адыгеи увеличили валовой сбор кукурузы	1473	1210
«Сев» — аграрии Ростовской области увеличили площадь весеннего сева до 320 тыс. га	1053	932
«Уборка» — в Курской области начали уборку сои и подсолнечника	1267	1126
«Запас» — аграрии Алтая успели сформировать запас импортных семян для проведения посевной	1529	1240
«Озимый» — ущерб от гибели озимых в Татарстане оценили в 1,5 млрд руб.	1214	1072
«Площадь» — в Липецкой области увеличивают посевные площади	1093	975
«Агрометеорологический» — агрометеорологический обзор за март 2021 г.	1346	1224
«Погода» — эксперты оценили зависимость урожая в РФ от погоды	1370	1190
«Экспорт» — аграрии РФ недополучат выручку в 3,5 млрд долл. из-за пошлин на экспорт зерна	1595	1238
«Производство» — в Тамбовской области активно развивается мукомольное производство	1315	1113
«Потребление» — баланс российского рынка ржи: объем рынка, потребление, самообеспеченность, прогнозы	1508	1172
«Субсидия» — регионы довели до аграриев более 70% федеральных субсидий	1229	1051
«Интервенция» — государство намерено использовать механизм закупочных интервенций на рынке зерна	2688	1931
«Пошлина» — экспортная пошлина на пшеницу из РФ с 18 мая снизится с 114,3 до 111,9 долл. за тонну	2437	1898
«Квота» — в России вступает в силу ежегодная квота на экспорт зерновых	2373	1989
«Патрушев» — Дмитрий Патрушев провел совещание по вопросам устойчивого развития АПК	1872	1391
«Ткачёв» — Ткачёв выступил за объединение Россельхознадзора и Роспотребнадзора	1895	1616
«Ограничить» — Россия предложила ограничить экспорт зерна всем странам ЕАЭС	1917	1681

Ключевые слова и примеры заголовков	Количество просмотров	
	среднее арифметическое	медиана
«Запустить» — первый в Дагестане рисовый элеватор планируют запустить к весне 2021 г.	1618	1338
«Открыть» — в Новосибирске открыли современный склад зерновых культур для отправки на экспорт	1516	1337
«Построить» — в Кировской области построили новый элеватор	1741	1472
«Инвестировать» — «Зерно Жизни» инвестирует около 100 млн руб. во вторую очередь семенного завода	1448	1325

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

Как видно из табл. 2, наиболее читаемыми являются новости, в заголовках которых есть слова «интервенция», «пошлина», «дешеветь», «цена», «дорожать», «ограничить», «биржевой», «биржа». Читательское внимание также привлекают фамилии-маркеры [ВЕДОМОСТИ], а именно фамилии министров сельского хозяйства («Ткачёв» и «Патрушев»).

Рассмотрим распределение количества просмотров в зависимости от ключевого слова в заголовке (рис. 1–5).

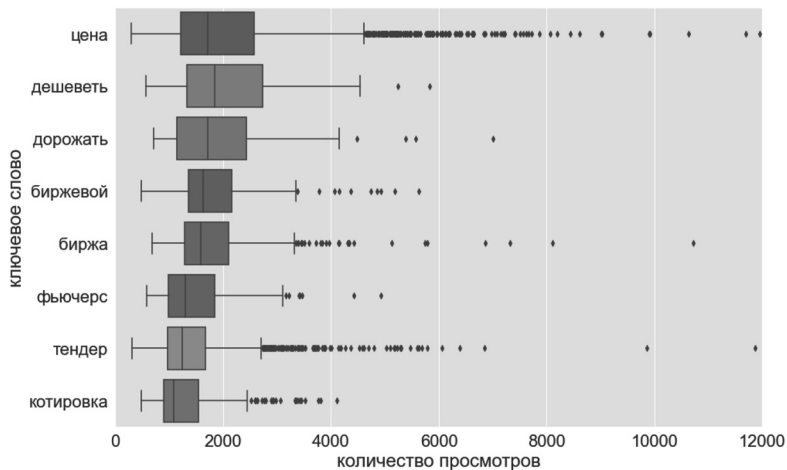


Рис. 1. Распределение количества просмотров в зависимости от ключевого слова в заголовке новостей по теме «Цены»

