

УДК 657.1

ЦИФРОВОЕ РАЗВИТИЕ АУДИТОРСКОЙ КОМПАНИИ КАК ФАКТОР ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Матненко Н.Н.

к.э.н., доцент,

Московский международный университет,

Москва, Россия

Широкова А.М.

магистрант,

Московский международный университет,

Москва, Россия

Аннотация. В статье обосновывается роль цифрового развития как самостоятельного фактора конкурентоспособности аудиторской компании и формулируется гипотеза о его положительном влиянии на рыночные позиции организации. На основе обзора традиционных методов оценки конкурентоспособности и анализа специфики рынка аудиторских услуг выявлена ограниченность традиционных моделей между классическими подходами и современными цифровыми реалиями. Предложен индекс раскрытия цифровой зрелости (ИРЦЗ), основанный на контент-анализе публичной отчетности и позволяющий измерить уровень цифровизации аудиторской компании без доступа к ее внутренним данным. Сформулирована гипотеза о положительном влиянии цифрового развития на конкурентоспособность аудиторской компании.

Ключевые слова: конкурентоспособность, аудиторские услуги, цифровая зрелость, цифровая трансформация, индекс раскрытия, контент-анализ.

DIGITAL DEVELOPMENT OF AUDIT FIRM AS A FACTOR OF ITS COMPETITIVENESS

Matnenko N.N.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Moscow International University,

Moscow, Russia

Shirokova A.M.

Master's Student

Moscow International University

Moscow, Russia

Abstract. The article substantiates the role of digital development as an independent factor of an audit firm's competitiveness and formulates a hypothesis about its positive impact on the company's market position. Based on a review of traditional methods for assessing competitiveness and an analysis of the specifics of the audit services market, the limitations of classical models in the context of contemporary digital realities are revealed. The paper proposes a Digital Maturity Disclosure Index (DMDI), built on content analysis of publicly available corporate reports and enabling the measurement of an audit firm's level of digitalization without access to its internal data. A hypothesis is formulated regarding the positive influence of digital development on the competitiveness of an audit firm.

Keywords: competitiveness, audit services, digital maturity, digital transformation, disclosure index, content analysis.

Рынок аудиторских и профессиональных бухгалтерских услуг в России переживает период двойственной трансформации. С одной стороны, суммарный доход участников отрасли по итогам 2025 года номинально вырос на 1,2% в номинальном выражении, при этом доходы от аудита увеличились на 10,4%, достигнув 29,9 млрд рублей [10]. С другой стороны, при уровне инфляции 4,55% в год реальный рынок сокращается, усиливается консолидация и растет доля

дистанционных форм аудита (до 80% проверок в 2025 году), что свидетельствует о смещении конкурентной борьбы в сторону технологически более зрелых компаний, способных обеспечивать устойчивый спрос на свои услуги в цифровой среде. В этих условиях борьба за клиента выходит за рамки ценового соперничества.

Помимо классических аудиторских услуг клиенты ожидают цифровые инструменты, экспертизу по автоматизации, ИТ-консалтинг и комплексные решения по внутреннему контролю. В то же время уровень «цифровой зрелости» большинства аудиторских организаций в России заметно отстает от этих ожиданий, поскольку значительная часть клиентов уже прошла более длительный путь цифровизации [8].

Параллельно цифровая трансформация меняет саму природу конкурентных преимуществ аудиторских компаний, смещая акцент с ценовой конкуренции и объема портфеля на уровень цифровых сервисов, автоматизацию процессов и качество работы с данными. В результате возникает методическая проблема: традиционные инструменты диагностики конкурентоспособности не предусматривают самостоятельного измерения цифрового развития компании как фактора ее конкурентной позиции.

Цель статьи состоит в уточнении роли цифрового развития в формировании конкурентоспособности аудиторской компании и в обосновании подхода к его измерению на основе открытых источников корпоративной информации.

Исходя из этой цели выдвигается гипотеза о том, что цифровое развитие аудиторской компании является самостоятельным фактором ее конкурентоспособности и поддается количественной оценке по данным публичной отчетности.

Конкурентоспособность организации является многоаспектной категорией, трактовки которой в научной литературе существенно расходятся в зависимости от применяемого подхода. Традиционно выделяют четыре основных подхода: Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ресурсный, управленческий, инновационный и инвестиционный. Интегративное определение предлагает рассматривать конкурентоспособность как динамичную многоуровневую характеристику, отражающую способность организации устойчиво превосходить конкурентов по значимым для рынка параметрам в определённый момент времени [11].

