

2016•2017
FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN
*master in de toegepaste economische wetenschappen:
handelsingenieur*

Masterproef

De invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde
auditkwaliteit in private bedrijven

Promotor :
dr. Maarten CORTEN

Copromotor :
Prof. dr. Tensie STEIJVERS

Véronique Bauvois

*Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische
wetenschappen: handelsingenieur*

2016•2017

FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE
WETENSCHAPPEN

*master in de toegepaste economische wetenschappen:
handelsingenieur*

Masterproef

De invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op de
gepercipieerde auditkwaliteit in private bedrijven

Promotor :
dr. Maarten CORTEN

Copromotor :
Prof. dr. Tensie STEIJVERS

Véronique Bauvois

*Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische
wetenschappen: handelsingenieur*

Voorwoord

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn opleiding Toegepaste Economische Wetenschappen Handelsingenieur met als afstudeerrichting accountancy en als optie finance aan de Universiteit Hasselt. Zonder de nodige hulp zou deze echter nooit tot stand gekomen zijn. Graag wil ik dan ook bepaalde mensen bedanken.

Als eerste wil ik graag mijn promotor dr. Maarten Corten bedanken om mij maandenlang bij te staan met zijn constructieve feedback. Nogmaals bedankt voor de vragenlijst die in deze masterproef gebruikt is. Deze werd door hem reeds afgenomen. Daarnaast wil ik graag mijn copromotor Prof. dr. Tensie Steijvers bedanken voor haar advies en antwoorden op mijn vragen. Ook wil ik ze beiden bedanken om me de kans te geven om dit interessant onderwerp te onderzoeken en me een leerrijke ervaring te bieden.

Als laatste wil ik graag mijn ouders bedanken die me de kans gaven om mijn masterdiploma te halen. Ook mijn zus en vrienden wil ik bedanken om me te steunen en motiveren tijdens deze intensieve maanden.

Véronique Bauvois

Samenvatting

Schandalen zoals Enron en Worldcom in de jaren '90 hebben duidelijk gemaakt dat er nood is aan een onafhankelijke auditor. Onafhankelijkheid is noodzakelijk omdat belanghebbenden beslissingen nemen op basis van de financiële staten van een onderneming. Indien de auditor niet onafhankelijk is, zou dat er enerzijds voor kunnen zorgen dat de jaarrekening niet voldoende gecontroleerd is en dat kan een vertekend beeld geven van de werkelijkheid. Anderzijds zou het kunnen dat *stakeholders* de expertise en onafhankelijkheid van de auditor niet vertrouwen. Beiden zullen ervoor zorgen dat beslissingen die belanghebbenden nemen, fout zijn. Dit wil dus zeggen dat beslissingen alleen correct kunnen zijn indien de kwaliteit van de audit hoog is. Dit houdt niet alleen in dat de jaarrekening zonder materiële fouten voorgesteld moet worden, maar ook dat de kwaliteit van de audit zoals belanghebbenden die zien, hoog moet zijn. Het gaat dan respectievelijk over de werkelijke en gepercipieerde auditkwaliteit. Er bestaan een heel aantal factoren die de werkelijke en gepercipieerde auditkwaliteit kunnen beïnvloeden. Eén daarvan zijn de non-auditdiensten. De invloed van non-auditdiensten op de werkelijke auditkwaliteit wordt al gedurende lange tijd onderzocht. De perceptie van auditkwaliteit is veel minder vaak bestudeerd. Toch zijn er een aantal onderzoekers die beweren dat er ook hier een invloed is. Daarom is het interessant om een antwoord te krijgen op de centrale onderzoeksvraag:

“Wat is de invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit in private bedrijven?”

Om een antwoord te kunnen formuleren op deze vraag, werden er eerst een aantal begrippen gedefinieerd. Zo begint **hoofdstuk 2** met een definitie voor externe audit. Alleen grote ondernemingen zijn verplicht om een audit te laten uitvoeren, maar ook een vrijwillige audit heeft zo zijn voordelen. De voordelen van een audit worden kort toegelicht in drie theorieën: de *agency theory*, de informatietheorie en de verzekeringstheorie. Bij de *agency theory* is een auditor belangrijk om de belangen van het management en de aandeelhouders op elkaar af te stemmen. De informatietheorie hangt samen met de *agency theory*. Deze theorie stelt dat een auditor belangrijk is om de informatieasymmetrie tussen het management en de *stakeholders* weg te werken. Als laatste is er nog de verzekeringstheorie waarbij de belanghebbenden, die schade ondervonden hebben, zich voor een schadevergoeding kunnen richten tot de auditor, indien deze een verkeerde verklaring heeft afgelegd.

De volgende stap is het definiëren van het begrip auditkwaliteit. Zo bestaat er niet alleen de werkelijke auditkwaliteit maar ook de gepercipieerde. Beide begrippen zijn tweedelig en bestaan uit onafhankelijkheid en competentie. Indien de onafhankelijkheid en competentie in feite hoog zijn, zal dit ervoor zorgen dat de werkelijke auditkwaliteit hoog is. Hetzelfde verband geldt voor de onafhankelijkheid en competentie in schijn op de gepercipieerde auditkwaliteit. Er is dus een verschil tussen de reële kwaliteit van een audit en hoe de markt de kwaliteit beoordeelt. Als laatste worden er een aantal factoren aangehaald die de auditkwaliteit kunnen beïnvloeden. Een aantal factoren zoals Big 4 en grootte van de onderneming worden in de empirie van deze studie gebruikt als controlevariabelen.

Misschien wel de meeste onderzochte factor, die de auditkwaliteit kan beïnvloeden, zijn de non-auditdiensten. Hier wordt dieper op ingegaan in **hoofdstuk 3**. Eerst wordt er gedefinieerd wat een audit- en non-auditdienst is. Daarna volgen de belangrijkste wetten die betrekking hebben op de non-auditdiensten. Zo stelt artikel 183ter van het Koninklijk Besluit van 30 januari 2001 (2016) dat dat de onafhankelijkheid van de auditor in het gedrang komt indien hij één van de in dit artikel voorkomende diensten verricht. Het gaat dan onder andere over het voeren van een boekhouding voor een onderneming die hij controleert. Voor alle non-auditdiensten die wel nog worden toegelaten, bestaat er een wet die stelt dat het bedrag dat de auditor verdient aan non-auditdiensten niet hoger mag zijn dan dat van auditdiensten. Deze wet moet echter enkel nageleefd worden door beursgenoteerde en geconsolideerde ondernemingen. Wat dus wil zeggen dat veel private ondernemingen, die in dit onderzoek belangrijk zijn, geen beperkingen omtrent de non-auditdiensten opgelegd krijgen. De non-auditdiensten kunnen hier dan ook nog een grotere invloed hebben op de (gepercipieerde) auditkwaliteit dan bij beursgenoteerde ondernemingen.

In **hoofdstuk 4 en 5** zal de invloed van non-auditdiensten op de werkelijke en gepercipieerde auditkwaliteit worden nagegaan. Het is belangrijk om de invloed van non-auditdiensten op de werkelijke auditkwaliteit te begrijpen omdat de hypothesen en redeneringen rond gepercipieerde auditkwaliteit hetzelfde opgebouwd zijn. De reële auditkwaliteit werd al erg veel onderzocht, toch zijn de verbanden tussen reële auditkwaliteit en non-auditdiensten niet eenduidig. Er kunnen drie verbanden opgemerkt worden. Een eerste verband is een positief verband. Onderzoekers die dit verband vinden beargumenteren vaak dat er kennisoverdracht plaatsvindt door non-auditdiensten aan te bieden. Ook belanghebbenden kunnen van mening zijn dat hierdoor de auditkwaliteit stijgt. Dit argument kan dus ook gebruikt worden bij de gepercipieerde auditkwaliteit. Als tweede is er ook een negatief verband dat ontstaat door financiële afhankelijkheid van de klant. Dit zorgt ervoor dat de onafhankelijkheid in feite geschaad wordt en dus ook de reële auditkwaliteit. Ook bij de gepercipieerde auditkwaliteit kan er sprake zijn van een band tussen de auditor en de onderneming, waardoor een *stakeholder* dit als een probleem beschouwt voor de auditkwaliteit. Als laatste zijn er nog onderzoeken, voor beide soorten auditkwaliteit, die geen significant verband vinden.

Na het bespreken van de theorie is het tijd om onderzoek te doen naar gepercipieerde auditkwaliteit. Op basis van vier dimensies die volgens Sweeney en Soutar perceptie bepalen, zijnde functioneel, sociaal, emotioneel en prijs, werden er in **hoofdstuk 6** hypothesen opgesteld die in de empirie uitgetest werden. De hypothesen worden getest op een steekproef van 545 CEO's van private bedrijven in België. **Hoofdstuk 7** omschrijft de manier van dataverwerking en beschrijft alle variabelen die nodig zijn om de hypothesen te testen. In het volgende hoofdstuk volgen de beschrijvende statistieken. Het begint met de data te zuiveren, zo worden onder andere ontbrekende en extreme waarden uit de steekproef verwijderd. Daarna worden de belangrijkste statistieken besproken en wordt er getest op multicollineariteit. Als laatste worden de modellen voor de regressies opgesteld. **Hoofdstuk 9** rapporteert de resultaten van de regressies. De resultaten geven de indicatie dat de CEO veronderstelt dat non-auditdiensten een positieve invloed hebben op de verwachte kwaliteit van een audit. Dit kan verklaard worden aan de hand van informatieoverdracht tussen audit- en non-auditdiensten. Ook denkt de CEO dat anderen de auditkwaliteit beter percipiëren als hij zowel audit- als non-auditdiensten aankoopt bij hetzelfde kantoor. Hij verwacht dus dat belanghebbenden deze

kennisoverdracht tussen audit- en non-auditdiensten ook zien. Verdere analyses werden uitgevoerd in **Hoofdstuk 10**. Hier wordt gevonden dat de adviesdiensten mogelijk een positieve invloed hebben op de functionele, emotionele en sociale dimensie van de gepercipieerde auditkwaliteit.

Tot slot volgt er een algemene conclusie van het onderzoek. Hierin wordt eerst de conclusie van de empirische resultaten beschreven en wordt er aangehaald wat deze studie bijgedragen heeft. Daarna volgen de beperkingen van dit onderzoek en worden er aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek. Dit is, aangezien het een interessante maar beperkte studie is, wel aangewezen.

Inhoudsopgave

Voorwoord	I
Samenvatting	III
Inhoudsopgave	VII
Lijst met tabellen	IX
Lijst met figuren	XI
Hoofdstuk 1 Probleemstelling	1
1.1 Situering van het praktijkprobleem	1
1.2 Onderzoeksvragen	3
1.2.1 Centrale onderzoeksvraag	3
1.2.2 Deelvragen	3
1.3 Onderzoeksaanpak	4
Hoofdstuk 2 Audit	7
2.1 Externe audit	7
2.2 Auditkwaliteit	8
2.3 Maatstaven van auditkwaliteit	10
Hoofdstuk 3 Non-auditdiensten	13
3.1 Audit- en non-auditdiensten: definitie	13
3.2 Auditwetgeving	13
Hoofdstuk 4 Non-auditdiensten en reële auditkwaliteit	19
4.1 Theoretisch verband: positief	19
4.2 Theoretisch verband: negatief	19
4.3 Theoretisch verband: geen verband	21
4.4 Empirische verbanden	21
Hoofdstuk 5 Non-auditdiensten en gepercipieerde auditkwaliteit	23
5.1 Gepercipieerde auditkwaliteit: definitie	24
5.2 Theoretische verbanden	24
5.3 Empirische verbanden	24
5.4 Beperkingen	27
Hoofdstuk 6 Onderzoekshypothesen	29
6.1 Gepercipieerde waarde in dimensies	29
6.1.1 Functionele dimensie	30
6.1.2 Sociale dimensie	30
6.1.3 Emotionele dimensie	31
6.1.4 Prijsdimensie	32
Hoofdstuk 7 Onderzoeksmethodologie	35
7.1 Dataverwerving	35
7.1.1 Vragenlijst	35
7.1.2 Bel-First	36
7.1.3 Balanscentrale van de Nationale Bank van België	36
7.2 Variabelen	36