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

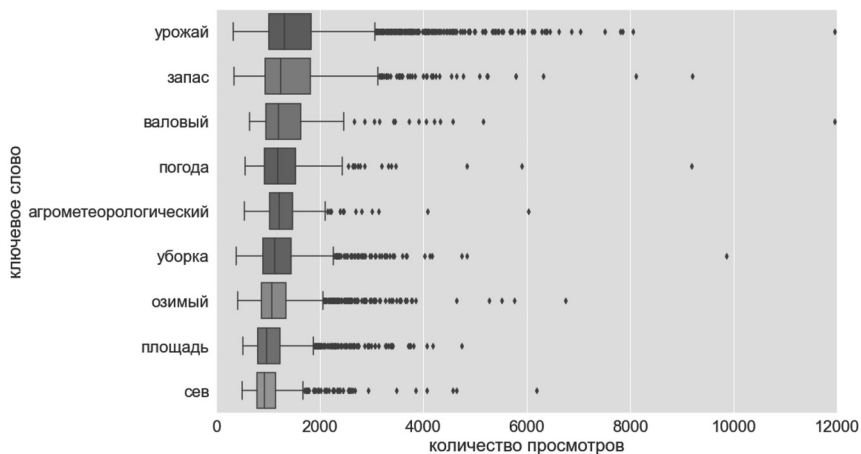


Рис. 2. Распределение количества просмотров в зависимости от ключевого слова в заголовке новостей по теме «Предложение»

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

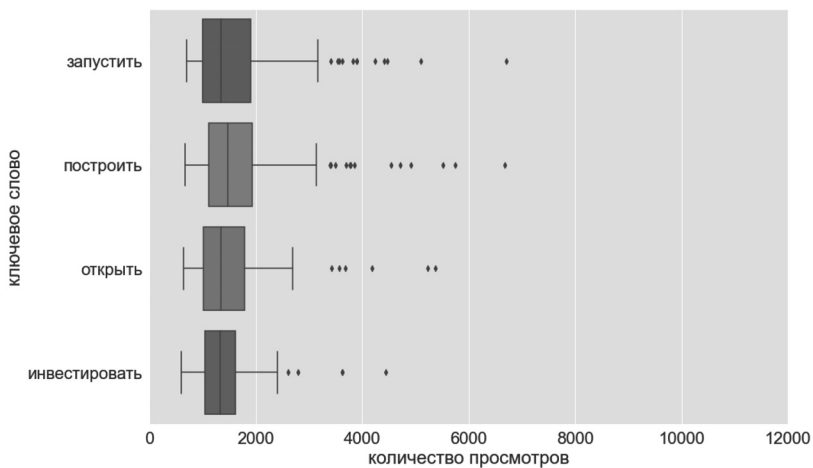


Рис. 3. Распределение количества просмотров в зависимости от ключевого слова в заголовке новостей по теме «Спрос»