Ресурсная концепция (RBV, resource-based view), восходящая к работам Барни и Пентероуз, трактует конкурентное преимущество как следствие обладания редкими, ценными, неимитируемыми и незаменимыми ресурсами. В контексте аудиторской компании к таким ресурсам традиционно относят репутацию, клиентскую базу и квалификацию персонала. Однако в условиях цифровой экономики к ним добавляются данные, цифровые платформы и алгоритмы, т.е. активы, которые не укладываются в классическую ресурсную рамку в силу их нематериального и динамического характера [6].

Концепция динамических способностей (Teese, Pisano, Shuen) расширяет ресурсный подход, акцентируя внимание на способности компании реконфигурировать свои ресурсы в ответ на изменения среды. Применительно к аудиторским компаниям это выражается в способности быстро перестраивать методологию проверки, осваивать новые программные инструменты и адаптировать клиентский сервис к цифровым ожиданиям и тем самым цифровая зрелость непосредственно усиливает динамические способности компании [6].

Инновационный подход рассматривает конкурентоспособность как результат способности компании постоянно генерировать и внедрять нововведения в продуктах, процессах и бизнес-модели, обеспечивая опережающую адаптацию к изменениям внешней среды. Применительно к аудиторским компаниям это проявляется в развитии новых форм консалтинговых и цифровых сервисов, использовании передовых технологий обработки данных и встраивании

результатов НИОКР в бизнес-процессы, что позволяет формировать устойчивые преимущества за счет технологической и информационной группы факторов [3].

Наконец, инвестиционный подход трактует конкурентоспособность как результат эффективного распределения инвестиционных ресурсов между ключевыми направлениями развития, предполагая, что долгосрочные преимущества формируются за счет системных вложений в человеческий капитал, инновации и инфраструктуру. В условиях рынка аудиторских услуг это означает, что стратегические инвестиции в цифровые технологии, развитие компетенций сотрудников и расширение продуктовой линейки позволяют компании укреплять рыночные позиции и создавать дополнительную ценность для клиентов [9].

В условиях VUCA-среды конкурентоспособность приобретает новое измерение и рассматривается как системное свойство организации, интегрирующее гибкость, цифровизацию и инновационное лидерство [1]. Особое внимание при этом уделяется человеческому капиталу и инновационной культуре как ключевым источникам устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе [7].

В результате конкурентоспособность в разных концептуальных подходах предстает как многофакторная и динамическая характеристика, отражающая способность организации адаптироваться к изменениям внешней среды и удерживать рыночные позиции. Однако для прикладного анализа и сравнительной диагностики необходим не только теоретический взгляд, но и инструментарий, позволяющий количественно и качественно оценивать ее уровень, что обуславливает обращение к традиционным подходам оценки конкурентоспособности.

Диагностика конкурентоспособности организации предполагает применение качественных и количественных методов. Классическим фундаментом стратегического анализа остается модель пяти сил Портера, согласно которой Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

конкурентная позиция компании определяется угрозой новых участников, рыночной властью поставщиков и покупателей, угрозой продуктов-заменителей и интенсивностью внутриотраслевого соперничества [8]. Для рынка аудиторских услуг особую роль играют барьеры входа (законодательные требования, репутация, клиентская база) и угроза цифровых заменителей в виде онлайн-сервисов автоматизированного учета и аудита.

На уровне инструментария стратегического анализа широко применяются SWOT-анализ, позволяющий систематизировать сильные и слабые стороны компании, а также внешние возможности и угрозы, и GAP-анализ - для выявления разрыва между текущим и целевым конкурентным положением [1]. Матрица Ансоффа дополняет стратегический выбор, предлагая четыре вектора роста: проникновение на рынок, развитие продукта, освоение новых рынков и диверсификацию [4].

Среди количественных подходов выделяется мультифакторный метод, учитывающий технологические, маркетинговые, кадровые и финансовые параметры деятельности [2]. В рамках него выделяют блоки показателей: технологический (уровень автоматизации, использование облачных решений), рыночный (узнаваемость бренда, устойчивость клиентской базы), кадровый (квалификация персонала, текучесть кадров) и финансовый (рентабельность, стабильность денежного потока). Совершенствованию методологии сегментации конкурентного поля и критериям сравнительного анализа посвящены работы Кригера [5] и Манаковой [7].

