

Научная статья

Original article

УДК 338.12.017

doi: https://doi.org/10.55186/25880209_2026_10_2_14

edn: GPZSMP

**АНАЛИЗ РЫНКА МЯСА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ С ПОМОЩЬЮ
МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ М. ПОРТЕРА
MARKET ANALYSIS OF THE RYAZAN REGION MEAT INDUSTRY
USING MICHAEL PORTER'S COMPETITIVE FORCES MODEL**



Афанасьева Юлия Станиславовна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры бизнеса и управления, Рязанский филиала Московского университета имени С.Ю. Витте, Рязань, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0678-1990>, kalab-yuliya@yandex.ru

Кострова Юлия Борисовна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой бизнеса и управления, Рязанский филиала Московского университета имени С.Ю. Витте, Рязань, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5693-2267>, ubkostr@mail.ru

Шибаршина Ольга Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой бизнеса и управления, Рязанский филиала Московского университета имени С.Ю. Витте, Рязань, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8843-9661>, oshibarshina@mail.ru

Yuliya S. Afanasyeva, PhD in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Business and Management, Ryazan branch of the «Moscow Witte University», Ryazan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0678-1990>, kalab-yuliya@yandex.ru

Yuliya B. Kostrova, PhD in Economy, Associate Professor, Head of the Department of Business and Management, Ryazan branch of the «Moscow Witte University», Ryazan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5693-2267>, ubkostr@mail.ru

Olga Yu. Shibarshina, PhD in Sociology, associate professor, Deputy Head of the Department of Business and Management, Ryazan branch of the «Moscow Witte University», Ryazan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8843-9661>, oshibarshina@mail.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена комплексному структурному анализу рынка мяса Рязанской области с использованием классической методологии Майкла Портера — модели пяти сил конкуренции. Данный инструмент позволил оценить долгосрочные перспективы развития отрасли, выявить интенсивность конкурентного давления и определить наиболее перспективные направления для формирования устойчивого конкурентного преимущества. Рынок мяса в регионе функционирует в условиях высокой капиталоемкости и значительного насыщения, что обусловлено присутствием как локальных производителей, так и крупных федеральных агрохолдингов. Исследование показало, что уровень внутриотраслевой конкуренции оценивается как высокий (9 баллов), что продиктовано низкой дифференциацией стандартизированной продукции и высокой эластичностью спроса по цене. Анализ угроз выявил высокое давление со стороны товаров-заменителей (рыба, растительные альтернативы), что требует от производителей постоянного учета потребительских трендов в сторону здорового питания. Угроза входа новых игроков в крупнотоннажные сегменты (птица, свинина) остается низкой благодаря колоссальным инвестиционным барьерам, необходимости экономии на масштабе и строгим требованиям биобезопасности. Выраженным фактором давления является власть покупателей (7 баллов), концентрирующихся в лице федеральных розничных сетей, диктующих ценовую политику и условия сотрудничества. Влияние поставщиков (кормов, оборудования) также оценивается как

высокое (7 баллов), особенно в условиях современных логистических и геополитических ограничений, что подчеркивает критическую важность вертикальной интеграции. В результате структурного анализа сделан вывод о умеренной общеотраслевой привлекательности рынка мяса Рязанской области. Для сохранения конкурентоспособности компаниям рекомендуется сосредоточиться на повышении дифференциации через улучшение качества переработки (нарезка, снижение жировых включений), развитие собственного кормового обеспечения и активное взаимодействие с потребителями через программы лояльности для снижения ценовой чувствительности.

Abstract. This article is dedicated to a comprehensive structural analysis of the meat market in the Ryazan Oblast using Michael Porter's classic methodology—the Five Forces of Competition model. This tool allowed for the assessment of the long-term development prospects of the industry, the identification of the intensity of competitive pressure, and the determination of the most promising directions for forming sustainable competitive advantage. The meat market in the region operates under conditions of high capital intensity and significant saturation, due to the presence of both local producers and large federal agro-holdings. The study showed that the level of intra-industry competition is assessed as high (9 points), which is dictated by the low differentiation of standardized products and high price elasticity of demand. Threat analysis revealed high pressure from substitute goods (fish, vegetable alternatives), which requires producers to constantly account for consumer trends toward healthy eating. The threat of new entrants in high-volume segments (poultry, pork) remains low due to colossal investment barriers, the need for economies of scale, and strict biosecurity requirements. A pronounced factor of pressure is the bargaining power of buyers (7 points), concentrated in the form of federal retail chains that dictate pricing policy and terms of cooperation. The influence of suppliers (feed, equipment) is also assessed as high (7 points), especially under current logistical and geopolitical constraints, which emphasizes the critical importance of vertical integration. As a result of the structural analysis,