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

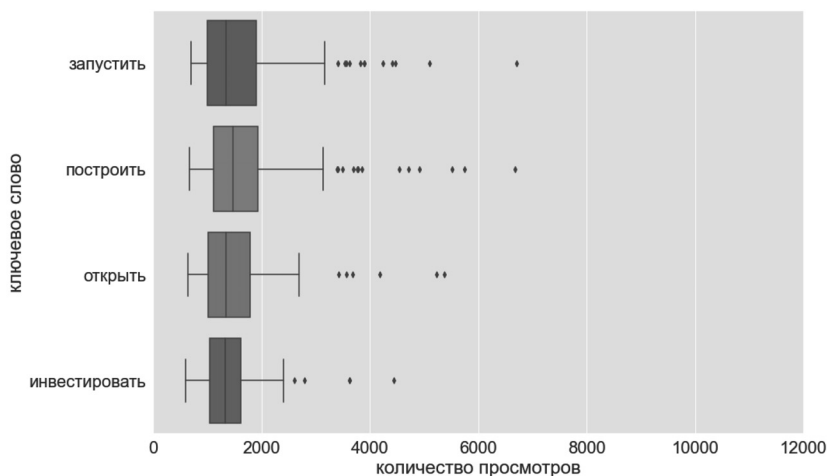


Рис. 4. Распределение количества просмотров в зависимости от ключевого слова в заголовке новостей по теме «Инвестиционная активность»

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

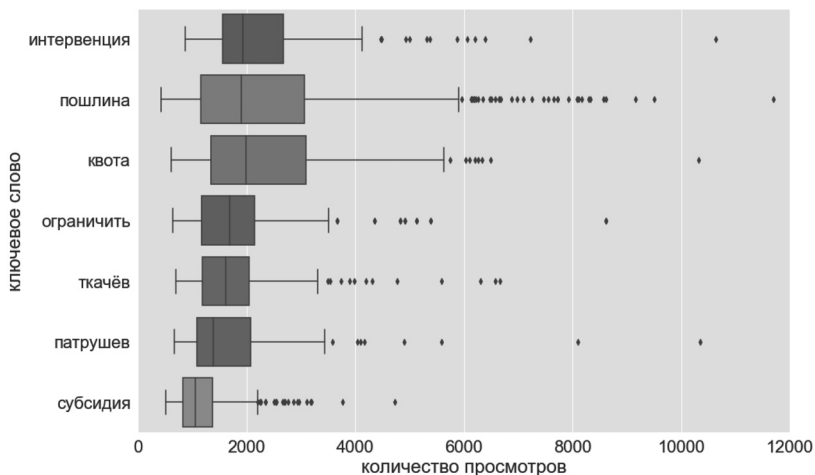


Рис. 5. Распределение количества просмотров в зависимости от ключевого слова в заголовке новостей по теме «Государственная политика в отношении рынка зерна»

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

Как видно из рис. 1–5, популярность тем неодинакова — наибольшую популярность имеют новости, посвященные ценам и государственной политике в отношении рынка зерна, наименьшую — новости, посвященные предложению на рынке зерна.

Некоторые темы («Спрос», «Инвестиционная активность») имеют приблизительно одинаковое распределение количества просмотров подтем, несмотря на различные ключевые слова в заголовке (рис. 3 и 4). В других (рис 1, 2 и 5) популярность новостей сильно варьируется в зависимости от ключевого слова. Так, в теме «Предложение» (рис. 2) новости, посвященные севу, имеют относительно невысокую популярность по сравнению с новостями, в которых говорится об урожае и погоде. А в теме «Государственная политика в отношении рынка зерна» (рис. 5) относительно низок интерес читателей к новостям о субсидиях.

Рассмотрим распределение количества просмотров в зависимости от темы (рис. 6).

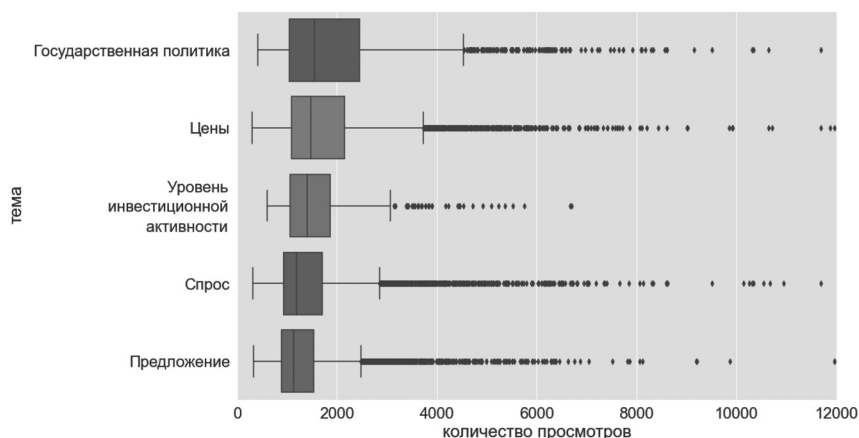


Рис. 6. Распределение количества просмотров в зависимости от темы
Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