7.2.1 Afhankelijke variabele	36
7.2.2 Onafhankelijke variabele	41
7.2.3 Controlevariabelen	42
Hoofdstuk 8 Empirisch onderzoek	45
8.1 Beschrijvende statistiek	45
8.1.1 Datacleaning	45
8.1.2 Uitzonderlijke waarden	45
8.1.3 Gemiddelden, maximale en minimale waarden	46
8.1.4 Multicollineariteit	48
8.2 Model 1	51
8.2.1 Model 1a	51
8.2.2 Model 1b	51
8.2.3 Model 1c	51
8.2.4 Model 1d	51
8.3 Model 2	52
8.3.1 Model 2a	52
8.3.2 Model 2b	52
8.3.3 Model 2c	52
8.3.4 Model 2d	53
Hoofdstuk 9 Resultaten	55
9.1 Model 1	55
9.1.1 Model 1a	55
9.1.2 Model 1b	57
9.1.3 Model 1c	58
9.1.4 Model 1d	59
9.2 Model 2	59
9.2.1 Model 2a	60
9.2.2 Model 2b	61
9.2.3 Model 2c	62
9.2.4 Model 2d	62
Hoofdstuk 10 Extra analyses	63
Hoofdstuk 11 Conclusie	67
11.1 Conclusie	67
11.2 Bijdragen van het onderzoek	68
11.3 Beperkingen van het onderzoek	69
11.4 Aanbevelingen voor verder onderzoek	70
Hoofdstuk 12 Referentielijst	71

Lijst met tabellen

Tabel 1: Antwoordmogelijkheden van de Likertschaal	35
Tabel 2: Vragenlijst	37
Tabel 3: KMO en Barlett's Test	38
Tabel 4: Totaal verklaarde variantie	38
Tabel 5: Resultaten factoranalyse	40
Tabel 6: Omschrijving van de afhankelijke variabelen	41
Tabel 7: Omschrijving van de onafhankelijke variabelen	42
Tabel 8: Omschrijving van de controlevariabelen	44
Tabel 9: Beschrijvende statistiek afhankelijke variabelen	46
Tabel 10: Beschrijvende statistiek onafhankelijke variabelen	47
Tabel 11: Beschrijvende statistiek controlevariabelen	47
Tabel 12: Beschrijvende statistiek dummyvariabelen	48
Tabel 13: Correlatiematrix	50
Tabel 14: Regressieresultaten model 1	55
Tabel 15: ANOVA model 1a	56
Tabel 16: ANOVA model 1b	57
Tabel 17: ANOVA model 1c	58
Tabel 18: ANOVA model 1d	59
Tabel 19: Regressieresultaten model 2	60
Tabel 20: ANOVA model 2a	60
Tabel 21: ANOVA model 2b	61
Tabel 22: ANOVA model 2c	62
Tabel 23: ANOVA model 2d	62
Tabel 24: Regressieresultaten model 3	65

Lijst met figuren

Figuur 1: Schema auditkwaliteit	10
Figuur 2: De vier dimensies van gepercipieerde waarde volgens Sweeney en Soutar (2001).....	29

Hoofdstuk 1 Probleemstelling

1.1 Situering van het praktijkprobleem

In het bezit zijn van de juiste informatie is cruciaal voor het nemen van correcte beslissingen in de bedrijfswereld. Leveranciers willen weten of het rendabel is om aan een klant te blijven leveren, potentiële aandeelhouders willen duidelijkheid over de vooruitzichten van een aandeel. Ook werknemers, huidige aandeelhouders, banken... hebben er alle baat bij dat ze correcte beslissingen nemen. Deze beslissingen nemen ze op basis van informatie die door de onderneming vrijgegeven wordt zoals de jaarrekening. De belanghebbenden kunnen dus alleen maar goede beslissingen nemen als de vrijgegeven informatie correct en betrouwbaar is. Om situaties te vermijden waarbij de onderneming belanghebbenden aan grote risico's en onbetrouwbare informatie blootstelt, is de auditor in het leven geroepen (Aronmwan, Ashafoke & Mgbame, 2013).

De auditor moet, om de informatie op een goede manier te controleren, zijn onafhankelijkheid kunnen behouden (Mercken, 2014). Onafhankelijkheid bestaat in feite en in schijn. Onafhankelijkheid in feite wil zeggen dat de auditor een mening moet vormen zonder daarin beïnvloed te worden. Hij moet zijn professioneel kritische instelling, objectiviteit en integriteit kunnen behouden tijdens het uitvoeren van een audit. Onafhankelijkheid in schijn betekent dat de auditor situaties moet vermijden die ervoor zorgen dat iemand denkt dat de auditor zijn integriteit, objectiviteit of professioneel kritische instelling niet heeft kunnen behouden (Quick & Warming-Rasmussen, 2015). Wanneer de onafhankelijkheid in feite niet gegarandeerd wordt, kan dit leiden tot een foutieve opinie van de auditor. Dat zorgt ervoor dat belanghebbenden een verkeerde beslissing nemen. Wanneer de onafhankelijkheid in schijn laag is, zullen belanghebbenden niet vertrouwen op de opinie van de auditor en kunnen ze ook een foute keuze maken.

Er zijn meerdere factoren die een invloed hebben op de onafhankelijkheid. Eén daarvan is het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten. Een non-auditdienst is een dienst die niets met de wettelijke controle van de financiële staten te maken heeft (Legal Information Institute, z.d), terwijl de auditdienst de wettelijke controledienst is. Een voorbeeld van dit probleem is het WorldCom-schandaal dat in 2002 aan het licht kwam. De auditor, Arthur Andersen, beschouwde WorldCom als een risicoklant omdat het het management al meerdere malen betrappt had op agressieve boekhoudpraktijken. Toch bleef het goedkeurende verklaringen geven, terwijl dit onterecht was (Zekany, Braun & Warder, 2004). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de auditor veel non-auditdiensten aan WorldCom aanbod (Church & Zhang, 2011). Wanneer deze diensten in zulke grote mate worden aangeboden dat de auditor hier meer aan verdient dan aan de controlediensten, zal de auditor in veel gevallen niet langer onafhankelijk kunnen blijven en bijgevolg zal de reële auditkwaliteit dalen (Bell, Causholli & Knechel, 2015). Een ander probleem dat zich kan voordoen is dat de onafhankelijkheid in schijn geschaad wordt waardoor de gepercipieerde auditkwaliteit beïnvloed wordt. Hier is veel minder onderzoek naar gedaan en het is veel moeilijker om hier een voorbeeld van aan te halen. Dit komt omdat iedereen auditkwaliteit anders kan percipiëren (Hu, Kandampully & Juwaheer, 2009).

Natuurlijk weet ook de wetgever dat de onafhankelijkheid van een auditor uiterst belangrijk is om een goede controle uit te voeren en om belanghebbenden juiste beslissingen te laten nemen. Deze probeert er dan ook alles aan te doen om de auditor zijn onafhankelijkheid te laten behouden en de non-auditdiensten in te perken of zelfs volledig te verbieden. Wereldwijd ontstonden dan ook wetten die deze materie omvatten zoals de Sarbanes-Oxley Act in Amerika, maar ook het Wetboek van Vennootschappen in België werd aangepast en uitgebreid met de nodige wetsartikels. De meeste van deze wetgeving is echter alleen van toepassing op beursgenoteerde ondernemingen. In een beursgenoteerde onderneming mag de auditor bijvoorbeeld in de meeste gevallen niet meer verdienen aan non-auditdiensten dan aan auditdiensten. De uitzonderingen staan vermeld in artikel 133, §6 van het Wetboek Vennootschappen (2016). De wet werd onlangs aangepast door de wet van 7 december 2016, maar een beperking in bedrag is er voor de meeste private ondernemingen nog steeds niet. Hierdoor hebben auditors van deze ondernemingen nog steeds de mogelijkheid om meer te verdienen aan non-auditdiensten dan aan auditdiensten, wat een probleem zou kunnen zijn voor de onafhankelijkheid in feite en in schijn.

De invloed van non-auditdiensten op de onafhankelijkheid van de auditor bij beursgenoteerde ondernemingen werd wereldwijd al erg veel onderzocht. Nochtans blijkt hieruit geen eenduidig verband. Sommige studies zoals die van Chung en Kallapur (2003) en Reynolds, Deis en Francis (2004) vinden geen significant verband tussen het aanbieden van non-auditdiensten en de onafhankelijkheid in feite van de auditor. Andere onderzoekers zoals Breesch en Hardies (2014) en Frankel, Johnson en Nelson (2002) vinden een negatief verband. Dit wil zeggen dat volgens hen het aanbieden van non-auditdiensten er voor zorgt dat de auditor zijn onafhankelijkheid niet kan behouden. Als laatste zijn er nog onderzoekers zoals Simunic (1984) en Kinney, Palmrose en Scholz (2004), zij vinden een positief verband. In dit geval heeft het aanbieden van non-auditdiensten geen negatieve invloed op de onafhankelijkheid van de auditor. Deze onderzoeken bij beursgenoteerde ondernemingen leveren dus niet voldoende bewijs om te concluderen dat non-auditdiensten de feitelijke onafhankelijkheid schaden. Hieruit kan echter niet gesteld worden dat non-auditdiensten niet beperkt moeten worden in de groep van private bedrijven. Het is dus niet omdat er niet voldoende bewijs van schade is dat er geen beperking van non-auditdiensten moet zijn. Ook kan het aanbieden van non-auditdiensten een verkeerd signaal naar de buitenwereld geven waardoor de onafhankelijkheid in schijn in gedrang komt.

Als de onafhankelijkheid in schijn geschaad wordt, kan dit zorgen voor een verandering in de perceptie van auditkwaliteit. Naar gepercipieerde auditkwaliteit is er tot op heden erg weinig onderzoek gevoerd. Dit komt omdat dit topic minder bekend is en moeilijker te onderzoeken is. Het onderzoek dat hierover gebeurde, vond vooral plaats in Amerika en Engeland. De werkelijke auditkwaliteit kan gemeten worden door het aantal fouten van de auditor (Krauss & Zülch, 2013), maar gepercipieerde auditkwaliteit kan enkel gemeten worden aan de hand van meningen van bijvoorbeeld het management, investeerders, het auditcomité et cetera. Dit zijn geen objectief, vaststaande feiten en kan voor iedereen verschillend zijn. Toch is het nodig om de gepercipieerde auditkwaliteit ook te onderzoeken omdat dit de kijk van belanghebbenden weergeeft op de auditkwaliteit. Het is mogelijk dat de gewone auditkwaliteit hoog is maar de gepercipieerde auditkwaliteit laag. Als er een verschil tussen beide soorten auditkwaliteit is, is het zeker interessant om dit te onderzoeken. Ook al is de

feitelijke auditkwaliteit hoog, het is vooral de gepercipieerde auditkwaliteit die tot investeringsbeslissingen zal leiden. Als deze sterk afwijkt van de werkelijke auditkwaliteit kan dit tot foute beslissingen leiden, ook al valt de auditor niet noodzakelijk iets te verwijten. Neem daarbij dat er weinig wetten en beperkingen zijn voor private ondernemingen in België, dan is dit de interessantste groep om te onderzoeken wat het aanbieden van non-auditdiensten verandert aan de gepercipieerde auditkwaliteit.

1.2 Onderzoeksvragen

1.2.1 Centrale onderzoeksvraag

De meeste studies focussen zich op de werkelijke kwaliteit van een audit, terwijl ook reputatie en perceptie uiterst waardevolle elementen zijn om auditkwaliteit te meten. Reële auditkwaliteit kan maar op één manier geïnterpreteerd worden, zo leidt een foutieve opinie tot een lage auditkwaliteit. Gepercipieerde auditkwaliteit daarentegen is voor ieder individu verschillend, afhankelijk van kenmerken die van mens tot mens verschillen zoals cultuur, opvoeding, leeftijd... (Sanchez, Callarisa, Rodriguez & Moliner, 2006). Een bepaalde perceptie zet aan tot een bepaalde handeling. Zo zal dit in veel gevallen mensen aanzetten om een product of dienst te kopen (Sweeney & Soutar, 2001). Dit kan ook worden toegepast op auditkwaliteit. Een positieve perceptie zal er in dit geval voor zorgen dat een toekomstige investeerder zal investeren in een onderneming en een negatieve perceptie zorgt ervoor dat deze persoon dat niet zal doen, onafhankelijk van hoe het met de werkelijke auditkwaliteit gesteld is. De nadruk zal dan ook op de gepercipieerde auditkwaliteit liggen in deze masterproef, met als centrale onderzoeksvraag: **“Wat is de invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit in private bedrijven?”**

1.2.2 Deelvragen

Deelvraag 1: “Wat is een externe audit, wat is auditkwaliteit en welke factoren bepalen de auditkwaliteit?”

In deze deelvraag wordt er op zoek gegaan naar een definitie voor externe audit en auditkwaliteit. Verder zal er aangehaald worden welke ondernemingen verplicht zijn om een auditor aan te stellen en waarom een auditor een meerwaarde is voor de onderneming en haar *stakeholders*. Ook wordt er een duidelijk onderscheid gemaakt tussen auditkwaliteit en gepercipieerde auditkwaliteit. Eens de definities aan bod gekomen zijn, zullen de verschillen weergegeven worden. Door de begrippen op voorhand te bespreken, kan er vermeden worden dat er onduidelijkheden voorkomen in de masterproef en zo kan de lezer, met de definities in het achterhoofd, de overige deelvragen beter begrijpen.