it was concluded that the overall industry attractiveness of the meat market in the Ryazan Oblast is moderate. To maintain competitiveness, companies are advised to focus on increasing differentiation through improving processing quality (cutting, reducing fat content), developing their own feed supply, and actively engaging with consumers through loyalty programs to reduce price sensitivity.

Ключевые слова: модель пяти сил Портера, структурный анализ отрасли, конкурентное преимущество, рынок мяса Рязанской области, капиталоемкость, вертикальная интеграция, власть покупателей, барьеры входа, дифференциация продукта, ценовая конкуренция

Keywords: Porter's Five Forces model, industry structure analysis, competitive advantage, Ryazan Oblast meat market, capital intensity, vertical integration, buyer power, entry barriers, product differentiation, price competition

Введение

Рынок мяса Российской Федерации представляет собой одну из наиболее капиталоемких и стратегически важных отраслей агропромышленного комплекса, функционирующую в условиях значительной насыщенности и сложного регуляторного ландшафта. В последние годы на региональных рынках, как, например, рынок мяса Рязанской области, усиливается давление, обусловленное как высокой концентрацией крупных федеральных агрохолдингов, так и ростом потребительского спроса на качество и дифференциацию продукции. Понимание долгосрочных перспектив и способности отрасли генерировать прибыль напрямую зависит от глубины структурного анализа.

В условиях необходимости обеспечения продовольственной безопасности и повышения эффективности региональных агропромышленных комплексов, критически важным становится не только наращивание объемов производства, но и формирование устойчивого конкурентного преимущества на локальном уровне. Рязанская область, обладающая значительным производственным потенциалом в животноводстве, является репрезентативной площадкой для оценки

современных отраслевых вызовов, включая зависимость от цен на корма и высокую переговорную силу крупных розничных сетей.

Целью настоящей статьи является проведение комплексного структурного анализа рынка мяса Рязанской области для оценки его долгосрочной привлекательности и определения наиболее перспективных векторов развития конкурентной стратегии региональных производителей.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- применить классическую методологию Модели пяти сил конкуренции Майкла Портера для систематизации и оценки уровня конкурентного давления на рынке мяса Рязанской области;
- количественно оценить интенсивность пяти ключевых сил (внутриотраслевая конкуренция, угроза входа новых игроков, угроза товаров-заменителей, власть покупателей (ритейла), власть поставщиков);
- на основе полученных результатов структурного анализа сформулировать практические рекомендации для местных производителей по повышению дифференциации продукта и обеспечению устойчивости в условиях высокой ценовой конкуренции.

В рамках исследования использованы следующие ключевые понятия: модель пяти сил Портера, структурный анализ отрасли, капиталоемкость, вертикальная интеграция, барьеры входа, а также специфические для Рязанской области показатели, связанные с насыщением рынка и концентрацией сбытовых каналов.

Результаты и обсуждение

Воспользуемся моделью пяти сил конкуренции М. Портера для исследования рынка мяса Рязанской области.

Конкуренция среди действующих производителей мяса – это самая мощная из пяти сил Портера на большинстве секторов данного рынка, особенно в сегментах птицы и свинины, где наблюдается высокая степень вертикальной интеграции и стандартизации продукции [7].

Оценка текущего уровня конкуренции на рынке мяса Рязанской области представлена в таблице 1.