Новости по темам «Государственная политика в отношении рынка зерна», «Цены» и «Инвестиционная активность» читаются лучше, чем новости по двум другим темам (см. рис. 6).

Медиана количества просмотров по теме «Государственная политика в отношении рынка зерна» составила 1651, по теме «Цены» — 1514, по теме «Инвестиционная активность» — 1368, по теме «Спрос» — 1174, по теме «Предложение» — 1143 ($p = 0,00000$).

Пост-хок-анализ показал, что количество просмотров по темам «Государственная политика в отношении рынка зерна», «Цены» и «Инвестиционная активность» больше, чем по темам «Спрос» и «Предложение» ($p = 0,00000$).

Анализ не показал статистически значимых различий в количестве просмотров по темам «Государственная политика в отношении рынка зерна», «Цены» и «Инвестиционная активность» ($p = 0,36$, $p = 0,004$, $p = 0,005$).

Количество новостей и количество просмотров варьируется в зависимости от месяца (табл. 3.)

Таблица 3

Среднее количество просмотров новостей по месяцам

Месяц	Среднее количество новостей	Среднее количество просмотров
Январь	3115	1616
Февраль	3743	1494
Март	4201	1430
Апрель	4319	1369
Май	3604	1280
Июнь	4027	1432
Июль	4049	1555
Август	4288	1493
Сентябрь	4221	1546
Октябрь	4418	1449
Ноябрь	3955	1545
Декабрь	3938	1688

Источник: составлено автором на основе данных ИА «Зерно Он-Лайн».

В первой половине сезона количество новостей обычно больше, что объясняется сезонностью деловой активности на рынке зерна. Спрос и предложение зерна, его экспорт и переработка в первой половине сезона выше, чем во второй (Литвиненко, 2022).

Так, больше всего новостей с ключевым словом «тендер» размещается в октябре-ноябре и в феврале. В мае-июне и в декабре количество новостей, посвященных тендерам, минимально, что отражает изменение закупочной активности импортеров.

Среднемесячное количество новостей с ключевым словом «озимый» непрерывно нарастает с июня по октябрь по мере разворачивания озимого сева. После январского провала количество новостей вновь растет в феврале-марте, когда появляется информация о состоянии перезимовавших посевов. В мае освещение этой темы падает до минимума.

Львиная доля новостей с ключевым словом «уборка» размещается в июне-октябре, в период проведения уборочной кампании.

Среднемесячное количество новостей с ключевым словом «экспорт» непрерывно нарастает с июня по декабрь. После январского сокращения оно вновь растет в феврале-апреле и в мае резко падает.

Относительно меньше количество новостей, размещаемых на «Зерно Он-Лайн» в январе и мае (см. табл. 3), объясняется меньшим количеством рабочих дней в эти месяцы.

Среднее количество просмотров новостей в первой половине сезона также обычно больше, чем во второй. Наиболее низкого значения этот показатель достигает в мае (см. табл. 3).

Среднее количество просмотров новостей с ключевым словом «тендер» достигает пика в декабре, со словом «озимый» — в июне и декабре, со словом «уборка» — в июне, со словом «экспорт» — в январе и декабре. Для всех ключевых слов этот показатель находится на минимуме в мае. Поскольку сезонный максимум среднего количества просмотров новостей с конкретным ключевым словом находится близко к сезонному максимуму среднего количества новостей с этим ключевым словом, но обычно не совпадает с ним, можно предположить, во-первых, что интерес читателей следует за ситуацией на зерновом рынке. Во-вторых, при перенасыщении информационного поля одной темой интерес к ней снижается.