Als laatste komen de factoren aan bod die auditkwaliteit kunnen beïnvloeden. Een variabele die wereldwijd onderzocht is, is het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten. Deze zal in de volgende deelvraag uitgebreid worden toegelicht.

Deelvraag 2: "Wat zijn audit- en non-auditdiensten en wat is de regelgeving hieromtrent?"

Ook in deze deelvraag zullen er nog begrippen gedefinieerd worden, dit keer die van audit- en non-auditdiensten. Het laten uitvoeren van non-auditdiensten door hetzelfde auditkantoor als waar de onderneming auditdiensten koopt, wint de laatste jaren aan populariteit. De wetgever ziet echter een probleem met de onafhankelijkheid. Dit is waarom hij wetgeving heeft opgesteld. Omdat de masterproef gericht is op België, zal ook de wetgeving hierop afgestemd zijn. Uit de wetgeving zal bijvoorbeeld worden nagegaan of het wettelijk gezien mogelijk is om onbeperkt non-auditdiensten te verschaffen in combinatie met auditdiensten. Er wordt ook nagegaan of een eventuele beperking geldt voor beursgenoteerde ondernemingen en private ondernemingen, die van belang zijn voor dit onderzoek. Om de onafhankelijkheid te vergroten bij publieke ondernemingen heeft de wetgever reeds de één-op-éénregel ingevoerd, maar deze is niet geldig bij de meeste private bedrijven dus zij moeten hier geen rekening mee houden. Zijn er voor deze bedrijven dan andere beperkingen of mogen zij onbeperkt hun gang gaan?

Deelvraag 3: "Welke invloed kunnen de non-auditdiensten hebben op de werkelijke auditkwaliteit?"

Zoals in de probleemstelling al werd aangegeven is het belangrijk om te focussen op non-auditdiensten. Enerzijds zouden non-auditdiensten ervoor kunnen zorgen dat de auditor zijn onafhankelijkheid niet blijft behouden. Dit kan er op zijn beurt voor zorgen dat de auditkwaliteit daalt. Anderzijds zouden non-auditdiensten de auditkwaliteit ook positief kunnen beïnvloeden. Het is dus erg belangrijk om voldoende wetenschappelijke literatuur aan te halen, waardoor er een antwoord op de vraag geformuleerd kan worden.

Deelvraag 4: "Welke invloed heeft het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit?"

Nadat er een duidelijk zicht is op de invloed van de non-auditdiensten op de reële auditkwaliteit zal ook de invloed hiervan op de gepercipieerde auditkwaliteit nagegaan worden. Verschillende onderzoekers gebruiken aandeelhouders om de gepercipieerde auditkwaliteit te meten, maar ook andere doelgroepen zijn van belang. Het zou immers kunnen dat de perceptie van de auditkwaliteit per doelgroep verschilt. In deze deelvraag worden er meerdere onderzoeken aangehaald die verschillende groepen van belanghebbenden onderzochten en wat hun besluit is over de gepercipieerde auditkwaliteit.

1.3 Onderzoeksaanpak

Om een antwoord te bieden op de centrale onderzoeksvraag zal er eerst theoretisch onderzoek gebeuren, dat de eerste vier deelvragen omvat, daarna volgt een empirisch onderzoek. Als eerste zal er een verkennend onderzoek plaatsvinden, te beginnen bij een literatuurstudie op basis van wetenschappelijke literatuur om er zeker van te zijn dat de informatie correct is. De wetenschappelijke

literatuur werd geraadpleegd via Google Scholar en EBSCOhost. De trefwoorden om deze wetenschappelijke literatuur te bekomen waren onder andere: *non-audit service*, *audit quality*, *independent auditor*... Andere bronnen, om bijvoorbeeld bepaalde definities te verkrijgen, komen onder andere van de website van het IBR.

Na het theoretisch deel wordt de invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op auditkwaliteit zoals gepercipieerde door de CEO getest. De dataset die voor dit onderzoek gebruikt zal worden is afkomstig van dr. Maarten Corten. Hij stuurde een vragenlijst naar alle Belgische private ondernemingen. Op basis van die informatie, aangevuld met informatie uit de jaarrekening, zal het empirisch onderzoek gebeuren. De perceptie van de CEO zal opgesplitst worden in meerdere dimensies. Voor elk van deze dimensies afzonderlijk zullen er drie hypothesen opgesteld worden. Deze hypothesen zullen aan de hand van data getest worden in regressies. Belangrijk is dat de modellen enkel geïnterpreteerd mogen worden als ze significant zijn. In dit deel is het dus van belang dat de bevindingen uit wetenschappelijke literatuur getoetst worden aan de werkelijkheid.

Hoofdstuk 2 Audit

De eerste deelvraag zal het begrip 'audit' uitvoerig behandelen. Eerst komt er een definitie van externe audit aan bod, daarna worden een aantal theorieën besproken die het belang van een audit benadrukken. Het laatste onderdeel van dit hoofdstuk geeft een aantal factoren weer die auditkwaliteit kunnen beïnvloeden.

2.1 Externe audit

Er bestaan heel wat definities die het begrip 'audit' omschrijven. Eén hiervan, die de werking van een audit uitgebreid beschrijft, is die van het Committee on Basic Auditing Concepts van de American Accounting Association. Zij stellen dat "auditing een proces is dat in een vast stramien dient te gebeuren en waarbij bewijskrachtige informatie wordt verzameld en geanalyseerd op een objectieve wijze". Verder dient de auditor, de persoon die een audit uitvoert, "feiten te verzamelen en beweringen van het management te toetsen aan de werkelijkheid. Dit hele proces leidt uiteindelijk tot een mededeling van de conclusie van het onderzoek aan belanghebbenden" (Dries, Van Brussel & Willekens, 2011, p. 26). Er bestaat zowel een interne als externe audit, maar omdat de interne audit niet van belang is voor deze masterproef zal hier niet verder op ingegaan worden. De externe auditor zal vanaf nu dan ook gewoon auditor genoemd worden. Een externe audit is een "volledig onafhankelijk en deskundig nazicht van de financiële staten", uitgevoerd door iemand buiten de onderneming, die controleert "op basis van bepaalde controlenormen". Na controle moet de auditor een "bepaalde zekerheid verworven hebben dat de jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat" en moet hij hierover "schriftelijk rapporteren aan belanghebbenden" (Mercken, 2014, p. 5).

Niet alle ondernemingen zijn verplicht om een auditor aan te stellen. Artikel 141 van het Wetboek van Vennootschappen (2016) verplicht enkel grote vennootschappen, die een volledige jaarrekening moeten neerleggen, ertoe een auditor aan te stellen. Een onderneming is groot volgens artikel 15 van het Wetboek van Vennootschappen (2016) indien meer dan één van volgende criteria gedurende twee achtereenvolgende boekjaren overschreden wordt:

- Een jaargemiddelde van het personeelsbestand van 50 voltijdse equivalenten
- Een jaaromzet, exclusief BTW, van 9 000 000 euro
- Een balanstotaal van 4 500 000 euro

Ook ondernemingen die beursgenoteerd zijn of deel uitmaken van een geconsolideerde groep moeten altijd een auditor aanstellen (Wetboek van Vennootschappen, 2016). Het is voor veel ondernemingen dus niet bij wet verplicht om een auditor aan te stellen. Onderstaande theorieën geven aan dat ook het vrijwillig aanstellen van een auditor zo zijn nut heeft.

De eerste theorie is de *agency theory*. Deze bestaat altijd uit een agent, in dit geval het management, en een principaal, in dit geval de aandeelhouders. De essentie van de theorie is dat beide partijen andere belangen hebben. Zo kan een manager het belangrijk vinden om macht uit te stralen. Dit kan bijvoorbeeld door een mooie, dure wagen. De onderneming zal deze wagen betalen, maar de

aandeelhouders van de onderneming zouden liever hebben dat er met dit geld een investering gedaan zou worden die ervoor kan zorgen dat hun geld rendeert. Dit kan gebeuren omdat het management vrij is om het beleid te sturen, ondanks dat aandeelhouders het eigenlijke kapitaal van de onderneming vormen. Dat komt omdat de aandeelhouders beslissingsbevoegdheid geven aan het management. Hierdoor kan het management dus handelingen doen die niet altijd in het belang van de aandeelhouders zijn (Aronmwan et al., 2013; Dries et al., 2011; Pott, Mock & Watrin, 2009). De auditor kan in dit geval optreden als tussenpartij om ervoor te zorgen dat de belangen van beide partijen op elkaar worden afgestemd. Dit kan door de auditor het management te laten controleren. Een oorzaak van de *agency theory* is asymmetrische informatie. Managers van een bedrijf hebben meer informatie dan aandeelhouders en andere belanghebbenden. Ze hebben dus een informatievoordeel waardoor er een kans bestaat dat ze verkeerde informatie naar buiten brengen. Dit is de tweede theorie, de informatietheorie. Deze theorie is een tweede reden waarom het nuttig is om een auditor aan te stellen (Dries et al., 2011). De auditor kan er in dit geval immers voor zorgen dat de juiste informatie om correcte beslissingen te nemen tot bij de belanghebbenden komt.

Een laatste theorie die verklaart waarom auditors aangesteld worden door ondernemingen, ook als die daar niet verplicht toe zijn, is de verzekeringstheorie. De auditor kan belanghebbenden immers verzekeren dat het management de nodige inspanningen geleverd heeft om de onderneming gezond en rendabel te maken en/of te houden. Hij kan ook aantonen dat het management correcte financiële staten heeft neergelegd. Wanneer een auditor beslist dat een jaarrekening een getrouw beeld geeft en ervan uitgaat dat de continuïteit van een onderneming niet in gevaar zal komen voor het volgende jaar, is de auditor medeverantwoordelijk voor het getrouw beeld van de financiële staten van de onderneming. Wanneer blijkt dat de onderneming toch in de problemen komt, de auditor zijn werk niet goed gedaan heeft en de onderneming niet in staat is om de geleden verliezen te vergoeden, hebben de belanghebbenden nog een tweede partij om zich op te verhalen. De auditor zorgt er dus voor dat het bedrijfsrisico verkleind wordt (Dries et al., 2011). Deze laatste theorie is veel minder belangrijk in België want het komt in praktijk bijna nooit voor dat de auditor een schadevergoeding moet betalen.

De drie theorieën geven aan dat er bepaalde risico's vervat zitten aan investeren in een onderneming. De belanghebbenden kunnen zelf niet al deze risico's nagaan en alles controleren omdat ze hier vaak noch de middelen, noch de informatie voor hebben. Om de belanghebbenden toch voldoende zekerheid te geven voor ze beslissingen nemen, is de auditor in het leven geroepen.

2.2 Auditkwaliteit

Een algemene, allesomvattende definitie vinden voor 'auditkwaliteit' is niet eenvoudig omdat er veel verschillende definities gebruikt worden in de theorie. Vaak worden deze definities afgeleid uit de omschrijving van DeAngelo en dat is waarom deze definitie gebruikt zal worden. Volgens DeAngelo (1981) bestaat het begrip 'auditkwaliteit' uit twee delen. Eerst en vooral moet de auditor een fout ontdekken in de financiële staten van de onderneming. Daarnaast moet de auditor in staat zijn en/of de wil hebben om deze fout te rapporteren naar de buitenwereld. Om de fout te kunnen ontdekken, moet de auditor bepaalde *skills* of ervaring hebben (DeAngelo, 1981). Naarmate de auditor meer

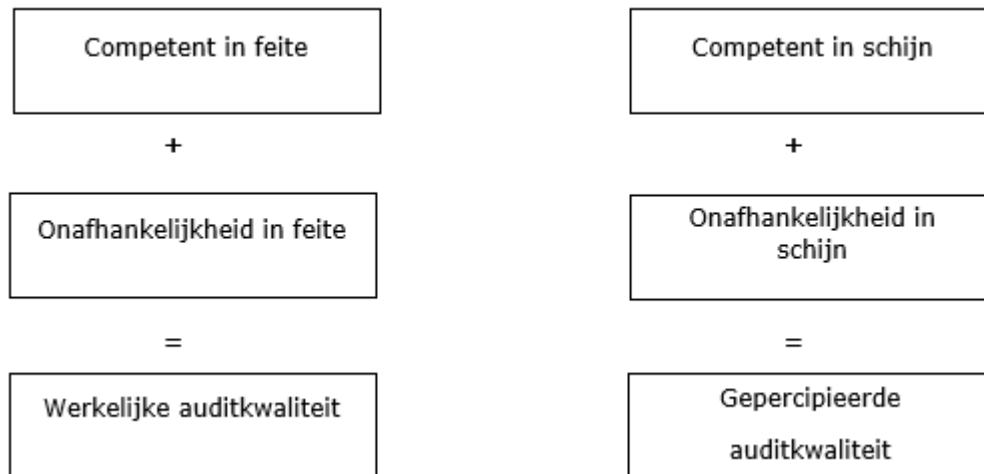
ervaring of meer voeling krijgt met de audit en met zijn klant, zal hij ook weten waar de financiële staten het vaakst voor problemen zorgen en waar hij dus het meest op moet letten tijdens het uitvoeren van zijn audit. Een auditor die aan het begin van zijn carrière staat, zal deze voeling nog niet hebben en zal het bijgevolg moeilijker hebben om fouten te detecteren. Het willen rapporteren van een gebrek of fout heeft niets met de *skills* te maken, maar veeleer met de onafhankelijkheid van de auditor ten opzichte van zijn klant (DeAngelo, 1981). Wanneer de auditor afhankelijk is van zijn klant, zal hij eerder geneigd zijn om een gebrek of fout niet te rapporteren. Dit in tegenstelling tot wanneer de auditor onafhankelijk is, dan zal hij ernaar streven om aan te geven wanneer er iets fout zit.