Таблица 1. Оценка текущего уровня конкуренции на рынке мяса Рязанской области

Table 1. Assessment of the current level of competition in the Ryazan region meat market

Параметры оценки	Характеристика	Оценка
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка	3 балла
Темп роста рынка	Высокий	1 балл
Уровень дифференциации продукта на рынке	Участники рынка продают стандартизированный товар	3 балла
Ограничение в повышении цен (оценка эластичности спроса)	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия затрат	2 балла
Итого: Высокий уровень внутриотраслевой конкуренции		9 баллов

По количеству игроков в регионе фиксируется высокий уровень насыщения рынка. В Рязанской области зарегистрировано более 30 предприятий, занимающихся производством мяса и мясной продукции. Кроме того, на региональном рынке присутствует также продукция из других регионов (например, от крупного конкурента – компании ООО «АПХ «МИРАТОРГ», ООО «ГК «Русагро» и др.), поэтому уровень насыщения рынка можно считать высоким.

Темп роста рынка – высокий. Отечественное производство мяса после некоторого замедления темпов роста вновь набирает обороты. Работать на насыщенном рынке становится все сложнее, предприятиям придется корректировать стратегии развития бизнеса.

Уровень дифференциации продукта на рынке – низкий, так как участники рынка в основном продают стандартизированный товар. В целом рынок мяса достаточно стандартизирован, представлены стандартные части отруба: вырезка, окорок, лопатка и т. п. Дифференциация может быть только по качеству обработки мяса, свежести, вкусовым особенностям и т. п.

Ограничение в повышении цен (оценка эластичности спроса) достаточно серьезные. Возможность к повышению цен имеется только в рамках покрытия затрат. Потребители чувствительны к цене, компании могут повышать цены для покрытия своих затрат.

Выделим ключевые факторы, усиливающие конкуренцию:

1. медленный рост рынка или перенасыщение: в зрелых сегментах, таких как птица в развитых регионах, рост спроса замедляется, заставляя компании бороться за долю рынка, что проявляется в агрессивном ценообразовании;
2. высокие барьеры выхода: огромные инвестиции в основные фонды (бойни, кормовые заводы, племенные базы) делают выход из бизнеса крайне затратным. Это вынуждает компании продолжать работу даже при минимальной прибыльности, усугубляя ценовые войны;
3. низкая дифференциация продукции: значительная часть мяса (охлажденное, замороженное, в тушах) является сырьевым товаром. Конкуренция смещается в ценовую плоскость. Дифференциация возможна через брендинг (органическое, халяльное, фермерское мясо) или развитие глубокой переработки;
4. высокие стратегические ставки: для крупных агрохолдингов (например, «Мираторг», «Черкизово») доля рынка мяса является ключевым элементом их агропромышленного портфеля, что приводит к агрессивным инвестициям и экспансии.

Следующим этапом анализа рынка мяса Рязанской области является оценка угроз со стороны товаров-заменителей (таблица 2).

Таблица 2. Оценка угроз со стороны товаров-заменителей на рынке мяса Рязанской области

Table 2. Assessment of threats from substitute products in the Ryazan region meat market

Параметр оценки	Характеристика	Оценка параметра
Товары-заменители, например, способные обеспечить то же самое качество по более низким ценам	Существуют и занимают высокую долю на рынке. Высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей	3 балла

Товары-заменители существуют и занимают высокую долю на рынке. В их качестве можно рассматривать рыбу, соевое мясо и т. п.

Барьеры входа на рынок мяса традиционно считаются высокими, что сдерживает приток новых, неинтегрированных конкурентов. Однако этот уровень барьеров сильно варьируется в зависимости от масштаба производства.

Угроза входа новых участников на рынок мяса является одним из ключевых стратегических факторов, определяющих долгосрочную структуру отрасли и уровень конкурентного давления. В соответствии с моделью Портера, чем выше барьеры входа, тем ниже угроза и тем выше потенциальная прибыльность существующих фирм. Рынок мяса, благодаря своим капиталоемким и высокорегулируемым характеристикам, традиционно имеет высокие барьеры. Однако эти барьеры не являются абсолютными и могут быть преодолены при наличии определенных условий.

Экономия на масштабе при производстве продукции существует только у крупных участников рынка мяса. Благодаря внедрению автоматизации им удастся добиться большей производительности относительно других игроков. Однако на рынке присутствует большое количество мелких игроков (например, местные фермеры), у которых объемы производства мяса на убой значительно ниже [8].

