**СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ ПРИ ВИХОДІ НА ПОЛЬСЬКИЙ РИНОК: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ**

**STRATEGIES FOR DIVERSIFICATION OF CONSULTING SERVICES WHEN ENTERING THE POLISH MARKET: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри міжнародного менеджменту та інновацій

Ковалик Оксана Анатоліївна

Здобувачка вищої освіти: Віговська Вікторія Олегівна

Supervisor: Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Management and Innovations

Kovalyk Oksana Anatoliivna

Higher education applicant: Vigovska Viktoriia Olegivna

**Анотація**: В роботі проаналізовано основні підходи до диверсифікації консалтингових послуг у контексті виходу компаній на зовнішні ринки, зокрема польський. Визначено ключові виклики, які постають перед консалтинговими агентствами, а також перспективи розвитку послуг у відповідь на сучасні тренди: цифровізацію, еко-орієнтованість, попит на гнучкі рішення. Окрема увага приділена інноваційним формам консалтингу, що дозволяють успішно адаптуватися до польського бізнес-середовища.

**Ключові слова**: консалтинг, стратегія, диверсифікація, Польща, зовнішні ринки, бізнес-послуги, цифрові рішення.

**Annotation:** The paper analyzes the main approaches to the diversification of consulting services in the context of companies entering foreign markets, in particular the Polish market. The key challenges facing consulting agencies are identified, as well as the prospects for the development of services in response to modern trends: digitalization, eco-orientation, demand for flexible solutions. Special attention is paid to innovative forms of consulting that allow successful adaptation to the Polish business environment.

**Keywords**: consulting, strategy, diversification, Poland, foreign markets, business services, digital solutions.

Польща є одним із найпривабливіших ринків Східної Європи для міжнародних компаній, зокрема у сфері професійних послуг. Розвинена інфраструктура, стабільне законодавче поле, інтеграція у структури ЄС та відкритість до нових технологій роблять польський ринок перспективним для консалтингових компаній. Проте вихід на новий ринок супроводжується потребою адаптації бізнес-моделі та, зокрема, диверсифікації консалтингових послуг відповідно до локальних очікувань та умов.

Диверсифікація консалтингових послуг означає цілеспрямоване розширення, оновлення та адаптацію форм і напрямів надання професійних консультацій, відповідно до змін у попиті, технологіях, економічному середовищі та специфіці цільового ринку. Для компаній, які виходять на нові географічні ринки, зокрема польський, диверсифікація виступає не лише інструментом конкурентної переваги, а й необхідною умовою адаптації до локального середовища.

**Галузева диверсифікація** консалтингових послуг передбачає розширення їхнього спектра з урахуванням специфіки різних секторів економіки та потреб клієнтів у конкретних галузях. Одним із поширених напрямів є **фінансовий консалтинг**, що охоплює податкове планування, розробку інвестиційних стратегій, а також аудит фінансової звітності та управління ризиками. **Управлінський консалтинг** зосереджується на оптимізації організаційної структури підприємств, вдосконаленні систем прийняття управлінських рішень, розвитку корпоративної культури та покращенні внутрішніх бізнес-процесів. Окремий напрям – **ІТ-консалтинг**, який включає впровадження цифрових рішень, забезпечення кібербезпеки, автоматизацію виробничих і адміністративних процесів, а також супровід цифрової трансформації компаній. У польському бізнес-середовищі особливим попитом користуються галузеві консультації для **малих і середніх підприємств (МСП)**, які шукають ефективні рішення для підвищення конкурентоспроможності, зниження витрат і переходу до цифрових моделей управління. Галузева диверсифікація дозволяє консалтинговим компаніям гнучко реагувати на запити ринку та забезпечувати клієнтам високу спеціалізовану експертизу. Розглянемо, які існують виклики диверсифікації діяльності при виході на польський ринок (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Основні виклики диверсифікації діяльності при виході на польський ринок**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Основний виклик | Характеристика |
| 1 | Високий рівень локальної конкуренції | Сильна присутність польських та європейських консалтингових фірм |
| 2 | Культурна специфіка бізнес-комунікації | Необхідність адаптації контенту, стилю консультування |
| 3 | Потреба в діджиталізації | Попит на онлайн-консалтинг, мобільні платформи |
| 4 | Законодавчі нюанси | Відмінності у правовому регулюванні бізнес-послуг |
| 5 | Високі очікування клієнтів | Вимога до швидкості, індивідуалізації та доказової ефективності |

Порівняльний аналіз традиційних та інноваційних підходів у консалтингу свідчить про суттєву трансформацію галузі відповідно до викликів сучасного ринку. Традиційний консалтинг переважно ґрунтується на офлайн-комунікації, стандартизованих форматах взаємодії та орієнтації на великий бізнес. Натомість сучасний, диверсифікований консалтинг відзначається гнучкістю, активним використанням цифрових технологій, орієнтацією на малий і середній бізнес, персоналізацією послуг і побудовою довгострокової цінності для клієнта.