De auditor moet dus enerzijds bepaalde competenties bezitten en anderzijds zijn onafhankelijkheid kunnen behouden om informatie op een goede manier te controleren en rapporteren (Mercken, 2014). Deze onafhankelijkheid bestaat in feite en in schijn. Onafhankelijkheid in feite wil zeggen dat de auditor een mening moet vormen zonder daarin beïnvloed te worden. Hij moet zijn professioneel kritische instelling, objectiviteit en integriteit kunnen behouden tijdens het uitvoeren van een audit (Quick & Warming-Rasmussen, 2015). Deze kenmerken vormen een onderdeel van iemands persoonlijkheid en zullen dus maar in beperkte mate kunnen worden aangeleerd (van Kempen, 2013). De onafhankelijkheid in feite wordt in de meeste onderzoeken gemeten door het werkelijk gedrag van auditors, de auditopinie, de kwaliteit en de mate waarin de auditor de financiële data wil herzien (Pott et al., 2009). Deze vorm van onafhankelijkheid wordt in verband gebracht met de reële of werkelijke auditkwaliteit (Figuur 1). Wanneer er een gebrek is aan onafhankelijkheid in feite, zal de auditor minder goed controleren en zal het management van een bedrijf bijvoorbeeld in staat zijn om meer *earnings management* toe te passen dan wanneer een auditor zijn werk goed doet (Krauss & Zülch, 2013). Hierdoor verlaagt de werkelijke auditkwaliteit. Ook kan de reële auditkwaliteit aangetast worden indien de *going concern* opinie van de auditor fout blijkt te zijn. Om een goede *going concern* opinie te geven moet de auditor onafhankelijk zijn (Defond, Raghunandan & Subramanyam, 2002), alleen zo kan de werkelijke auditkwaliteit hoog zijn.

Onafhankelijkheid in schijn daarentegen betekent dat de auditor situaties moet vermijden die ervoor zorgen dat iemand denkt dat de auditor zijn integriteit, objectiviteit of professioneel kritische instelling niet heeft kunnen behouden (Quick & Warming-Rasmussen, 2015). Dit soort onafhankelijkheid kan alleen maar gemeten worden aan de hand van meningen van het management, investeerders, leveranciers en andere *stakeholders*. De onafhankelijkheid in schijn wordt geassocieerd met de gepercipieerde auditkwaliteit (Figuur 1). Dit is hoe de kwaliteit van een audit gepercipieerd of waargenomen wordt door belanghebbenden. Een voorbeeld van afhankelijkheid in schijn kan voorkomen wanneer de auditor al jaren audits voor eenzelfde klant doet. Dit leidt in vele gevallen tot een nauwe relatie met zijn klant, iets wat er op zijn beurt voor kan zorgen dat belanghebbenden denken dat de auditor zijn onafhankelijke kijk op de financiële staten niet kan behouden (Tepalagul & Lin, 2015). De auditor is dus niet onafhankelijk in schijn en hierdoor is de gepercipieerde auditkwaliteit laag.

Om de belanghebbenden juiste beslissingen te laten nemen, moet de auditor zowel onafhankelijk als competent zijn in feite en in schijn. Hierdoor zal zowel de reële als gepercipieerde auditkwaliteit hoog zijn. Indien dit niet het geval is, kan een *stakeholder* foute beslissingen nemen. Neem nu dat de

feitelijke auditkwaliteit hoog is, maar de gepercipieerde auditkwaliteit laag. In dit geval zal een potentiële investeerder niet vertrouwen in de financiële staten van de onderneming en zal hij beslissen om niet in een bepaalde onderneming te investeren, hoewel de werkelijke auditkwaliteit hoog was. Hierdoor zal de potentiële investeerder mogelijk een foute beslissing nemen. Om juiste beslissingen te nemen is het dus erg belangrijk dat de werkelijke auditkwaliteit en de gepercipieerde auditkwaliteit hetzelfde zijn.



Figuur 1: Schema auditkwaliteit

2.3 Maatstaven van auditkwaliteit

Paragraaf 2.2 gaf al aan dat er twee soorten auditkwaliteit bestaan, de reële en de gepercipieerde. Het is dus best mogelijk dat er andere factoren zijn die de verschillende soorten auditkwaliteit beïnvloeden. De meeste studies hebben de invloed van bepaalde attributen onderzocht op de werkelijke auditkwaliteit. Veel minder onderzoek is er gedaan naar factoren die van invloed zijn op de gepercipieerde auditkwaliteit. Toch zijn er een aantal studies die aantonen dat de attributen die betrekking hebben op werkelijke auditkwaliteit ook een invloed hebben op de gepercipieerde auditkwaliteit. De belangrijkste factoren komen hieronder aan bod.

Een eerste factor die zowel werkelijke als gepercipieerde auditkwaliteit mogelijk beïnvloedt is het honorarium van de auditor. Het honorarium kan zowel een positieve als negatieve invloed hebben op de reële auditkwaliteit. Een hogere vergoeding kan ervoor zorgen dat de auditkwaliteit stijgt (DeAngelo, 1981), want de auditor heeft meer budget om alle controletaken grondig uit te voeren en toch nog winst te maken. Dit wijst op een positieve invloed van een hoger honorarium op de reële auditkwaliteit (Larcker & Richardson, 2004). Anderzijds kan een hoger loon ook beschouwd worden als een grotere afhankelijkheid van de klant want een grote klant wil men liever niet zomaar laten schieten (DeAngelo, 1981; Ghosh, Kallapur & Moon, 2009). Dit argument werd zowel door onderzoekers die reële als gepercipieerde auditkwaliteit onderzoeken aangehaald. Er kan dus ook een negatief verband zijn tussen auditkwaliteit en het honorarium.

Een andere factor die vaak onderzocht wordt bij werkelijke auditkwaliteit is auditrotatie. Auditors die na een aantal jaar verplicht moeten roteren zouden sneller geneigd zijn om een paragraaf te wijden aan *going concern* problemen, waardoor de auditkwaliteit toeneemt (Kim, Lee & Lee, 2015). Dit komt overeen met het standpunt van de wetgever, die speciaal wetten opstelde waardoor de partner van een auditkantoor verplicht moet roteren (Kilgore, Harrison & Radich, 2014). De verplichting dat de partner na zeven jaar moet roteren (Magerotte & De Wolf, 2016), zou ervoor zorgen dat de onafhankelijkheid niet in gedrang komt en dit zal er op zijn beurt voor zorgen dat ook de auditkwaliteit behouden blijft (Anno, 2009). Ook de invloed van deze factor op de gepercipieerde auditkwaliteit werd onderzocht. Volgens Kilgore, Harrison en Radich (2014) zou er geen of slechts een klein verband bestaan.

Een derde factor is de invloed van de grootte van een auditkantoor. Een klant met een beperkte auditopdracht is voor een groot auditkantoor relatief klein in verhouding tot het belang van deze klant voor een klein auditkantoor. Hierdoor kan de auditor van een groot kantoor zijn onafhankelijkheid beter behouden, waardoor de auditkwaliteit hoog blijft (DeAngelo, 1981). Grotere auditkantoren hebben echter ook een betere status en kunnen hierdoor vaak betere werknemers aantrekken. Dit zorgt ervoor dat de competentie stijgt en hiermee ook de auditkwaliteit (Kilgore et al., 2014). De Big 4 (Deloitte, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young en KPMG) wordt ook geassocieerd met grote auditkantoren, dus ook het behoren tot de Big 4 heeft een positieve invloed op de auditkwaliteit (DeAngelo, 1981; Lawrence, Minutti-Meza & Zhang, 2011). Het verband van deze factor op de gepercipieerde kwaliteit werd ook onderzocht. Hier toonde onderzoek eveneens een positief verband aan tussen zowel grootte van het auditkantoor als het behoren tot de Big 4 op de gepercipieerde auditkwaliteit (Kilgore et al., 2014). Een groot auditkantoor heeft immers de mogelijkheid om de financiële gegevens van de klant geloofwaardiger te doen overkomen, want ze worden vaak als betrouwbaarder aanzien. Dit kan doordat de markt denkt dat ze betere werknemers kunnen aantrekken. Hierdoor stijgt de competentie in schijn (Kilgore et al., 2014).

Een volgende factor is de specialisatie van de auditor binnen een bepaalde industrie. Zowel Deis en Giroux (1992) als Hogan en Jetter (1999) vinden een positieve invloed van specialisatie op reële auditkwaliteit. Een specialist in een bepaalde industrie zorgt ervoor dat een auditkantoor meer ervaring heeft binnen een industrie. De competentie van de auditor zal dus toenemen en dit komt de auditkwaliteit alleen maar ten goede (Kilgore et al., 2014). Het effect van specialisatie op gepercipieerde auditkwaliteit blijkt ook positief te zijn. Zowel Kilgore, Harrison en Radich (2014) als Lowensohn, Johnson, Elder en Davies (2007) vinden dit verband.

Een laatste attribuut dat in de literatuur veel besproken is, zijn de non-auditdiensten. Zowel het effect op de reële auditkwaliteit als op gepercipieerde auditkwaliteit is in wetenschappelijke literatuur al onderzocht. Het aanbieden van non-auditdiensten zou er volgens veel onderzoekers voor zorgen dat de onafhankelijkheid in feite en/of in schijn niet behouden blijft. Hierdoor wordt de auditkwaliteit negatief beïnvloed. Anderzijds kunnen non-auditdiensten ervoor zorgen dat de auditor meer over de onderneming te weten komt en dus zijn audit beter kan doen (Breesch & Hardies, 2014). Dit leereffect zou de werkelijke en gepercipieerde auditkwaliteit dan weer ten goede komen. Ondanks regule-

ring blijven de non-auditdiensten een belangrijke factor die de werkelijke en gepercipieerde auditkwaliteit kan beïnvloeden (Kilgore et al., 2014). Een uitgebreide bespreking van de verbanden tussen het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten en de auditkwaliteit komt aan bod in hoofdstuk 4. Het effect van beide diensten op gepercipieerde auditkwaliteit wordt in detail besproken in hoofdstuk 5.

Hoofdstuk 3 Non-auditdiensten

De tweede deelvraag gaat verder in op audit- en non-auditdiensten. Beide concepten worden kort toegelicht, waarna de regelgeving hierover aan bod komt. De regelgeving zal chronologisch weergegeven worden. Eerst komt de Amerikaanse wetgeving aan bod, die de voorloper van de Europese wetten vormt. Als laatste wordt er dieper op de Belgische wetgeving ingegaan.

3.1 Audit- en non-auditdiensten: definitie

In de vorige deelvraag werd al kort besproken dat het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten een invloed kan hebben op zowel de reële als de gepercipieerde auditkwaliteit. Om een beter beeld te krijgen over wat deze diensten zoal inhouden, volgen er twee definities. Het nakijken van de cijfers, de interne controle en een opinie vormen over de financiële staten, is wat er begrepen wordt onder een auditdienst (Mercken, 2014). Het is voor de hand liggend dat een auditor of auditkantoor deze uitvoert, maar een auditor kan ook niet-auditdiensten uitvoeren. Een non-auditdienst houdt in: "elke professionele dienstverlening met een geregistreerd openbaar auditkantoor, dat geen verband houdt met de eigenlijke audit of een nazicht van de financiële staten" (Legal Information Institute, z.d.). Zo kan de auditor bijvoorbeeld adviesdiensten aanbieden aan klanten waaraan hij ook al auditdiensten aanbiedt, maar hij kan ook helpen in de voorbereiding van een belastingaangifte of bij het taxeren van goederen. Al deze diensten kunnen, in combinatie met auditdiensten, de werkelijke en/of gepercipieerde auditkwaliteit schaden. Om de schade beperken heeft de wetgever een heel aantal wetten opgesteld. De belangrijkste worden in de volgende sectie besproken.

