

2. Белорусский государственный концерн по производству и реализации товаров легкой промышленности : [сайт]. — URL: <https://bellegprom.by/> (дата обращения: 26.11.2025).

**В. А. Шлапакова**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — С. О. Белова, канд. экон. наук, доцент*

## **СЕРВИТИЗАЦИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ДРАЙВЕР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ОРГАНИЗАЦИЙ СОЦИАЛЬНО-ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КОМПЛЕКСА**

Организации, функционирующие в рамках социально-потребительского комплекса, ориентируются прежде всего на конечного потребителя, его потребности и предпочтения. Ориентация на нужды потребителей подразумевает тесное взаимодействие с ними для формирования потребительской ценности на всех этапах создания и реализации товара (продукции, услуги) и в течение всего их жизненного цикла. В последние годы все большее количество организаций расширяют свой портфель предложений для потребителей путем включения в него различных услуг с целью сохранения конкурентоспособности на рынке. В современной науке и практике этот процесс получил название «сервитизация».

Сервитизация рассматривается экономистами в качестве процесса трансформации, в рамках которого организации переходят от предоставления товара (продукции, услуги) к предоставлению уникальных, персонализированных решений, которые ориентированы на удовлетворение потребностей клиентов через создание результата. На основании данного процесса организация дифференцирует свое предложение и увеличивает создаваемую ценность, а потребитель, в свою очередь, получает персонализированное решение [1].

Примерами успешной сервитизации могут служить британский промышленный гигант Rolls-Royce (компания, изначально специализировавшаяся на продаже авиационных двигателей, трансформировала свою бизнес-модель, перейдя к предоставлению услуг техобслуживания по принципу оплаты за фактическое время работы двигателей), организация, реализующая строительные товары, которая может дополнительно предоставлять услуги по ремонту помещений и др. [2].

Сервитизация во многом поддерживается цифровизацией экономики, которая становится возможной благодаря Интернету вещей, большим данным, облачным технологиям и роботостроению. Понятия «сервитизация» и «цифровизация» рассматриваются в качестве взаимосвязанных процессов, которые оказывают содействие реализации

идеи циклической экономики. Идентифицировать наличие сервитизации организации можно по таким признакам, как ориентация на нужды потребителей, предоставление комплексных предложений, включающих продукты и обслуживание, формирование конкурентных преимуществ, нацеленность на достижение поставленных задач, развитие коммуникации с клиентами, обмен информацией, увеличение потребительской значимости и уникальности предложения, а также общее повышение эффективности ее функционирования.

Определяя сервитизацию как инновацию бизнес-модели, экономисты фокусируют внимание не на том, каким образом организация будет создавать новые продукты или услуги, а на логическом обосновании того, как планируется создавать, предоставлять и извлекать ценность. Критически важной является роль партнерских отношений между участниками взаимодействия: организация и потребитель начинают работать совместно для достижения результата, так как успех клиента и успех компании становятся взаимосвязанными. Таким образом, успешное внедрение требует системного подхода на основании клиентоориентированной среды и улучшения обслуживания.

#### **Источники**

1. *Георгиевский, А. Б.* Сервитизация компании: предпосылки и результаты / А. Б. Георгиевский // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servitizatsiya-kompanii-predposylki-i-rezultaty> (дата обращения: 21.11.2025).

2. *Панчайкин, А. А.* Сервитизация промышленных предприятий: обзор научных направлений / А. А. Панчайкин // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servitizatsiya-promyshlennyh-predpriyatij-obzor-nauchnyh-napravleniy> (дата обращения: 21.11.2025).

**В. А. Шлапакова, А. Н. Шлякко**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Е. В. Андрос**

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

Экспорт товаров народного потребления для экономики Беларуси является не только одной из статей доходов, но и стратегическим направлением, которое демонстрирует конкурентоспособность страны на мировом уровне.

Беларусь — экспортно ориентированная страна, которая имеет развитую промышленность и сельское хозяйство. Внешнеторговый