Интерес пользователей к некоторым темам за рассматриваемый период (2017–и 2022 гг.) был относительно стабилен (новости, в заголовках которых были слова «озимые», «экспорт», «тендер» и др.).

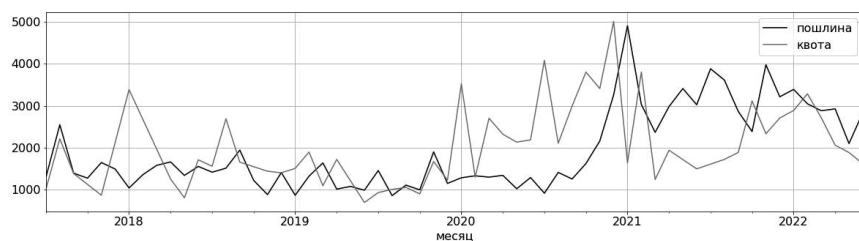


Рис. 7. Ежемесячная динамика количество просмотров новостей со словами «пошлина» и «квота» в заголовке

Некоторые темы вызвали всплески интереса в отдельные моменты времени. Например, с января 2020 г. наблюдается повышенный интерес к новостям, в заголовках которых есть слова «квота» и «ограничить», с января 2021 г. — со словом «пошлина» (рис. 7). Это объясняется тем, что в апреле 2020 г. была установлена квота на экспорт зерна, с 15 февраля 2022 г. — пошлина на вывоз пшеницы, а затем и других культур. Скачок популярности новостей о квотах в январе 2018 г. связан с тем, что неожиданно для участников рынка годовые квоты на импорт украинской пшеницы и кукурузы были полностью выбраны уже на первом раунде по утверждению лицензий на импорт зерна в Евросоюз.

Заключение

Факторы, которые оказывают влияние на рыночную конъюнктуру на рынке и имеют высокую изменчивость, в исследовании были объеди-

нены в пять групп: «Цены», «Предложение», «Спрос», «Государственная политика в отношении рынка зерна», «Инвестиционная активность».

Исследование показало, что важность этих факторов для участников рынка зерна неодинакова — наиболее значимыми являются цены, государственная политика в отношении рынка зерна и уровень инвестиционной активности, наименьшую — предложение. Среди государственных мер, определяющими ситуацию на рынке зерна, можно назвать интервенции и ограничения экспорта (пошлины и квоты).

Исследование подтвердило результаты некоторых ранее опубликованных работ о значительном влиянии на конъюнктуру российского рынка зерна государственной политики регулирования и мировых цен (Жидков, 2018; Нечаев и др., 2009).

Такие факторы, как посевные площади и ход сева, оказывают слабое влияние на конъюнктуру рынка зерна.

Исследование показало, что внимание участников рынка к происходящим процессам сезонно варьируется и совпадает с динамикой деловой активности (Литвиненко, 2022).

При перенасыщении информационного поля одной темой интерес к ней снижается. Данный вывод согласуется с результатами исследования Т. Кормелинка и И. Мейжера (Kormelink, Meijer, 2018), которое показало, что для посетителей новостного сайта основной причиной отказа от клика на заголовок новости было то, что посетитель уже о ней знал.

Ограничением данного исследования является то, что в исследовании не проводился анализ интереса пользователей к новостям в разрезе стран и российских регионов. Он представляется перспективным направлением будущего исследования.

Результаты исследования могут быть использованы для составления экономических прогнозов, бизнес-планов, для корректировки государственной политики в отношении рынка зерна, для формирования редакционной политики информационных агентств и для управления информационной политикой государственных ведомств, регулирующих рынок зерна.