3.2 Auditwetgeving

Auditors proberen ervoor te zorgen dat klanten zowel audit- als non-auditdiensten bij eenzelfde kantoor aankopen. Dit is voor de auditors immers voordeliger. Ze hebben namelijk een informatievoordeel doordat ze alle informatie van de klant al verworven hebben bij de audit. Hierdoor moeten ze deze kosten niet meer maken en hebben ze dus een voordeel op de concurrentie (Breesch & Hardies, 2014). Een klant die beide diensten bij eenzelfde kantoor aankoopt zorgt er dus voor dat er meer winst gemaakt kan worden. Niet alleen de auditor heeft baat bij het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten, ook voor ondernemingen is dit voordelig. Dit kan verklaard worden aan de hand van een voorbeeld: wanneer de klant een adviesdienst, een voorbeeld van een non-auditdienst, koopt, is deze niet resultaatsgebonden. Het is daardoor niet zeker dat een advies juist is en de klant wil liefst een zo klein mogelijk risico lopen. Hierdoor zal hij geneigd zijn om een kantoor met een goede reputatie aan te werven. Daar de klant al een audit bij het kantoor heeft laten uitvoeren, heeft deze een idee van de reputatie en kennis van het auditkantoor. Als de audit de klant positief is bevallen, zal de klant dus meer geneigd zijn om non-auditdiensten bij dit kantoor aan te kopen. Aangezien het aanbieden van non-auditdiensten bij klanten voor beide partijen voordelig is, is dit doorheen de jaren uitgebreid (Breesch & Hardies, 2014).

Toch heeft het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten ook zijn nadelen. Een goed voorbeeld om dit aan te tonen, is Enron. Het management van Enron heeft gedurende meerdere jaren de winsten fors overschat en de kosten geminimaliseerd. Volgens verschillende onderzoekers was dit mogelijk doordat de auditors Enron te weinig controleerden. Indien ze meer en strenger gecontroleerd hadden, hadden ze waarschijnlijk al veel sneller gemerkt dat er wat aan de hand was (Healy & Palepu, 2003). Dit tekort aan controle kan een gevolg zijn van een auditor die de nodige competenties niet bezat. Anderzijds bestaat ook de mogelijkheid dat er wel voldoende controle was, maar dat de auditor zijn bevindingen gewoonweg niet naar buiten wenste te brengen. Dit wil zeggen dat de auditor zijn onafhankelijkheid niet kon behouden. Om aan de definitie van auditkwaliteit te voldoen, moet er aan beide voldaan zijn (DeAngelo, 1981). Dit was bij Enron duidelijk niet het geval, ongeacht aan welk van beide niet voldaan was. Nu rijst ongetwijfeld de vraag waarom er niet streng gecontroleerd werd of waarom de auditor niet de wil had om de fouten te rapporteren. Niet onbelangrijk hierin is dat Arthur Andersen, de auditor, ook adviezen verleende aan Enron. De fee die het auditkantoor verdiende aan de adviesdiensten liep zo hoog op dat het haast onmogelijk was om zijn onafhankelijkheid te kunnen behouden. In 2000 was het zelfs zo dat Arthur Andersen \$25 miljoen verdiende aan de auditdiensten en \$27 miljoen aan adviesdiensten. Daar komt dan nog eens bovenop dat Enron 27% van de totale auditinkomsten van Arthur Andersen uitmaakte (Healy & Palepu, 2003). Zoals hierboven al aangehaald, zorgt een grote klant ervoor dat de auditor zijn klant niet wil verliezen waardoor hij dus mogelijk sneller tevreden zal zijn (DeAngelo, 1981). Hierdoor bleef de auditor goedkeurende verklaringen geven, terwijl het al meerdere jaren misliep bij Enron. Toen de problemen aan het licht kwamen ging Enron, eind 2001, failliet. Ook voor Arthur Andersen werd dit de ondergang (Healy & Palepu, 2003). Door de onterecht goedkeurende verklaringen van de auditor beslisten veel mensen te investeren in een bedrijf dat het niet waard was en verloren dus veel belanghebbenden veel geld. Hiermee kan aangetoond worden dat de auditkwaliteit vertekend kan zijn door het aanbieden van non-auditdiensten.

Als gevolg van de faling van Enron en nog vele andere ondernemingen rond deze periode zag de wetgever in dat het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten ook nadelen kon hebben. In de Verenigde Staten begon de *Securities and Exchange Commission* (SEC) dan ook meteen aan regels die de onafhankelijkheid van de auditor in beursgenoteerde bedrijven zou moeten vergroten. Zo werden er een aantal non-auditdiensten aangehaald die in combinatie met auditdiensten de onafhankelijkheid zouden kunnen belemmeren. Andere non-auditdiensten konden nog beperkt naast elkaar blijven bestaan (Breesch & Hardies, 2014).

Toch bleek de kwaliteit van audits nog steeds ondermaats. Daarom besloot de wetgever de wetten aan te passen en aan te vullen met nieuwe wetten zoals bijvoorbeeld de Sarbanes-Oxley-wetgeving van Amerika (Breesch & Hardies, 2014; Kilgore et al., 2014). De Sarbanes-Oxley Act, ook wel SOX-wetgeving genoemd, wil investeerders behoeden voor fraudeleuze activiteiten van bedrijven. Het komt erop neer dat de SOX-wetgeving wetten samenbundelt die nodig zijn voor het voeren van een onafhankelijke audit. Deze wet geeft ook aan hoe het management haar bedrijf moet besturen en hoe het aan financiële verslaggeving moet doen. De wet zorgt ervoor dat bestuurders in geval van een slecht beleid, indien ze dit opzettelijk hebben gedaan, en bij het schenden van de regels van het deugdelijk bestuur, persoonlijk aansprakelijk gesteld kunnen worden voor hun daden (Breesch &

Hardies, 2014). De wet is van toepassing op alle beursgenoteerde ondernemingen in Amerika. Hoewel ze in Amerika ontstaan is, heeft ze toch ook uitwerking op bedrijven buiten Amerika. Bijvoorbeeld op Europese dochterondernemingen van Amerikaanse bedrijven en voor bedrijven die op de Amerikaanse beurs genoteerd staan.

Op basis van de SOX-wetgeving besliste het EU-Comité Accountantscontrole een gelijkaardig plan uit te werken voor Europa. Om geen wet op te moeten leggen aan alle Europese landen, besliste men om aanbevelingen uit te werken. Deze kwamen er in 2002. Uiteraard hadden de aanbevelingen ook een terugslag op de Belgische wetgeving. Al in 1999 werd de werkgroep *Corporate Governance* opgericht. Het was de bedoeling dat zij regels zouden formuleren in verband met de onafhankelijkheid van de auditor (Breesch & Hardies, 2014). Op basis van de aanbevelingen van Europa werkte deze werkgroep voorstellen uit. Een belangrijk onderdeel hierin was om de onafhankelijkheid te behouden en dus de non-auditdiensten te beperken. Er kwamen wetten die stelden dat een auditor bepaalde activiteiten niet meer kon verenigen met zijn controlewerk. Zo mag deze bijvoorbeeld "niet deelnemen aan de voorbereiding van een boekhouding of helpen bij het opstellen van een jaarrekening" binnen een bedrijf waar hij auditor van is. Dit is slechts één van de zeven verboden diensten uit artikel 183ter van het Koninklijk Besluit van 30 januari 2001¹ (2016; Breesch & Hardies, 2014). Ook is het "niet mogelijk voor de auditor om in de gecontroleerde vennootschap beslissingen te nemen". Hij mag "niet meedoen aan de interne adviesfunctie" en hij mag "geen elementen van de jaarrekening waarderen die een belangrijk onderdeel uitmaken van de jaarrekening". Ook mag hij "niet helpen bij het aanwerven van leidinggevende personen in de vennootschap waarin hij controleert" en mag hij "de vennootschap niet vertegenwoordigen bij geschillen". Als laatste mag hij "geen deel uitmaken bij het ontwikkelen of beheren van technologische systemen van financiële informatie" (2016; Breesch & Hardies, 2014).

Voor de non-auditdiensten die wel nog door de auditor uitgevoerd mogen worden, werd er een beperking opgelegd, de zogenaamde één-op-éénregel. Deze wet vindt zijn toepassing in België en is enkel geldig voor beursgenoteerde en geconsolideerde vennootschappen die hun jaarrekening moeten publiceren (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, z.d.). De één-op-éénregel werd vastgelegd in artikel 133, §5 van het Wetboek Vennootschappen² (2016) en stelt dat:

"de commissaris en de personen met wie hij een arbeidsovereenkomst heeft gesloten of met wie hij beroepshalve in samenwerkingsverband staat of de met de commissaris verbonden vennootschappen of personen zoals bepaald in artikel 11, geen andere diensten verrichten dan de opdrachten die krachtens de wet werden toevertrouwd aan de commissaris, voor

¹ Artikel 183ter van het Koninklijk Besluit van 30 januari 2001 werd recentelijk vervangen door artikel 133/1, §2 van het Wetboek van Vennootschappen. Deze aanpassing komt er door de wet van 7 december 2016 (Wet tot organisatie van het beroep van en het publiek toezicht op de bedrijfsrevisoren). Deze wet is pas van toepassing vanaf 17 juni 2016 (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, z.d.). Aangezien er in dit onderzoek gegevens van het jaar 2015 gebruikt worden, zal de oude wetgeving nog van toepassing zijn.

² Artikel 133, §5 van het Wetboek van Vennootschappen werd vervangen door artikel 133/2, §3 van het Wetboek van Vennootschappen voor geconsolideerde vennootschappen die hun jaarrekening moeten publiceren. Voor beursgenoteerde ondernemingen is de wet vervangen door de 70%-regel in artikel 133/2, §1 van het Wetboek van Vennootschappen (Instituut van Bedrijfsrevisoren, z.d.). Ook hier zal de oude wetgeving van toepassing zijn aangezien er voor dit onderzoek gegevens van 2015 gebruikt werden.

zover het totale bedrag van de vergoedingen voor deze diensten hoger ligt dan het totaalbedrag van de in artikel 134, § 1, bedoelde bezoldigingen”.

Dit wil dus zeggen dat de auditor van een beursgenoteerde of geconsolideerde onderneming niet meer mag verdienen aan non-auditdiensten dan aan auditdiensten bij een bepaalde klant. Er kan slechts in enkele gevallen van dit verbod worden afgeweken. Deze uitzonderingen staan vermeld in artikel 133, §6 Wetboek Vennootschappen³. Zo mag slechts worden afgeweken “na een gunstige beslissing van het auditcomité van de betrokken vennootschap”, “als de commissaris vooraf een positief advies heeft gekregen van het Comité” of “als binnen de vennootschap een college van elkaar onafhankelijke commissarissen is opgericht” (2016, Breesch & Hardies, 2014). Aangezien deze wetgeving er niet is voor de meeste private ondernemingen, is er voor deze ondernemingen nog steeds de mogelijkheid om meer te verdienen aan non-auditdiensten dan aan auditdiensten.

Ondanks de gelimiteerde beperking van de non-auditdiensten, zijn er nog steeds negatieve ervaringen met het aanbieden van deze diensten. De Europese Commissie vond het op 13 oktober 2010 dan ook genoeg geweest en heeft toen verklaard dat het niet meer mogelijk mocht zijn om beide diensten met elkaar te verenigen. Toch bleef de wetgeving hierrond achterwege (Breesch & Hardies, 2014). Aanvankelijk werd het idee om non-auditdiensten te verbieden aanvaard, maar naarmate de tijd vorderde, waren er telkens minder auditkantoren voor te vinden. Ook de Commissie van Juridische Zaken van het Europees Parlement (JURI) wil non-auditdiensten niet volledig verbieden. Volgens hen zouden enkel diensten die de auditkwaliteit in de weg staan, volledig verboden moeten worden (Breesch & Hardies, 2014). Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat er inderdaad een positieve invloed kan zijn van het aanbieden van non-auditdiensten op de werkelijke auditkwaliteit (Breesch & Hardies, 2014; Lowensohn Johnson, Elder & Davies, 2007). Alle non-auditdiensten verbieden blijkt dus niet nodig. Een uitgebreide bespreking hiervan komt in het volgende hoofdstuk aan bod.