К основным барьерам входа можно отнести:

- капиталоемкость: строительство современного комбината по переработке мяса или птицефабрики полного цикла требует сотен миллионов долларов инвестиций;
- экономия на масштабе: крупные игроки получают значительные преимущества в закупочных ценах на корма (до 70% себестоимости в птицеводстве), логистике и переработке. Анализ показывает, что производитель, выпускающий менее 100 тыс. тонн готовой продукции в год, часто не может конкурировать по цене с лидерами рынка, имеющими объемы более 500 тыс. тонн;
- регуляторные требования и лицензирование: строгие санитарные, ветеринарные нормы и требования по обеспечению биобезопасности (особенно актуально в контексте эпизоотий АЧС или птичьего гриппа) являются серьезным препятствием для новичков;
- доступ к сбытовым каналам: заключение долгосрочных контрактов с крупными розничными сетями (X5 Group, «Магнит») требует от поставщика стабильности объемов и высокого уровня сервиса, что сложно обеспечить малому бизнесу.

Самым значительным сдерживающим фактором является колоссальная потребность в капитале для создания производственных мощностей, сопоставимых с лидерами рынка. Вертикально интегрированные холдинги контролируют всю цепочку: от производства кормовых ингредиентов и селекции до убоя, первичной и глубокой переработки, и дистрибуции.

Для успешного входа в сегмент промышленного производства мяса птицы или свинины, новому игроку необходимо обеспечить производственную мощность, позволяющую минимизировать удельные затраты. Анализ показывает, что для достижения паритета по издержкам с лидерами, необходимы инвестиции в десятки миллиардов рублей (или сотни миллионов долларов) только для создания базовой инфраструктуры (селекционные центры, промышленные фермы, убойные цеха). Например, строительство современного свинокомплекса на 100 000 голов в год требует

инвестиций, превышающих 1 млрд руб., при этом выход на проектную мощность может занять 3-5 лет, в течение которых компания несет значительные операционные убытки.

Тем не менее, низкая угроза входа не означает ее полного отсутствия. В нишевом сегменте (крафтовые продукты, узкоспециализированная переработка, мясо редких пород) барьеры ниже, и здесь возможно появление целенаправленных стартапов, ориентированных на высокую добавленную стоимость. Оценка угрозы появления новых игроков на рынке мяса Рязанской области представлена в таблице 3.

Таблица 3. Оценка угрозы появления новых игроков на рынке мяса Рязанской области

Table 3. Assessment of the threat of new players entering the meat market in the Ryazan region

Параметры оценки	Характеристика	Оценка параметра
Экономия на масштабе при производстве продукции	Существует только у нескольких игроков рынка	2 балла
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	2-3 крупных игрока занимают около 80% рынка	3 балла
Дифференциация продукта	Существуют микронизи с неудовлетворенными потребностями	2 балла
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	Высокий (окупается более чем за 1 год работы)	1 балл
Доступ к каналам распределения	Доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	2 балла
Отраслевая и антимонопольная политика государства	Государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	2 балла
Готовность существующих участников рынка к снижению цен	Крупные участники рынка не пойдут на снижение цен	2 балла
Темп роста отрасли	Высокий и растущий	3 балла
Итого: Высокий уровень угрозы входа новых игроков		17 баллов

Даже при наличии производственных мощностей, получение выгодных контрактов с крупными розничными сетями представляет собой серьезное препятствие. Ритейлеры предпочитают работать с небольшим числом

крупных, надежных поставщиков, способных гарантировать стабильные объемы, высокое и однородное качество, а также предоставлять гибкие условия отсрочки платежа.

Новому игроку часто приходится начинать с менее прибыльных каналов (мелкий опт, локальные рынки), где ценовая конкуренция выше, а маржинальность ниже, что затрудняет накопление капитала для дальнейшего роста и интеграции.

В Рязанской области имеется множество каналов распределения мясной продукции: рынки, магазины (супермаркеты, гипермаркеты, магазины у дома и прочее), ярмарки выходного дня и т. д. Ограничением для входа является наличие ветеринарных свидетельств и иных документов, доказывающих качество продукции.