Поскольку новости, касающиеся цен, а также государственной политики в отношении рынка зерна и инвестиций, вызывают наибольший интерес у участников рынка зерна, то информационным агентствам, специализирующимся на сельскохозяйственной тематике, рекомендуется делать акцент на освещении именно этих тем.

Специализированным информационным агентствам рекомендуется учитывать сезонные изменения интереса к событиям на рынке зерна при принятии управленческих решений. В частности, в первой половине сельскохозяйственного сезона может быть целесообразно привлекать дополнительный персонал.

Учитывая значительное влияние, какое оказывают на рынок зерна государственные меры и повышенный интерес к ним со стороны участни-

ков рынка зерна, органам власти рекомендуется заранее и на широкую аудиторию распространять информацию о запланированных мерах государственного регулирования. Перспективным направлением дальнейших исследований может быть решение практического вопроса о том, обеспечивают ли имеющиеся источники распространения информации (официальный сайт и телеграм-канал Минсельхоза РФ, сайты региональных органов власти и др.) достаточную оперативность и широту охвата.

Список литературы

Алтухов, А. И. (2008). *Зерновое хозяйство Российской Федерации: Современные тенденции развития*. ГНУ ВНИИЭСХ.

Бодриков, Д. В. (2008). Методика анализа сложной динамики цен на зерновые. *Прикладная эконометрика*, 2(10), 11–20.

Деева, И. В., Муха, А. В., & Федосеева, Н. И. (2020). Тематические предпочтения аудитории региональных СМИ на примере интернет-портала «Блокнот Ростов-на-Дону». *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*, 2(32), 138–144.

Жидков, С. А. (2019). Конъюнктура рынка зерна России: Особенности, тенденции и перспективы изменения. *Вопросы региональной экономики*, 4(41), 23–27.

Жидков, С. А. (2018). *Приоритетные направления развития рынка зерна в России*. Общество с ограниченной ответственностью «БИС».

Ильиных, Д. Г. (2021). Медиаповедение аудитории региональных интернет-СМИ Курганской и Тюменской областей в период пандемии COVID-19: Сравнительный анализ. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 3(41), 103–111. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10312>. EDN XUNSYV.

Колесниченко, А. В. (2018). Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-новых СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 1, 26–42.

Литвиненко, Т. В. (2022). Сезонность на российском рынке пшеницы. *Научные исследования и разработки. Экономика фирмы*, 11(2), 68–76. <https://doi.org/10.12737/2306-627X-2022-11-2-68-76>. EDN EGFKDL.

Миненко, А. В. (2021). Оценка факторов ценообразования на зерновом рынке Алтайского края. *Инновационные научные исследования*, 10–1(12), 129–134. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5595208>

Нечаев, В. И., Медведев, Ю. А., Огнева, А. А., & Пролыгина, Н. А. (2009). Методические подходы к анализу и прогнозу конъюнктуры рынка зерна. *Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки*, 4(12), 67–79.

Понькина, Е. В., & Комаров, П. В. (2013). Рынок зерна Алтайского края: Исследование процессов ценообразования. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*, 8(106), 143–149. <https://doi.org/EDN PHSPQR>.

Рязанов, В. А. (2022). Влияние мирового рынка на внутренние цены на зерно в России. *Вестник Института экономики Российской академии наук*, 4, 50–59. https://doi.org/10.52180/2073-6487_2022_4_50_59. EDN HLWRLZ.

Светлов, Н. М. (2019). Ретроспективный анализ эффекта введения экспортных пошлин на зерно. *Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии*, 6, 81–99. <https://doi.org/10.34677/0021-342x-2019-6-81-99>. EDN SNGCUX.

Терченко, Э. Б. (2020). Читательские предпочтения аудитории делового издания (на примере сайта газеты «Ведомости»). *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 1, 42–58. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2020.4258>. EDN RLDIQU.