Інноваційні підходи дозволяють не лише підвищити ефективність надання консалтингових послуг, але й розширити аудиторію, запровадити нові бізнес-моделі (наприклад, підписка, платформенні сервіси), а також забезпечити інтеграцію з аналітичними інструментами та індивідуальними потребами клієнтів. Таким чином, для успішного виходу на польський ринок консалтинговим компаніям доцільно впроваджувати сучасні формати обслуговування, зберігаючи при цьому експертність і якість, притаманні класичному консалтингу.

Розглянемо можливості для розвитку диверсифікованого консалтингу в Польщі.

У сучасному польському ринковому середовищі існує широкий спектр можливостей для розвитку диверсифікованого консалтингу, особливо в умовах цифрової трансформації бізнесу, зростання інтересу до сталого розвитку, а також підвищення ролі людського капіталу та аналітики у прийнятті рішень. Розглянемо ключові напрями, які відкривають нові перспективи для консалтингових компаній у Польщі.

1. Цифрові формати консалтингу набирають популярності серед польських підприємців, особливо представників малого та середнього бізнесу, які цінують швидкість, зручність і доступність. Онлайн-консультації через відеозустрічі, спеціалізовані платформені рішення для управління бізнес-процесами, інтеграція чат-ботів у клієнтське обслуговування дає змогу компаніям швидко отримувати якісні поради, мінімізуючи витрати часу й ресурсів. Застосування цифрових технологій розширює охоплення клієнтів і знижує бар’єри входу на ринок.
2. Еко-консалтинг відкриває нові горизонти для компаній, які орієнтуються на довгострокову сталість та відповідальність. Польські підприємства дедалі частіше інтегрують принципи ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління) у свою діяльність, що формує попит на відповідні консалтингові послуги. Це може включати розробку стратегій сталого розвитку, впровадження систем екологічного аудиту, консультування щодо скорочення вуглецевого сліду, а також створення звітності відповідно до міжнародних стандартів.
3. Аналітичні рішення стають незамінним інструментом для компаній, які прагнуть приймати зважені стратегічні рішення. Використання автоматизованих інструментів для збору й обробки клієнтських даних, побудова прогнозних моделей, візуалізація ключових показників ефективності дозволяє клієнтам глибше розуміти власний бізнес і ринок. Консалтингові компанії, які пропонують такі рішення, здатні створити реальну додану вартість і затвердити себе в ролі надійних технологічних партнерів.
4. Навчальні платформи – ще один перспективний напрям, особливо з урахуванням потреб малого й середнього бізнесу в гнучкому та прикладному навчанні. Розвиток мікронавчання, інтерактивних курсів, онлайн-симуляцій управлінських ситуацій дозволяє компаніям навчати персонал без відриву від виробничих процесів. У Польщі спостерігається попит на програми, орієнтовані на підвищення кваліфікації керівників, розвиток softskills і практичне освоєння сучасних управлінських підходів.

Отже, польський ринок відкриває численні можливості для тих консалтингових компаній, які готові до інновацій, персоналізації та впровадження цифрових підходів. Успіх у цьому середовищі залежить від здатності поєднати технології, глибоку галузеву експертизу та чутливість до локального контексту.

**Список літератури**

1. Васильків М.В. Тактичні механізми та засоби розвитку консалтингу в системі зовнішньоекономічної діяльності транскордонного регіону. *Науковий журнал: Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. №4 (1). С. 171-175.
2. Легкий В.І. Етапи оцінки конкурентоспроможності компанії та види стратегій її підвищення. *Науково-інформаційний вісник «Економіка»*. 2015. №11. С. 267-273.
3. Бельтюков Є.А. Конкурента стратегія компанії: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*. 2014. С. 6-13.
4. Ковтун О.А. Основні підходи до визначення цілей та типів диверсифікації виробництва. *Інвестиції: практика та досвід*. 2007. №22. С. 35-38.