Sinds 16 juni 2014 is er een nieuwe auditverordening in werking getreden, waarbij elke lidstaat de tijd had tot 17 juni 2016 om deze om te zetten in nationale wetgeving (Van Geel, 2014). In België werd dit de wet van 7 december 2016 (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, z.d.). De wet is geldig voor ondernemingen van openbaar belang zoals beursgenoteerde ondernemingen, verzekeraars en kredietinstellingen en bevat een uitbreiding van het aantal non-auditdiensten die niet meer verenigbaar zijn met auditdiensten (Breesch, 2014, Instituut van Bedrijfsrevisoren, z.d.). De grootste verandering is die voor het geven van belastingadviezen, dit was in België voor 2014 nog steeds mogelijk en maakte zelfs de helft van de erelonen uit van non-auditdiensten (Breesch, 2014; Breesch en Hardies, 2014). Volgens de verordening was voor de lidstaten wel mogelijk om bepaalde non-auditdiensten toch nog toe te laten onder strikte voorwaarden (Breesch, 2014). Voor België gaat het dan specifiek over waarderings- en belastingdiensten (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, z.d.).

³ Artikel 133, §6 van het Wetboek van Vennootschappen werd vervangen door artikel 133/2, §4 van het wetboek van vennootschappen voor geconsolideerde ondernemingen. Voor beursgenoteerde ondernemingen is enkel nog een afwijking mogelijk indien het College van toezicht op de bedrijfsrevisoren dit toestaat (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, z.d.).

Niet alleen de lijst met de verboden non-auditdiensten werd aangescherpt, maar ook één-op-éénregel werd strenger. Voor beursgenoteerde ondernemingen en andere ondernemingen van openbaar belang geldt nu artikel 133/2, §1 van het Wetboek van Vennootschappen. Dit artikel stelt dat het bedrag dat de auditor tijdens zijn mandaat verdient aan non-auditdiensten niet hoger mag liggen dan 70% van de audit *fee* (2016; Breesch, 2014; Instituut van de Bedrijfsrevisoren, z.d.). Voor geconsolideerde ondernemingen die hun jaarrekening moeten publiceren blijft de één-op-éénregel gelden en voor andere private ondernemingen is er nog steeds geen beperking in budget. De auditor kan in dat geval dus meer verdienen aan non-auditdiensten dan aan auditdiensten.

Hoofdstuk 4 Non-auditdiensten en reële auditkwaliteit

De derde deelvraag gaat over de invloed van non-auditdiensten op de werkelijke auditkwaliteit. Hoewel het eerste hoofdstuk al terugkwam op de factoren die van invloed zijn op auditkwaliteit, is er een specifieke factor die erg veel onderzocht is, de non-auditdiensten. Uit onderzoek blijkt echter dat niet alle onderzoekers het eens zijn met elkaar. De meeste onderzoekers vinden een negatief verband tussen non-auditdiensten en auditkwaliteit, sommigen vinden een positief verband en anderen zelfs geen significant verband. Er zijn zoveel uiteenlopende meningen, daarom komen ze allemaal uitgebreid aan bod in dit hoofdstuk. Alvorens enkele specifieke onderzoeken aan te halen, komen de theoretische verbanden en een mogelijke verklaring hiervoor aan bod. Het is immers zo dat de redenering die gebruikt wordt om hypothesen op te stellen voor reële auditkwaliteit, doorgetrokken kan worden naar een verklaring voor gepercipieerde auditkwaliteit, daarom is het belangrijk om deze verbanden te bespreken.

4.1 Theoretisch verband: positief

Het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten vormt volgens de wetgever, zoals in sectie 3.2 al aangegeven, een probleem voor de onafhankelijkheid van de auditor. Om dit probleem te vermijden, heeft de wetgever in veel landen dan ook strenge regels opgelegd om de non-auditdiensten voor een groot deel aan banden te leggen. Enkele onderzoekers halen in hun onderzoek aan dat het aanbieden van audit- en niet-auditdiensten aan dezelfde bedrijven ook een positief effect kan opleveren voor auditkwaliteit. Dit verband kan optreden wanneer er sprake is van een leereffect. Het is mogelijk dat de auditor extra kennis verkrijgt over zijn klant als hij zowel audit- als non-auditdiensten voor eenzelfde onderneming uitvoert (Breesch & Hardies, 2014; Lowensohn et al., 2007). Hierdoor neemt de competentie van de auditor toe. Indien de auditor geen non-auditdiensten aan een klant kan aanbieden waar hij auditdiensten aan aanbiedt, neemt het leerproces zelfs af. Dit komt omdat de kennis van een bepaalde klant geen extra nut meer heeft (Bell et al., 2015). Als de auditor beide diensten uitvoert kan de informatie, die de auditor verkregen, heeft via de audit makkelijk gebruikt worden voor niet-auditdiensten en omgekeerd. Deze specialisatie in de klant brengt voor de auditor geen hogere kosten mee, integendeel, hij kan profiteren van schaalvoordelen en kennisoverdracht (Breesch & Hardies, 2014; Lowensohn et al., 2007). Door deze extra informatie en toename in competentie kan de auditor betere beslissingen nemen over de staat van de onderneming en dus over de financiële staten. Toch zou het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten er, ondanks extra kennis, niet voor zorgen dat een audit minder uren in beslag neemt of dat de controle minder uitgebreid wordt (Bell et al., 2015; Breesch & Hardies, 2014).

4.2 Theoretisch verband: negatief

Een tweede optie is dat er een negatief verband bestaat, dit wil zeggen dat de reële auditkwaliteit daalt als er zowel audit- als non-auditdiensten aangeboden worden. Een mogelijk argument hiervoor, dat in de theorie gevonden werd, zijn *client-specific rents*. Deze kunnen ervoor zorgen dat de onaf-

hankelijkheid in gevaar komt. Deze klantspecifieke bedragen maken deel uit van het audithonorarium. Auditors hebben immers de kans om verschillende vergoedingen te vragen aan verschillende bedrijven met gelijkaardige audits (DeAngelo, 1981). Het zou bijvoorbeeld kunnen dat de aanstelling van een nieuwe auditor of auditkantoor gepaard gaat met een hogere kost voor de klant. Dit komt omdat een nieuwe auditor meer kosten maakt bij het leren kennen van en het verzamelen van informatie over zijn nieuwe klant. In veel gevallen zal de auditor deze kosten dan ook gewoon doorrekenen. Dit in tegenstelling tot een auditor die al gedurende langere tijd voor eenzelfde onderneming audits doet. Hij zal deze kosten niet meer moeten maken want hij bezit de nodige kennis over de onderneming al. Doordat hij de kennis over zijn klant al heeft, kan hij een soort premie verdienen, de *client-specific quasi rent*. Ook wanneer er niet-auditdiensten worden geleverd door hetzelfde auditkantoor, heeft een auditor, die al gedurende langere tijd audits doet bij een specifieke klant, hetzelfde voordeel omdat hij alle nodige kennis van de klant al bezit en deze niet meer vergaard moet worden. In dit geval kan de auditor ook een *client-specific quasi rent* verdienen. Het nadeel is wel dat de onafhankelijkheid van de auditor in gedrang kan komen, want des te hoger de klantspecifieke premie, des te hoger de wil om de klant te behouden (DeAngelo, 1981). Er zal in dit geval sprake zijn van economische binding. Het kan dan zowel gaan om bedragen die verkregen zijn uit audit- als uit non-auditdiensten (Bell et al., 2015). De auditor zal hierdoor sneller geneigd zijn om de klant tevreden te houden door bijvoorbeeld minder streng te controleren of een fout minder snel te rapporteren. Dit kan er op zijn beurt dan weer voor zorgen dat de audit van lagere kwaliteit is.

Het is ook belangrijk om te kijken of de onafhankelijkheid afhangt van de grootte van de premie. Met andere woorden: zou de onafhankelijkheid meer afnemen bij klanten die een hogere premie betalen ten opzichte van ondernemingen die een lagere vergoeding betalen voor dezelfde diensten? Indien dit zo is, bestaat het risico dat de audit bij klanten die een grote *client-specific rent* betalen niet betrouwbaar is en kunnen belanghebbenden ook geen goede beslissingen nemen (Ashbaugh, LaFond & Mayhew, 2003). Anderzijds kan de auditor ook sociaal gebonden worden aan zijn klant. Dit is een mogelijk gevolg als de auditor een bepaalde klant al lang in zijn klantenbestand heeft en hier ook non-auditdiensten voor uitvoert. Ze geraken gewoon aan elkaar en vertrouwen elkaar. Dit kan ervoor zorgen dat de auditor zijn onafhankelijkheid verliest en hierdoor minder streng controleert, waardoor de auditkwaliteit daalt (Bell et al., 2015).

Het is ook mogelijk dat een collega van de auditor geholpen heeft met de boekhouding van de onderneming en daarna de audit bij hetzelfde kantoor wordt gekocht. In dit geval zal de auditor het werk van zijn collega moeten controleren. Hierdoor zal hij vaak niet zo streng zijn, want hij wil het werk van zijn collega niet afbreken. Dankzij artikel 183ter van het Wetboek van Vennootschappen zijn deze diensten al sterk ingeperkt, waardoor de auditor zelf niet meer mag deelnemen aan het voeren van een boekhouding (Breesch & Hardies, 2014).

4.3 Theoretisch verband: geen verband

Een laatste mogelijkheid is dat er geen of geen significant verband bestaat tussen het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten en reële auditkwaliteit. Dit kan doordat de onafhankelijkheid in schijn aangetast wordt maar deze in feite niet. Het *American Institute of Certified Public Accountants*, ook wel AICPA genoemd, geeft aan dat het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten de mogelijkheid biedt om de onafhankelijkheid aan te tasten maar dat dit in de meeste gevallen niet zal gebeuren. Zolang de onafhankelijkheid in feite ongewijzigd blijft, zal er geen verband met de werkelijke auditkwaliteit zijn (Watts & Zimmerman, 1981). Sommige onderzoeken tonen aan dat non-auditdiensten geen effect hebben op de feitelijke onafhankelijkheid en dus op de reële auditkwaliteit. Maar de schijnbare onafhankelijkheid komt mogelijk wel in het gedrang en dit kan er op zijn beurt dus voor zorgen dat de gepercipieerde auditkwaliteit laag is (Breesch & Hardies, 2014). Dit zal in het volgende hoofdstuk behandeld worden.

4.4 Empirische verbanden

Ondanks dat de wetgever wetten ontwikkeld heeft om de onafhankelijkheid en dus de auditkwaliteit te verhogen, leiden verschillende onderzoeken nog steeds tot verschillende uitkomsten. Onderzoek van Chung en Kallapur (2003), Reynolds, Deis & Francis (2004), Gul, Jaggi en Krishnan (2007) en Zhang en Emanuel (2008) leidt tot geen of geen significant verband tussen het aanbieden van non-auditdiensten en auditkwaliteit. Ook Bell, Causholli en Knechel (2015) vinden geen significant verband tussen het aanbieden van non-auditdiensten en auditkwaliteit in het algemeen. Volgens hen is er wel een positief verband tussen het aanbieden van non-auditdiensten en auditkwaliteit wanneer het om een publiek bedrijf gaat, anderzijds is er een negatief verband bij een private klant. Onderzoek van Breesch en Hardies (2014) geeft aan dat er meer negatieve eigenschappen vervat zitten in het aanbieden van non-auditdiensten op de auditkwaliteit dan positieve. Ook Watts en Zimmerman (1981), Frankel, Johnson en Nelson (2002), Ashbaugh, LaFond en Mayhew (2003), Lim en Tan (2008) en Krauss en Zülch (2013) hun onderzoek heeft aangetoond dat het aanbieden van non-auditdiensten voor een significant negatief effect op de auditkwaliteit zorgt. Dit laatste onderzoek wijst er ook op dat het gezamenlijk aanbieden van beide diensten niet voor zo een hoge informatie-overdracht zorgt dan er meestal gedacht wordt. Hierdoor zal de auditor minder gebonden zijn aan zijn klant en dat zorgt ervoor dat de auditor beter zal controleren omdat hij zijn onafhankelijkheid kan behouden (Krauss & Zülch, 2013).

Als laatste zijn er nog onderzoekers die een positief verband aantoonen zoals Simunic (1984), Kinney, Palmrose en Scholz (2004) en Antle, Gordon, Narayanamoorthy en Zhou (2006). Ook de International Federation of Accountants (IFAC) en het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (IBR) zijn voorstander van het gezamenlijk aanbieden van audit en non-auditdiensten (Breesch & Hardies, 2014). Volgens deze onderzoeken zou het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten een positief effect hebben op de werkelijke auditkwaliteit.