Государственное регулирование в сфере производства пищевых продуктов, особенно животноводства, создает значительные нефинансовые барьеры [10]. Получение разрешений на строительство, соблюдение санитарных норм, программ субсидирования и отчетности требует опыта и административных ресурсов, которыми обладают только крупные, устоявшиеся компании.

Ключевым аспектом является биобезопасность. Вспышки африканской чумы свиней (АЧС) или высокопатогенного гриппа птиц могут уничтожить все поголовье. Соблюдение многоуровневых протоколов защиты, карантинирование, и страхование от этих рисков — это сложность, которую сложно учесть новичку.

Крупные участники рынка не пойдут на снижение цен. Они не заинтересованы в этом из-за высокого уровня узнаваемости их брендов.

Темп роста отрасли – высокий и растущий. Отечественное производство мяса в условиях развития импортозамещения набирает обороты. Работать на насыщенном рынке становится все сложнее, предприятиям приходится корректировать стратегии развития бизнеса.

Таким образом, угроза входа новых игроков в крупнотоннажные сегменты рынка мяса (птица и свинина) оценена как низкая [5]. Высокие капитальные затраты, необходимость в экономии на масштабе, жесткие регуляторные требования по биобезопасности и трудности с получением контрактов с ключевыми дистрибьюторами служат эффективным, многоуровневым заслоном. Однако, при наличии значительной государственной поддержки или прорывных инноваций в технологиях ситуация может измениться. В нишевых сегментах (фермерское мясо, редкие породы) угроза остается умеренной, так как вход возможен с фокусом на высокое ценообразование, а не на объемы [4].

Власть покупателей на рынке мяса возрастает благодаря высокой концентрации конечных сбытовых каналов, особенно розничной торговли, которая приобретает более 60% продукции (таблица 4).

Таблица 4. Основные группы покупателей на рынке мяса Рязанской области
Table 4. The main groups of buyers in the Ryazan region meat market

Тип Покупателя	Объем Закупок (Доля в общем объеме)	Власть над производителем
Федеральные розничные сети (ритейл)	> 65% (ключевые рынки)	Очень высокая
Предприятия общественного питания (HoReCa)	15-20%	Умеренная (контракты)
Компании глубокой переработки	10-15%	Высокая (через объем)

В таблице 5 дадим оценку влияния потребителей на рынок мяса Рязанской области.

Таблица 5. Оценка влияния потребителей на рынок мяса Рязанской области

Table 5. Assessment of consumer impact on the Ryazan region meat market

Параметр оценки	Характеристика	Оценка параметра
Доля покупателей с большим объемом продаж	Объем продаж относительно равномерно распределен между всеми потребителями	1 балл
Склонность потребителей к переключению на товары-заменители	Товар компании в некоторой степени уникален, есть отличительные характеристики, важные для клиентов	2 балла
Чувствительность к цене (эластичность спроса)	Покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	2 балла
Потребители не удовлетворены качеством товаров, существующих на рынке	Неудовлетворенность дополнительными характеристиками товара	2 балла
Итого: Средний уровень влияния потребителей на компанию		7 баллов

Склонность потребителей к переключению на товары-заменители - средняя. Мясо отличается по питательным, вкусовым и иным характеристикам от других видов продовольственных товаров [6]. Переключение на другие товары стимулируется с одной стороны к повышению популярности здорового образа жизни и соответствующего ему питания (рыба, морепродукты, продукция растениеводства) с одной стороны, а с другой стороны ограничивается превосходящими темпами роста цен на товары-заменители [9].

Проведенные ранее авторами исследования показывают, что часто потребители не удовлетворены качеством мясных товаров, предлагаемых на рязанском рынке [3]. У них возникает недовольство относительно таких характеристик товара, как его нарезка, качество обработки и т. п.

Переговорная сила покупателей на рынке мяса очень высока, что обусловлено несколькими факторами:

- концентрация розничной торговли: доминирование крупных федеральных розничных сетей (ритейлеров) означает, что небольшое число покупателей оперируют огромными объемами закупок. Ритейлеры могут диктовать цены, условия отсрочки платежа и требования к упаковке;

- низкая стоимость переключения для потребителя: для конечного покупателя (как B2C, так и B2B) переключиться с одного производителя охлажденного мяса на другого часто не влечет значительных издержек, что усиливает ценовую чувствительность.