Для систематизации рассмотренных методов оценки конкурентоспособности и выявления их ограничений в условиях цифровой экономики целесообразно представить их сравнительную характеристику в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнение традиционных методов оценки конкурентоспособности и их ограничения в цифровой среде

Метод/ подход	Измеряемые параметры	Ограничения применительно к цифровой среде
5 сил М. Портера	Рыночные силы, барьеры входа, угроза заменителей, рыночная власть поставщиков и покупателей	Не оценивает внутреннюю цифровую зрелость компании как источник конкурентного преимущества
SWOT-анализ	Сильные/ слабые стороны, возможности и угрозы	Качественный характер, субъективность; не предусматривает измерения цифровых активов
RBV (ресурсный подход)	Редкость, ценность, неимитируемость ресурсов	Цифровые активы (данные, платформы, алгоритмы) плохо укладываются в классический ресурсный подход
Мультифакторные рейтинговые модели	Технологические, рыночные, кадровые, финансовые блоки	Цифровая зрелость не выделяется как самостоятельный блок; смешивается с технологическим блоком
GAP - анализ	Разрыв между текущим и целевым состоянием	Требует определения целевого эталона; нет стандартизированных цифровых ориентиров для аудиторских компаний

Рассмотренные методические подходы демонстрируют, что цифровое развитие компании остается вне поля отдельного измерения и фактически не учитывается как значимый фактор ее конкурентоспособности.

Между тем эмпирические данные показывают, что цифровая зрелость вносит самостоятельный вклад в финансовые результаты и рыночные позиции. Цифровые лидеры (Digitati) опережают конкурентов на 9–26% по рентабельности и на 6–9% по выручке на одного сотрудника и оборачиваемости активов [13].

Учитывая, что цифровое развитие вносит измеримый вклад в конкурентные позиции компаний и при этом практически не отражено в традиционных подходах к оценке, возникает необходимость увязать разрабатываемый инструментарий с реальными условиями функционирования отрасли. Специфика конкурентной среды на рынке аудиторских услуг в условиях цифровизации тем самым задает

ключевые требования к инструментарию оценки цифрового развития, поэтому целесообразно предварительно проанализировать особенности данного рынка.

Рынок аудиторских услуг имеет особенности, при которых цифровизация становится ключевым источником конкурентных преимуществ. Аудиторские услуги относятся к доверительным благам, поэтому репутация и цифровая прозрачность выступают для клиента основными сигналами качества. Цифровизация смещает конкуренцию от рутинных проверок к аналитическому сопровождению, налоговой экспертизе и консалтингу, автоматизация операций высвобождает ресурс аудитора для решения более сложных задач. В этих условиях цифровая зрелость аудиторской компании становится условием конкуренции не только по цене, но и по создаваемой для клиента экспертной ценности.

Указанные особенности конкурентной среды определяют и то, через какие механизмы цифровое развитие трансформируется в реальные конкурентные преимущества аудиторских компаний.

Цифровое развитие аудиторской компании влияет на ее позиции через снижение операционных издержек и роста производительности как результат использования в деятельности специализированных программных продуктов и роботизации рутинных процедур [5], которые способствуют ускорению проверок и уменьшению вероятности ошибок, повышение выручки на одного сотрудника.

Одновременно автоматизация базовых операций открывает возможность расширять продуктовое предложение, т.е. уход от «чистого» аудита в сторону консалтинга, аналитики и комплексных цифровых сервисов для клиентов. Развитие цифровых каналов взаимодействия таких, как личные кабинеты, ЭДО, онлайн-отчетность, улучшает клиентский опыт и снижает транзакционные издержки, что усиливает воспринимаемую ценность услуги и повышает лояльность клиентов [12].

Наконец, цифровая инфраструктура обеспечивает масштабируемость бизнес-модели. Компания может обслуживать больше клиентов без необходимости увеличения штата сотрудников.

При этом действие цифровых факторов носит пороговый характер. На начальных стадиях цифровизации растущие ИТ-затраты могут не создавать прироста конкурентных преимуществ, тогда как переход к интегрированному уровню цифровой зрелости сопровождается ускорением роста выручки и рентабельности. Именно поэтому крупные аудиторские компании, преодолевшие порог фрагментарной автоматизации, закрепляют отрыв от конкурентов, тогда как менее зрелые игроки рискуют потерять позиции.