Anderson, C. W. (2011). Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism*, 12(5), 550–566. <https://doi.org/10.1177/14648849114024>

Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2012). How Users Take Advantage of Different Forms of Interactivity on Online News Sites: Clicking, E-Mailing, and Commenting. *Human Communication Research*, 38(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2011.01418.x>

Campbell, I. H., & Rudan, I. (2020). Analysis of public engagement with ten major global health topics on a social network profile and a newspaper website. *J Glob Health*, 10(1:010902). <https://doi.org/10.7189/jogh.10.010902>

Kormelink, T. G., & Meijer, I. C. (2018). What clicks actually mean: Exploring digital news user practices. *Journalism*, 19(5), 668–683. <https://doi.org/10.1177/1464884916688290>

Tenenboim, O., & Cohen, A. A. (2015). What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news. *Journalism*, 16(2), 198–217. <https://doi.org/10.1177/1464884913513996>

Tewksbury, D. (2003). What Do Americans Really Want to Know? Tracking the Behavior of News Readers on the Internet. *Journal of Communication*, 53(4), 694–710. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02918.x>

References

Altukhov, A. I. (2008). *Grain economy of the Russian Federation: Modern development*. GNU VNIIESKH.

Bodrikov, D. V. (2008). Methodology for analyzing the dynamics of prices for cereals. *Applied Econometrics*, 2(10), 11–20.

Deeva, I. V., Mukha, A. V., & Fedoseeva, N. I. (2020). Thematic representations of media presentations on the Internet portal “Notebook Rostov-on-Don”. *Bulletin of the Volga University by V. N. Tatishchev*, 2(32), 138–144.

Ilinykh, D. G. (2021). Media Behavior of the Online Media Presentation of the Kurgan and Tyumen Economy during the COVID-19 Pandemic: A Comparative Analysis. *Sign: problematic field of media education*, 3(41), 103–111. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10312>. EDN SYUNSYV.

Kolesnichenko, A. V. (2018). Demand for genres of journalistic texts in online media. *Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*, 1, 26–42.

Litvinenko, T. V. (2022). Seasonality in the Russian wheat market. Scientific research and development. *Economics of the Firm*, 11(2), 68–76. <https://doi.org/10.12737/2306-627X-2022-11-2-68-76>. EDN EGFKDL.

Minenko, A. V. (2021). Assessment of pricing factors in the grain market of the Altai Territory. *Innovative Scientific Research*, 10–1(12), 129–134. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5595208>

Nechaev, V. I., Medvedev, Yu. A., Ogneva, A. A., & Prolygina, N. A. (2009). Methodical approaches to the analysis and forecast of the conjuncture of the consumer market. Bulletin of the Institute of Friendship of the Peoples of the Caucasus (Theory of Economics and Management of the National Economy). *Economic Sciences*, 4(12), 67–79.

Ponkina, E. V., & Komarov, P. V. (2013). Implementation Market of the Altai Territory: A Study of Pricing Processes. *Bulletin of the Altai State Agrarian University*, 8(106), 143–149. <https://doi.org/EDNPHSPQR>

Ryazanov, V. A. (2022). Influence of the international market on food prices for cereals in Russia. *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, 4, 50–59. https://doi.org/10.52180/2073-6487_2022_4_50_59. EDN HLWRLZ.

Svetlov, N. M. (2019). Retrospective analysis of the impact of exports on grain. *News of the Timiryazev Agricultural Academy*, 6, 81–99. <https://doi.org/10.34677/0021-342x-2019-6-81-99>. EDN SNGCUX.

Terchenko, E. B. (2020). Readers' preferences of the exhibition of a business publication (at the exhibition of the Vedomosti newspaper). *Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*, 1, 42–58.

Zhidkov, S. A. (2018). *Priority directions for the development of the consumer market in Russia*. Limited Liability Company “BIS”.

Zhidkov, S. A. (2019). Russian consumer market conjuncture: features, prospects and prospects. *Questions of the current economy*, 4(41), 23–27.