- чувствительность к цене: мясо составляет значительную долю в потребительской корзине. Эластичность спроса на рынке мяса невысокая. В то же время с увеличением цены спрос на высококачественные виды мясной продукции может снизиться, покупатели могут перейти на более дешевое мясо или иные заменители. Однако нельзя сказать, что покупатель будет всегда переключаться на товары с более низкой ценой, останутся и те, которые будут покупать качественную мясную продукцию даже при значительном росте цен на нее.

Потребители, ориентированные на переработку (например, производители полуфабрикатов или колбасных изделий), могут использовать объем закупок для достижения значительных скидок, иногда требуя снижения цены на 8-12% от базовой прайс-листы для обеспечения рентабельности своих операций.

В целом влияние потребителей на рынок мяса Рязанской области можно охарактеризовать как среднее.

В мясной отрасли поставщики играют двоякую роль. В большинстве случаев их влияние на конечного производителя мяса ограничено, но в определенных секторах их сила возрастает.

Основные поставщики сырья и ресурсов — производители кормов, ветеринарных препаратов, оборудования и генетического материала. В настоящих реалиях, в связи с закрытием границ, наблюдаются значительные проблемы с количеством промышленных поставщиков.

Оценка рыночного влияния поставщиков на рынок мяса Рязанской области представлена в таблице 6.

Таблица 6. Оценка рыночного влияния поставщиков на рынок мяса Рязанской области

Table 6. Assessment of the market influence of suppliers on the Ryazan region meat market

Параметр оценки	Характеристика	Оценка параметра
Количество поставщиков	Незначительное количество поставщиков	2 балла
Ограниченность ресурсов поставщиков	Ограниченность в объемах	2 балла
Издержки переключения	Высокие издержки, связанные со сменой поставщика	2 балла
Приоритетность направления для поставщика	Высокая приоритетность отрасли и компаний для поставщика	1 балл
Итого: Высокий уровень влияния поставщиков		7 баллов

В Рязанской области, где доля кормов составляет 60-70% в себестоимости мяса птицы и свинины, зависимость от цен на зерно (пшеница, кукуруза) и соевый шрот высока. Если производители кормов или поставщики ключевых ингредиентов (например, премиксов) высококонцентрированы, их переговорная сила возрастает, что было особенно заметно в 2024-2025 годы из-за мирового роста цен на продовольствие [2].

Производители высокотехнологичного оборудования (рефрижераторы, системы вентиляции, генетический материал) часто представлены олигополиями. Поскольку переключение на другого поставщика оборудования является дорогим, их власть умеренная или высокая.

Вертикальная интеграция, которую активно практикуют лидеры рынка, является прямым ответом на эту силу [1]. Для снижения издержек переключения у производителей мяса имеется возможность развивать собственное производство растениеводческой продукции, чтобы быть максимально независимой по зерну при производстве комбикормов для животных. Полный цикл «от поля до прилавка», когда агрохолдинг сам выращивает кормовую базу, минимизирует зависимость. Однако в этом случае появляется зависимость от поставщиков семян.

Приоритетность данного рынка для поставщиков - высокая. Переориентация производителей ресурсов на другие направления часто просто невозможна или чрезвычайно затратна.

В таблице 7 обобщим результаты анализа рынка мяса Рязанской области с помощью модели конкуренции М. Портера.

Таблица 7. Обобщение результатов анализа рынка мяса Рязанской области

Table 7. Summary of the results of the meat market analysis in the Ryazan region

Параметры	Значение	Описание
Уровень отраслевой конкуренции	Высокий (9 баллов)	Рынок мяса обладает высоким уровнем отраслевой конкуренции. Наблюдается высокий уровень насыщения рынка и темпов роста отрасли. Компании могут повышать цены на продукцию, но их возможности ограничены, так как покупатели чувствительны к росту цен.
Уровень угрозы со стороны товаров-заменителей	Высокий (3 балла)	Высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей. В данном случае ими будут являться рыба, морепродукты, растительное мясо и т. п.
Уровень угрозы появления новых игроков	Высокий (17 баллов)	Невысокий риск входа на рынок новых игроков из-за высоких входных барьеров и наличия крупных игроков на рынке, которые занимают его большую долю.
Уровень влияния потребителей	Средний (7 баллов)	Уровень влияния потребителей средний, так как товар в некоторой степени уникален, покупатель будет переключаться на более дешевую продукцию только при значимой разнице в цене. При этом существует неудовлетворённость дополнительными характеристиками товара.
Уровень влияния поставщиков	Высокий (7 баллов)	Высокий уровень влияния поставщиков. Возможно возникновение трудностей при смене поставщика.