На основе синтеза международных моделей цифровой зрелости (Deloitte Digital Maturity Model, MIT-Capgemini, KPMG Digital Maturity Index) [2] и специфики аудиторской деятельности предлагается выделить четыре уровня цифрового развития аудиторской компании (таблица 2).

Таблица 2 - Уровни цифрового развития аудиторской компании

Уровень	Характеристика	Конкурентная позиция	Комментарий
1. Базовый	Цифровые инструменты применяются фрагментарно; аудиторские операции во многом зависят от ручных действий. ЭДО и облачные сервисы используются ограниченно.; отсутствует системный подход к управлению данными	Слабая	Компания конкурирует преимущественно ценой и репутацией, уязвима к давлению онлайн-сервисов
2. Функциональный	Автоматизированы отдельные участки аудита (рабочие документы, расчёт существенности, формирование заключения); применяются облачные решения, мессенджеры, CRM. Частичный ЭДО	Умеренно-устойчивая	Устойчивая в ценовом сегменте, но ограниченная в расширении предложения и масштабировании
3. Интегрированный	Цифровые решения охватывают основные процессы; есть личный кабинет клиента, сквозной ЭДО,	Высокая	Компания способна конкурировать по скорости, качеству

	интеграции с банком и государственными сервисами; решения принимаются с опорой на аналитику		и разнообразия услуг
4. Продвинутый	Единая цифровая среда с роботизированными маршрутами задач, аналитическими панелями для клиентов, элементами ИИ в обработке данных, развитой системой цифровой безопасности; цифровизация является основой позиционирования	Лидерская	Компания формирует стандарты рынка и обеспечивает барьеры имитации для конкурентов

Переход от базового к интегрированному уровню является критическим порогом, после которого цифровые инвестиции начинают давать устойчивую отдачу в виде роста конкурентоспособности. Российский рынок аудита, по оценкам аналитиков, в массе своей находится между первым и вторым уровнями, тогда как крупнейшие компании уже достигают третьего, что и обеспечивает их опережающий рост [8].

Понимание механизмов влияния цифрового развития на конкурентоспособность аудиторских компаний требует их последующей операционализации, что в свою очередь делает необходимой разработку подходов к измерению уровня такого развития на основе доступных информационных источников.

Измерение цифрового развития аудиторской компании представляет методическую сложность, поскольку большинство существующих инструментов предполагают доступ к внутренним данным организации (опросам сотрудников, экспертным интервью, ИТ-бюджетам), что делает их непригодными для сравнительного анализа нескольких компаний и построения панельных данных в условиях ограниченной публичности информации.

Альтернативным решением является использование публичной отчетности как источника прокси-индикаторов цифрового развития. Принципиальная идея Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

состоит в том, что компания, активно инвестирующая в цифровые технологии, с высокой вероятностью раскрывает это в публичных документах, т.е. посвящает отдельные разделы цифровой стратегии, упоминает конкретные ИТ-решения и описывает цифровые сервисы для клиентов. Степень такого раскрытия выступает наблюдаемым прокси для ненаблюдаемого уровня цифровой зрелости. Данный подход обоснован в работах по нефинансовой отчетности [8], который состоит в построении индекса раскрытия информации на основе применения бинарных переменных: 1 - при наличии показателя в отчете и 0 - при его отсутствии.

В международной практике аналогичный подход, корпоративный индекс цифровизации (Corporate Digitalization Index, CDI), используется при изучении влияния цифровой зрелости на финансовые показатели компаний через текстовый анализ годовых отчетов [7]. Применение данного метода для аудиторских компаний особенно оправданно, поскольку они, как правило, публикуют развернутые годовые отчеты, в которых все чаще выделяются разделы о технологическом развитии и цифровых инструментах [5, 8].

Для расчета индекса раскрытия цифровой зрелости (далее ИРЦЗ) предлагается использовать следующие публично доступные источники:

1) Годовой отчет как основной документ, содержащий информацию о стратегии, ИТ-инициативах, рисках, операционной модели и результатах деятельности;

2) Нефинансовый / ESG-отчет (при наличии), в котором потенциально содержатся сведения о программах цифрового обучения персонала, устойчивом развитии, информационной безопасности;

3) Официальный сайт компании - разделы описания услуг, «О компании», клиентские сервисы, технологические решения; используется как дополнительный источник.