Uit bovenstaand overzicht kan de conclusie getrokken worden dat verschillende onderzoeken tot verschillende uitkomsten leiden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de meeste onderzoekers gebruik maken van extern observeerbare benaderingen voor auditkwaliteit zoals *abnormal accruals* (Bell et al., 2015). Deze *accruals* meten de mate van *earnings management*. Zo kan het management bijvoorbeeld beslissen om bepaalde voorzieningen aan te leggen of bepaalde waardeverminderingen te boeken om zo de cijfers in een gewenste richting te sturen (Aljifri, 2007). Ook boekhoudkundige aanpassingen of *going concern opinions* van een bedrijf vormen een mogelijke benadering van auditkwaliteit (Bell et al., 2015). Een nadeel hiervan is dat niet elke benadering hetzelfde aspect van auditkwaliteit meet met als gevolg dat niet alle onderzoeken tot eenzelfde conclusie komen (Bell et al., 2015; Breesch & Hardies, 2014). Een betere methode is het direct meten van de auditkwaliteit. Om van een goede auditkwaliteit te kunnen spreken is het belangrijk dat er voldoende gegevens beschikbaar zijn en dat de kwaliteit van de gegevens goed is. Alleen zo kan de auditor tot een juiste opinie komen. Verder zijn ook de procedures die de auditor uitvoert ten opzichte van de auditstandaarden erg belangrijk. Indien de auditor zich aan de voorgeschreven controlestandaarden houdt, zal de auditkwaliteit hoger zijn dan wanneer de auditor zich hier niet aan houdt. Indien deze informatie ter beschikking is, zal er dus een betere inschatting gemaakt kunnen worden van de auditkwaliteit. Het zou dus kunnen dat een externe benadering een lage auditkwaliteit aangeeft, maar dat er door beschikbaarheid van interne informatie toch beslist moet worden dat het om hoge auditkwaliteit gaat (Bell et al., 2015). Het nadeel van het direct meten van auditkwaliteit, is dat de informatie vaak niet beschikbaar is voor onderzoekers. Hierdoor moet onderzoek gevoerd worden met benaderingen. Verder is er nog een andere mogelijke verklaring voor de verschillende verbanden die naar boven komen in verschillende onderzoeken. Zo zou het kunnen dat verschillende onderzoekers verschillende definities hanteren wat betreft onafhankelijkheid. Mogelijk heeft de auditor in elk onderzoek een andere rol in te vullen, iets wat dus tot andere verwachtingen leidt. Zo moet de auditor in het ene geval ervoor zorgen dat informatie correct is, andere partijen vinden dan weer dat de auditor moet controleren of het management geen contracten schendt (Watts & Zimmerman, 1981).

De vraag welk effect het gezamenlijk aanbieden van audit- en niet-auditdiensten heeft, blijft dus bestaan ondanks de vele onderzoeken die er al naar gevoerd zijn. Heel veel onderzoek is er al gevoerd naar deze materie in Amerika en Engeland, maar zoals al aangegeven zijn de resultaten van de onderzoeken inconsistent. In Europa is er veel minder onderzoek gedaan naar dit fenomeen. Het onderzoek van Krauss en Zülch (2013) was een goede basis voor onderzoek in Europa. Breesch en Hardies (2014) hebben dit onderzoek nog aangevuld met informatie die ze bekwamen over de Belgische auditmarkt. Hoewel dit interessant onderzoek is, bestaat auditkwaliteit niet alleen uit reële kwaliteit, maar ook uit gepercipieerde kwaliteit. Dit zal in het volgende hoofdstuk besproken worden.

Hoofdstuk 5 Non-auditdiensten en gepercipieerde auditkwaliteit

Veel auditkantoren bieden zowel audit- als non-auditdiensten aan. Deze diensten zijn heel erg homogeen dus de kantoren moeten een manier vinden om zich te differentiëren van hun concurrenten. Er zijn een aantal manieren om dit te doen, ze kunnen zich onder andere focussen op de waarde gepercipieerd door de klant of op het creëren van voldoening om ervoor te zorgen dat klanten tevreden blijven (Hu et al., 2009). Tevreden klanten kopen per slot van rekening meer en maken positieve reclame waardoor er nieuwe klanten bijkomen. Op deze manier kunnen auditkantoren de concurrentie met anderen aangaan (Hu et al., 2009). Verder kan een kantoor zich ook differentiëren op basis van prijs en kwaliteit (Carcello, Hermanson & McGrath, 1992). Kwaliteit is echter moeilijk te achterhalen want diensten kunnen niet op voorhand gekeurd worden en na de dienst heeft de koper vaak niet de expertise om de kwaliteit van de dienst na te gaan. Het is dan ook erg belangrijk dat de auditor weet waar de klant belang aan hecht op vlak van auditkwaliteit, zodat hij hier rekening mee kan houden. Jammer genoeg wijst onderzoek uit dat auditkantoren dit niet altijd weten (Carcello et al., 1992). Dit komt tot uiting in verschillen in reële en gepercipieerde auditkwaliteit. Als auditors hun klant en gebruikers van de jaarrekening beter konden inschatten, zouden ze ervoor kunnen zorgen dat beide soorten auditkwaliteit gelijk waren, wat er dan weer voor zou zorgen dat alle partijen tevreden zijn over het geleverde werk van de auditor.

De auditor kan, zoals eerder aangegeven, onafhankelijk zijn in feite en in schijn. Wanneer er aan dit eerste voldaan is, zal de reële auditkwaliteit in orde zijn. Het aanbieden van non-auditdiensten kan er echter ook voor zorgen dat de onafhankelijkheid in schijn geschaad wordt en dus de gepercipieerde auditkwaliteit. Een mogelijke verklaring hiervoor luidt als volgt: de auditor behoudt bij het uitvoeren van de non-auditdiensten zijn objectieve kijk en onafhankelijkheid, maar het grote publiek denkt dat de auditor zijn onafhankelijkheid niet kan behouden omwille van de non-auditdiensten. Hierdoor is de auditor in feite nog steeds onafhankelijk, terwijl hij dat in schijn niet is. Doordat de werkelijke onafhankelijkheid onveranderd blijft, zal dus ook de reële auditkwaliteit niet veranderen (Sarens, Reheul, Caneghem, Vlaminck & Dierick, 2012). Wanneer de gebruikers van de jaarrekening echter wel een probleem zien met de onafhankelijkheid van de auditor, betekent dit dat de onafhankelijkheid in schijn niet in orde is. Dit zorgt ervoor dat de gepercipieerde auditkwaliteit laag is (Breesch & Hardies, 2014). Een gevolg hiervan is dat dit kan leiden tot foute beslissingen bij belanghebbenden. Neem bijvoorbeeld een bank die een lening wil uitgeven aan een onderneming. Banken zijn voor private ondernemingen een erg belangrijke bron van financiën omdat ze moeilijk aan geld kunnen komen via investeerders (Svanström, 2013). De bank zal een bepaalde perceptie hebben over de auditkwaliteit die ertoe zal leiden dat de bank wel of geen lening geeft. Indien de gepercipieerde auditkwaliteit van de bank laag is, zal ze geen lening geven, ook al is de werkelijke auditkwaliteit in orde. Dit in tegenstelling tot wanneer de werkelijke auditkwaliteit niet in orde is en de gepercipieerde wel. In dit geval zal de bank een lening geven maar had ze dit beter niet gedaan. Ook in dit geval maakt ze de foute keuze.

5.1 Gepercipieerde auditkwaliteit: definitie

De gepercipieerde waarde “is de algemene beoordeling van een klant over het nut van een product of dienst gebaseerd op percepties van wat er wordt verkregen en gegeven” (Zeithaml, 1988, p. 14). Hierbij verwijst ‘verkregen’ naar de kwaliteit die de producent aflevert en ‘gegeven’ naar de prijs die de klant betaalt (Zeithaml, 1988). Een gepercipieerde waarde kan aan een goed of dienst worden toegekend zonder dat het product gekocht is (Sweeney & Soutar, 2001). Perceptie wordt weleens verwisseld met voldoening, maar toch zijn beide begrippen erg verschillend. Zo is voldoening het verschil tussen wat iemand verwacht en wat iemand krijgt. Indien wat er gekregen wordt meer is dan wat er verwacht werd, zal de voldoening groot zijn. Zo niet, dan treedt er ontevredenheid op (Oliver, 1980). Voldoening kan dus pas achteraf aan een product toegekend worden en niet op voorhand, zoals bij perceptie (Sweeney & Soutar, 2001). Aan de hand van zowel perceptie als voldoening, kan er een goede inschatting gemaakt worden van de reactie van een persoon.

5.2 Theoretische verbanden

Net zoals bij reële auditkwaliteit kunnen non-auditdiensten de gepercipieerde auditkwaliteit in verschillende richtingen beïnvloeden. In veel gevallen zal het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten een significant negatief effect hebben op de gepercipieerde auditkwaliteit (Higgs & Skantz, 2006; Krishnan, Sami & Zhang, 2005; Tepalagul & Lin, 2015). Dit wil dus zeggen dat de onafhankelijkheid van de auditor aangetast wordt volgens de markt als hij zowel audit- als non-auditdiensten uitvoert. Een verklaring hiervoor zou economische en/of sociale binding kunnen zijn. Economische binding kan zich voordoen wanneer klanten grote *quasi rents* betalen voor audit- en non-auditdiensten, hierdoor zou het kunnen dat belanghebbenden een probleem zien in de onafhankelijkheid van de auditor (Lindberg & Beck, 2004). Sociale binding daarentegen treedt op als belanghebbenden het idee krijgen dat een auditor, die zowel audit- als non-auditdiensten aanbiedt, een sterke band heeft met zijn klant en dat hij hierdoor zijn onafhankelijkheid niet kan behouden (Bell et al., 2015).

Andere onderzoekers stellen een significant positief verband: indien de belanghebbenden bij het aanbieden van audit- en non-auditdiensten het idee krijgen dat de competentie van de auditor stijgt, dan zal ook de gepercipieerde auditkwaliteit toenemen. Het zou dus kunnen dat belanghebbenden een leereffect veronderstellen bij het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten (Breesch & Hardies, 2014; Lowensohn et al., 2007).

Als laatste zijn er nog onderzoeken die beargumenteren dat er geen significant verband is tussen het aanbieden van audit- en non-auditdiensten en de gepercipieerde auditkwaliteit.

5.3 Empirische verbanden

Onderzoekers Ghosh, Kallapur en Moon (2009) vonden geen significant verband tussen het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten en gepercipieerde auditkwaliteit. Lim en Tan (2008) geven een positief verband aan, dus dat de onafhankelijkheid gepercipieerd door de markt

stijgt als er non-auditdiensten aangeboden worden. De meeste onderzoekers vinden echter een negatief verband.

Onder andere Krishnan, Sami en Zhang (2005), Francis en Ke (2006) en Higgs en Skantz (2006) vinden een negatieve associatie tussen het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten en de gepercipieerde auditkwaliteit volgens de markt. Dit is echter niet altijd terecht, uit onderzoek blijkt dat investeerders meer waarde hechten aan een onderneming waarin de auditor bijvoorbeeld ook technologische systemen van financiële informatie verzorgt. Toch is dit één van de verboden non-auditdiensten van de auditor (Breesch & Hardies, 2014). De wetgever ging er dus van uit dat het aanbieden van non-auditdiensten altijd een negatief effect heeft op de gepercipieerde auditkwaliteit. Nu blijkt daarentegen dat het aanbieden van bepaalde non-auditdiensten er toch niet voor zorgt dat de gepercipieerde auditkwaliteit daalt.

Quick en Warming-Rasmussen (2009) onderzochten *corporate* management, interne audit, accounting informatiesystemen, organisationele en forensische diensten door een survey voor te leggen aan investeerders. Jenkins en Krawczyk (2001) bekeken juridische adviesdiensten, taxatie of waardering van goederen, interne audit die geoutsourcet wordt, accountingdiensten, algemene adviesdiensten en de voorbereiding van de belastingaangifte voor bedrijven. Deze onderzoekers legden een survey voor aan zowel mensen die een algemene kennis hadden als professionele auditors uit non-Big 4 als professionelen uit de Big 4. Voor de meeste non-auditdiensten was de invloed op de perceptie van auditkwaliteit, zoals verwacht, negatief. Toch was dit niet het geval voor alle non-auditdiensten. Het aanbieden van forensische diensten, diensten die gepaard gaan met accounting informatiesystemen, consulting en de voorbereiding van de belastingaangifte zouden niet voor problemen zorgen (Jenkins & Krawczyk, 2001; Quick & Warming-Rasmussen, 2009). De auditkwaliteit wordt dus niet negatiever gepercipieerd wanneer deze diensten aangeboden worden. Taxatie en interne audit die geoutsourcet wordt hebben geen significant effect op de gepercipieerde auditkwaliteit (Jenkins & Krawczyk, 2001). Alle andere onderzochte non-auditdiensten zorgen echter wel voor een significant negatief verband, al is dit verband niet bij elke dienst even groot. *Corporate* management en interne audit gezamenlijk uitvoeren met auditdiensten zorgt voor een sterk negatieve invloed met de gepercipieerde auditkwaliteit. Organisationele diensten hebben slechts een klein negatief significant effect op de gepercipieerde auditkwaliteit (Quick & Warming-Rasmussen, 2009). Ook accountingdiensten en juridische adviesdiensten zorgen voor problemen volgens investeerders (Jenkins & Krawczyk, 2001).