Выводы

Проведенный в данной статье анализ с использованием модели пяти сил Портера показал, что общеструктурная привлекательность рынка мяса Рязанской области умеренная, с сильным давлением, исходящим от соперничества между существующими игроками и власти покупателей (ритейла). Интенсивная ценовая конкуренция в сырьевых сегментах (туши, базовые отрубы) и высокая капиталоемкость ограничивают норму прибыли.

Компаниям, работающим на рынке мяса, стоит обратить внимание на следующие аспекты:

1. прогнозирование действий конкурентов и опережение их в развитии, систематический мониторинг рынка, проведение сравнительных анализов продукции;
2. развитие собственного растениеводства для уменьшения зависимости от поставщиков;
3. необходимо контролировать качество мяса, повышать его вкусовые качества, для этого следует работать с качеством кормов и пищевых добавок;
4. необходимо повышать на качество обработки продукции, от таких нюансов, как нарезка мяса, наличие большого процента жира относительно мяса, соотношение кости и мяса сильно зависит выбор покупателей.
5. реализация специальных программ взаимодействия с потребителями, например, программ лояльности.

Литература

1. Афанасьева Ю.С., Ильин М.Е. Трансформация показателей деятельности отдельных отраслей российской экономики в современных условиях // Человек - Семья - Общество - Государство - Бизнес: формирование образа будущего России : Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2024. С. 39-48.
2. Кострова Ю.Б. Формирование рыночной системы реализации продовольственной продукции в РФ // Экономика и право: теоретические и практические проблемы современности : материалы международной научно-практической конференции. – Казань: ООО "Бук", 2016. С. 120-124.
3. Кострова Ю.Б., Лящук Ю.О., Шибаршина О.Ю. Социально-экономические аспекты повышения региональной продовольственной безопасности (на материалах Рязанской области). - Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2018. 174 с.

4. Кострова Ю.Б., Федоскина И.В. Особенности анализа спроса на сельскохозяйственную продукцию // Вестник Рязанского государственного агротехнологического университета им. П.А. Костычева. 2009. № 2. С. 50-51.
5. Лящук Ю.О. Внутренние факторы конкурентоспособности предприятий АПК // Вклад университетской аграрной науки в инновационное развитие агропромышленного комплекса : Материалы 70-й Международной научно-практической конференции. Том Часть 1. – Рязань: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П.А. Костычева, 2019. С. 298-303.
6. Новак А.И., Лящук Ю.О., Иванищев К.А., Платонова О.В. Анализ показателей качества и безопасности при производстве халяльной мясной продукции // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2020. Т. 82, № 4(86). С. 69-76. DOI 10.20914/2310-1202-2020-4-69-76.
7. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – Москва : Альпина Паблишерз, 2017. 453 с.
8. Саттарова И.В. Формирование экономического потенциала сельскохозяйственного предприятия // Научные труды Вольного экономического общества России. 2012. Т. 166. С. 635-639.
9. Саттарова И.В., Черкашина Л.В. Факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение // Отходы и ресурсы. 2022. № 1. doi: 10.15862/03ECOR122.
10. Шибаршина О.Ю. К вопросу об устойчивом развитии социально значимых рынков в Рязанской области // Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика : материалы III международной научно-практической конференции. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2016. С. 717-725.