Для получения сопоставимых и репрезентативных результатов рекомендуется анализировать документы за 3–5 лет по компании. Это позволяет отследить динамику цифрового развития и снизить влияние случайных факторов (ребрендинг, разовые ИТ-внедрения и т.п.).

Для оценки ИРЦЗ аудиторской компании формируется чек-лист прокси-индикаторов, позволяющий зафиксировать основные проявления ее цифрового развития. Система таких индикаторов структурирована по шести блокам, отражающим ключевые измерения цифровой зрелости применительно к аудиторской компании. Их состав и содержание представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Чек-лист прокси-индикаторов цифровой зрелости аудиторской компании

Блок	Индикатор	Шкала
1. Цифровые технологии в аудите	И1.1 Описание конкретных ИТ-систем для автоматизации аудита (Audit XP, IT Audit, собственные разработки)	0–2
	И1.2 Упоминание использования RPA, ИИ, предиктивной аналитики в аудиторской работе	0–2
	И1.3 Описание интеграции с внешними сервисами (ФНС, банки, Контур.Фокус и аналоги)	0–2
2. Цифровой клиентский сервис	И2.1 Наличие личного кабинета или клиентского портала	0–2
	И2.2 Упоминание электронного документооборота с клиентами	0–2
	И2.3 Описание онлайн-коммуникаций, удалённого взаимодействия, цифровой отчётности для клиентов	0–2
3. Инвестиции и стратегия	И3.1 Наличие «дорожной карты» или программы цифровой трансформации	0–2
	И3.2 Упоминание ИТ-бюджета, ИТ-затрат или реализованных ИТ-проектов с результатами	0–2
	И3.3 Включение цифровых целей в стратегические приоритеты компании	0–2
4. Цифровые компетенции персонала	И4.1 Описание программ обучения цифровым технологиям для сотрудников	0–2
	И4.2 Упоминание сертификаций по ИТ или цифровым технологиям	0–2
5. Аналитика и данные	И5.1 Упоминание использования BI, аналитических панелей, больших данных	0–2
	И5.2 Описание использования данных для управленческих решений и повышения качества аудита	0–2

6. Информационная безопасность	Иб.1 Описание политики информационной безопасности и защиты данных клиентов	0–2
	Иб.2 Упоминание сертификатов по информационной безопасности (ГОСТ Р ИСО/МЭК 27001 и т.п.)	0–2

Шкала оценки: 0 - индикатор не упомянут; 1 - упомянут кратко, без конкретики; 2 - раскрыт развернуто с конкретными примерами, данными или результатами. Максимально возможная сумма баллов составляет 30.

В общем виде полученные по чек-листу оценки агрегируются в интегральный показатель, для чего вводится индекс раскрытия цифровой зрелости, рассчитываемый следующим образом:

$$IRCZ_i = \frac{\sum_{j=1}^{15} s_{ij}}{30}$$

где s_{ij} - балл компании i по индикатору j , принимающий значения от 0 до 2;

ИРЦЗ принимает значения в диапазоне [0; 1].

Для интерпретации значений индекса рекомендуется шкала, структурированная по четырем уровням цифрового развития аудиторских компаний (таблица 4).

Таблица 4 – Шкала интерпретации ИРЦЗ для аудиторских компаний

Значение ИРЦЗ	Зона	Уровень цифрового развития
0,00–0,30	Низкое раскрытие	Базовый (уровень 1)
0,31–0,55	Умеренное раскрытие	Функциональный (уровень 2)
0,56–0,75	Высокое раскрытие	Интегрированный (уровень 3)
0,76–1,00	Продвинутое раскрытие	Продвинутый (уровень 4)

Практическое применение предложенной методики требует явного указания ее ограничений.

Индекс ИРЦЗ фиксирует преимущественно декларируемый уровень цифрового развития, а не фактические практики, вследствие чего организации с более активной коммуникационной политикой могут демонстрировать завышенный уровень цифровой зрелости независимо от реального масштаба

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

автоматизации. Для частичного снижения данного эффекта используется шкала глубины раскрытия (0–2) вместо простой бинарной оценки, поскольку развернутое, подкрепленное конкретными данными описание цифровых инициатив менее подвержено формальному завышению.