References

1. Afanasyeva, Yu.S. & Ilyin, M.E. (2024). Transformatsiya pokazateley deyatel'nosti otdelnykh otrasley rossiyskoy ekonomiki v sovremennykh usloviyakh

[Transformation of performance indicators of certain sectors of the Russian economy in modern conditions]. Chelovek - Sem'ya - Obshchestvo - Gosudarstvo - Biznes: formirovanie obraza budushchego Rossii : Materialy Vserossiyskoy (natsional'noy) nauchno-prakticheskoy konferentsii [Man - Family - Society - State - Business: formation of the image of the future of Russia: Proceedings of the All-Russian (national) scientific and practical conference]. Moskva: Moskovskiy universitet im. S.Yu. Witte, pp. 39-48.

2. Kostrova, Yu.B. (2016). Formirovanie rynochnoy sistemy realizatsii prodovol'stvennoy produktsii v RF [Formation of a market system for the realization of food products in the Russian Federation]. Ekonomika i pravo: teoreticheskie i prakticheskie problemy sovremennosti : materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Economics and Law: theoretical and practical problems of modernity: materials of the international scientific and practical conference]. Kazan': OOO "Buk", pp. 120-124.

3. Kostrova, Yu.B., Lyashchuk, Yu.O. & Shibarshina, O.Yu. (2018). Sotsial'no-ekonomicheskie aspekty povysheniya regional'noy prodovol'stvennoy bezopasnosti (na materialakh Ryazanskoy oblasti) [Socio-economic aspects of improving regional food security (based on the materials of the Ryazan region)]. Moskva: Moskovskiy universitet im. S.Yu. Witte. 174 p.

4. Kostrova, Yu.B. & Fedoskina, I.V. (2009). Osobennosti analiza sprosa na sel'skokhozyaystvennuyu produktsiyu [Features of demand analysis for agricultural products]. Vestnik Ryazanskogo gosudarstvennogo agrotekhnologicheskogo universiteta im. P.A. Kostycheva, no 2, pp. 50-51.

5. Lyashchuk, Yu.O. (2019). Vnutrennie faktory konkurentosposobnosti predpriyatiy APK [Internal factors of competitiveness of agricultural enterprises]. Vklad universitetskoy agrarnoy nauki v innovatsionnoe razvitie agropromyshlennogo kompleksa : Materialy 70-y Mezhdunarodnoy Nauchno-prakticheskoy Konferentsii. Tom Chast' 1 [Contribution of university agricultural science to the innovative development of the agro-industrial complex: Proceedings of the 70th International Scientific and Practical Conference. Volume Part 1].

Ryazan': Ryazanskiy gosudarstvennyy agrotekhnologicheskiy universitet im. P.A. Kostycheva, pp. 298-303.

6. Novak, A.I., Lyashchuk, Yu.O., Ivanishchev, K.A. & Platonova, O.V. (2020). Analiz pokazateley kachestva i bezopasnosti pri proizvodstve khalyal'noy myasnoy produktsii [Analysis of quality and safety indicators in the production of halal meat products]. Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta inzhenernykh tekhnologiy, 82(4), pp. 69-76. DOI 10.20914/2310-1202-2020-4-69-76.

7. Porter, M. (2017). Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otrasley i konkurentov [Competitive Strategy. Methodology for analyzing industries and competitors]. Moskva: Al'pina Pabliherz. 453 p.

8. Sattarova, I.V. (2012). Formirovanie ekonomicheskogo potentsiala sel'skokhozyaystvennogo predpriyatiya [Formation of the economic potential of an agricultural enterprise]. Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii, 166, pp. 635-639.

9. Sattarova, I.V. & Cherkashina, L.V. (2022). Faktory, okazyvayushchie vliyanie na potrebitel'skoe povedenie [Factors influencing consumer behavior]. Otkhody i resursy, no 1. doi: 10.15862/03ECOR122.

10. Shibarshina, O.Yu. (2016). K voprosu ob ustoychivom razvitii sotsial'no znachimykh rynkov v Ryazanskoj oblasti [On the issue of sustainable development of socially significant markets in the Ryazan region]. Ustoychivoe razvitie sotsial'no-ekonomicheskikh sistem: nauka i praktika : materialy III mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Sustainable development of socio-economic systems: science and practice: materials of the III international scientific and practical conference]. Moskva: Moskovskiy universitet im. S.Yu. Witte, pp. 717-725.

© Афанасьева Ю.С., Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю., 2026. *International agricultural journal*, 2026, № 1, 91 - 110.