Дополнительным ограничением выступает ориентированность методики на компании, осуществляющие публичное раскрытие информации, что сужает область ее применения в отношении малых и непубличных участников рынка.

Следует также отметить, что предложенная методика измерения ИРЦЗ носит характер первоначальной разработки и требует дальнейшей апробации и уточнения на расширенной выборке аудиторских компаний.

В проведенном исследовании показано, что сложившиеся подходы к оценке конкурентоспособности организации, как правило, не выделяют цифровое развитие в качестве самостоятельного объекта анализа, в результате чего влияние цифровых факторов систематически недооценивается в условиях цифровой экономики. Для рынка аудиторских услуг установлено, что цифровое развитие влияет на конкурентные позиции компании через пять взаимосвязанных механизмов: снижение операционных издержек, расширение продуктовой линейки, повышение качества клиентского сервиса, обеспечение масштабируемости бизнес-модели и формирование барьеров имитации для конкурентов. При этом выявлен пороговый характер данной зависимости, суть которого состоит в том, что лишь компании, достигшие интегрированного уровня цифровой зрелости, способны в полной мере реализовать конкурентный потенциал цифровых инвестиций.

Предложенный индекс раскрытия цифровой зрелости аудиторской компании, базирующийся на анализе публичной отчетности, позволяет формализовать уровень ее цифрового развития и использовать полученные оценки для сопоставления компаний, а также формирования эмпирических выборок при ограниченной доступности внутренних данных.

Такая операционализация цифровой зрелости создает основу для проверки гипотезы о положительном влиянии цифрового развития на конкурентоспособность аудиторских компаний и открывает перспективы дальнейших количественных исследований, ориентированных на уточнение структуры индекса, расширение набора информационных источников и апробацию методики на более широком круге организаций.

Библиографический список

1. Горбашко Е.А., Максимцев И.А. Управление конкурентоспособностью. — 3-е изд. - М.: Юрайт, 2024. - 427 с.
2. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. - 11-е изд. - М.: Вильямс, 2022. - 1058 с.
3. Дмитриев П.А. Создание конкурентного преимущества на рынке аудиторских и консалтинговых услуг // Академия педагогических идей «Новация». – 2019. – №11 (ноябрь). – АРТ 271-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>
4. Кригер Г.Г. Совершенствование методологии оценки конкурентоспособности // Экономика и предпринимательство. — 2022. — № 11-2. — С. 78–83.
5. Кудряшова А.В., Уточкина Л.А. Развитие аудиторской деятельности: вызовы, возможности, перспективы в условиях цифровизации экономики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2022. - № 2. - С. 57–70. DOI: 10.17308/econ.2022.2/8949.
6. Малый и средний бизнес в России: где искать B2B-клиентов в 2026 году [Электронный ресурс] // AdIndex. URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2025/10/31/338750.phtml> (дата обращения: 21.04.2026).
7. Манакова В.Ю. Сущность конкурентоспособности и методы ее оценки // Вестник науки и образования. - 2023. - № 6. - С. 290–295.

8. Рубан-Лазарева Н.В. Инновационные технологии роста цифровой зрелости аудиторов // Вестник университета. - 2024. - № 8. - С. 34–40. DOI: 10.26425/1816-4277-2024-8-34-40.
9. Самарина Н.С., Машенская О.Е. Подходы к обеспечению конкурентоспособности аудиторских услуг // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 10А. С. 302-310. DOI: 10.34670/AR.2021.54.53.037.
10. Список крупнейших аудиторских групп, 2026 год: аналитика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://raex-rr.com/b2b/audit/biggest_audit_groups/2026/analytics/ (дата обращения: 21.04.2026).
11. Хуснутдинова Г.Ф., Хаматханова М.А. Управление конкурентоспособностью современной организации в условиях цифровой экономики // Образование и право. - 2020. - № 2. - С. 178–186.
12. Чураева А.В. Обзор подходов к определению конкурентоспособности фирмы // Trade, Service, Food Industry. - 2021. - № 1. - С. 94–103.
13. Westerman G., Tannou M., Bonnet D., Ferraris P., McAfee A. The Digital Advantage: How Digital Leaders Outperform their Peers in Every Industry // MIT Sloan Management Review. - 2012.