Niet alleen de inhoud van de dienst maar ook de hoeveelheid is van belang, zo blijkt. Naarmate de hoeveelheid non-auditdiensten of het ereloon ervan toeneemt in verhouding tot de auditdiensten zal ook de onafhankelijkheid van de auditor lager gepercipieerd worden (Krishnan et al., 2005; Sarens et al., 2012). Over het totale ereloon, auditdiensten inclusief, zijn de investeerders niet bezorgd. Dit zou volgens hun geen effect hebben op de auditkwaliteit (Krishnan et al., 2005).

Een mogelijke verklaring voor deze afwijkende resultaten in verschillende onderzoeken is dat gepercipieerde auditkwaliteit moeilijk vast te stellen is. Onderzoek toont aan dat er een duidelijk verschil tussen de gepercipieerde auditkwaliteit volgens auditors en de kwaliteit die gepercipieerd wordt door hun klanten, de bedrijven dus (Kilgore et al., 2014). Hieruit kan besloten worden dat verschillende

partijen auditkwaliteit anders percipiëren. Hierboven werd de auditkwaliteit al weergegeven hoe ze gepercipieerd wordt door de markt en auditors, maar ook schuldeisers zoals een bank, leveranciers... en andere belanghebbenden hebben hun eigen kijk op de auditkwaliteit. In dit onderzoek zal de gepercipieerde auditkwaliteit gemeten worden aan de hand van de mening van de CEO. De CEO of het management is een goede indicator voor gepercipieerde auditkwaliteit aangezien zij vaak in contact staan met de auditor en ze verantwoordelijk zijn voor het opstellen van het jaarverslag. Zij kunnen de auditor controleren en hebben er geen baat bij om het auditproces fout te evalueren (Svanström, 2013).

Het is niet alleen belangrijk om perceptie te meten bij verschillende groepen van mensen, maar ook de perceptie over beursgenoteerde en private ondernemingen kan verschillen. Eerder werd al aangegeven dat niet alle wetgeving van toepassing is op alle private bedrijven, waardoor deze geen kwantitatieve beperking voor non-auditdiensten opgelegd krijgen. Hierdoor zou het kunnen dat de auditkwaliteit ook nog eens anders gepercipieerd wordt binnen beursgenoteerde en private ondernemingen. Voorgaande onderzoeken vonden bijna allemaal plaats bij beursgenoteerde ondernemingen, terwijl dit onderzoek zal gebeuren bij private bedrijven. Ook de auditkwaliteit bij private bedrijven is belangrijk. De auditor is hier immers de enige partij die ervoor kan zorgen dat de onderneming handelt in het belang van haar *stakeholders*. Daarenboven nemen belanghebbenden ook bij private ondernemingen beslissingen op basis van de jaarrekening. Het is dus noodzakelijk dat de financiële staten ook bij private bedrijven zonder materiële fouten zijn. Indien dat het geval is, moet de gepercipieerde auditkwaliteit ook hoog zijn om correcte beslissingen te kunnen nemen.

Onderzoek van Tobias Svanström (2013) ging, net zoals in dit onderzoek, de gepercipieerde auditkwaliteit in private bedrijven na. Hij doet dit aan de hand van de mening van het management. Net zoals onderzoek bij beursgenoteerde ondernemingen, merkt hij op dat niet alle non-auditdiensten voor een negatieve perceptie zorgen. Zo vindt hij een positief verband tussen het aanbieden van boekhoudkundige ondersteuning en de perceptie van het management over de auditkwaliteit. Een verklaring hiervoor is dat de auditor in dit geval goed op de hoogte is van de procedures die op het einde van het jaar uitgevoerd moeten worden. Ook krijgt de auditor extra informatie over zijn klant, dit kan hem helpen om zijn audit beter te doen. Belastingadviezen zouden ook deels voor een positief verband zorgen met auditkwaliteit, terwijl investeringsadvies niet gerelateerd is met auditkwaliteit (Svanström, 2013). Svanström (2013) onderzocht enkel deze non-auditdiensten. Het was dus maar een beperkt onderzoek, maar dit gaf toch al een indicatie dat ook bij private bedrijven auditkwaliteit niet altijd hetzelfde gepercipieerd wordt. Dit is dan ook een erg interessante studie om op verder te bouwen. Deze studie beschouwt auditkwaliteit echter als iets bestaande uit slechts één dimensie, terwijl deze masterproef gepercipieerde waarde zal uitbreiden naar meerdere dimensies.

Uit voorgaande onderzoeken kan dus besloten worden dat er geen eenduidig antwoord te vinden is op de vraag of non-auditdiensten de gepercipieerde auditkwaliteit beïnvloeden en in welke richting dit verband dan is. Als laatste kan hieraan worden toegevoegd dat er naar gepercipieerde auditkwaliteit veel minder onderzoek gevoerd is dan naar reële auditkwaliteit en dat er dan ook veel minder studies voorhanden zijn om als goede basis te kunnen dienen voor dit onderzoek.

5.4 Beperkingen

Voorgaande onderzoeken werden allemaal opgezet in een bepaalde context. Church en Zhang (2011) voerden daarom een experiment uit om het belang van een context aan te geven. Hieruit bleek dat de context waarbinnen het experiment zich afspeelt erg veel bepaalt over de perceptie van de gebruikers. Veel onderzoeken hebben zich waarschijnlijk afgespeeld in een andere context, wat kan verklaren waarom er andere conclusies gevonden werden (Church & Zhang, 2011). Nu dit gekend is, zou dit een effect kunnen hebben op de wetgeving. Wetten worden immers opgesteld om beide soorten onafhankelijkheid van de auditor te garanderen, maar dat blijkt een erg moeilijke taak aangezien de perceptie van gebruikers van de jaarrekening vervormbaar is, afhankelijk van de situatie die zich voordoet. Een wet is immers statisch en past zich dus niet aan aan een specifieke situatie. Om geen risico's te nemen zal de wetgever dan ook vaak strenge wetten opstellen, maar dit is sociaal niet optimaal (Church & Zhang, 2011). Dit probleem zou opgelost kunnen worden door de perceptie van alle belanghebbenden dezelfde richting te laten uitgaan. Het zou dan niet nodig zijn om zulke strenge wetten en regels op te stellen. Alle belanghebbenden op dezelfde manier laten denken kan echter enkel door ze op te leiden over non-auditdiensten en auditkwaliteit en hen gevoelig te maken voor het potentieel effect die de beslissingscontext heeft op de beoordeling van auditkwaliteit (Church & Zhang, 2011). Indien de belanghebbenden dit weten, zullen ze misschien minder afhankelijk zijn van de context en zich hier niet door laten beïnvloeden. Theoretisch gezien is dit een goede oplossing, maar of dit in de praktijk ook haalbaar is, is niet duidelijk.

Een andere beperking uit voorgaand onderzoek is dat Svanström (2013) gepercipieerde auditkwaliteit slechts in één dimensie onderzocht, terwijl een perceptie volgens de marketingliteratuur opgesplitst kan worden in vier dimensies. Deze studie vormde dus een goede basis, maar de perceptie zal hier verder uitgebreid worden.

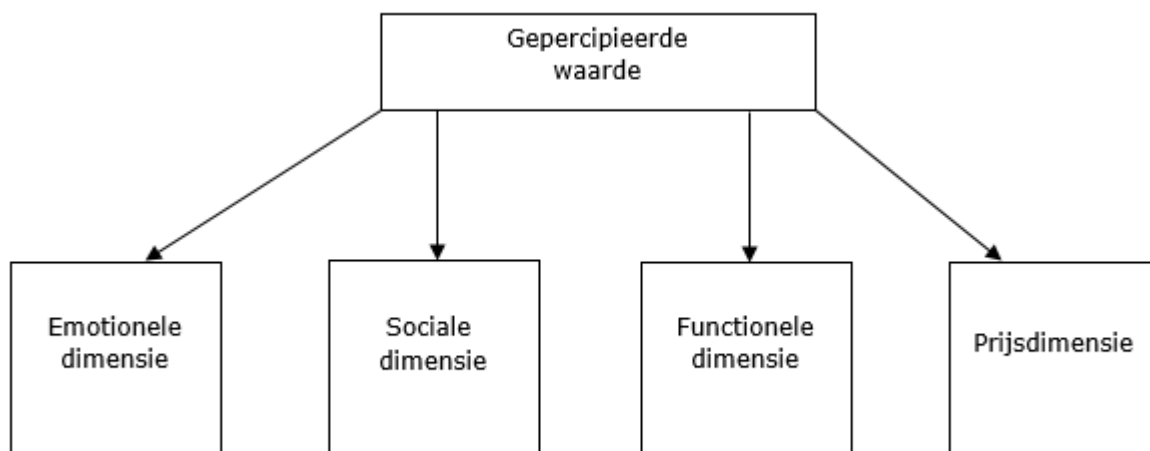
Hoofdstuk 6 Onderzoekshypothesen

Zoals in het vorige hoofdstuk werd aangehaald bestaat gepercipieerde auditkwaliteit in het onderzoek van Svanström slechts uit één dimensie. Sweeney en Soutar geven aan dat perceptie echter in vier dimensies gemeten kan worden. In dit hoofdstuk zullen de onderzoekshypothesen opgesteld worden aan de hand van de vier dimensies die Sweeney en Soutar (2001) definieerden. Eerst volgt er een korte bespreking van de vier dimensies, daarna worden er rond elke dimensie hypothesen opgesteld.

6.1 Gepercipieerde waarde in dimensies

Een definitie voor gepercipieerde waarde werd in 5.1 al gegeven als “de beoordeling van een klant over het nut van een product of dienst gebaseerd op percepties van wat er wordt verkregen en gegeven” (Zeithaml, 1988, p. 14). Hieruit kan geconcludeerd worden dat elke klant een andere perceptie heeft en dat dit dus subjectief is (Hu et al., 2009). De definitie behandelt gepercipieerde waarde als iets wat bestaat uit twee delen. Enerzijds wat er wordt verkregen, de baten zoals economische of sociale voordelen, relaties et cetera en anderzijds wat er wordt gegeven, de kosten zoals prijs, tijd, risico’s... (Sanchez et al., 2006). De klant maakt dus een afweging tussen de kosten en de baten, maar enkel de functionele kosten en baten meenemen voor het bepalen van perceptie is te kort door de bocht. Sweeney en Soutar (2001) vinden nog andere dimensies die een rol spelen in de perceptie van mensen. Ze stellen een emotionele dimensie die verbonden is aan de perceptie van goederen en diensten, maar ook een sociale dimensie, functionele dimensie en prijsdimensie zijn van belang om een perceptie te vormen (Figuur 2). Hoewel deze dimensies uit de marketingliteratuur komen, kunnen ze ook worden toegepast in deze masterproef.

Nu duidelijk is wat gepercipieerde waarde is, wordt dit concept gebruikt om de invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit te bepalen. Gepercipieerde waarde bestaat uit vier verschillende dimensies dus ook de gepercipieerde auditkwaliteit wordt opgesplitst in deze vier verschillende dimensies.



Figuur 2: De vier dimensies van gepercipieerde waarde volgens Sweeney en Soutar (2001)

6.1.1 Functionele dimensie

De eerste dimensie is de functionele waarde (Sweeney & Soutar, 2001), deze wordt ook wel vaak de belangrijkste drijfveer van de klant genoemd (Sheth, Newman & Gross, 1991; Woo & Ennew, 2005). Dit aspect van gepercipieerde waarde verwijst naar rationele waarde zoals betrouwbaarheid en duurzaamheid (Sanchez et al., 2006; Sweeney & Soutar, 2001). De kwaliteitsdimensie of functionele dimensie omvat dus de waargenomen kwaliteit en verwachte prestatie van een product of dienst (Sweeney & Soutar, 2001 p. 211).

De verwachting is dat het gezamenlijk aanbieden van audit- en non-auditdiensten een positief effect heeft op de verwachte prestatie en op de waargenomen kwaliteit. De auditor spendeert immers meer tijd in de onderneming als hij zowel audit- als non-auditdiensten verschaft. Zo verkrijgt hij meer informatie over de onderneming en deze kan hij zowel bij de controlediensten gebruiken als bij niet-controlediensten (Breesch & Hardies, 2014; Lowensohn et al., 2007). Door de extra kennis die de auditor opdoet, krijgt het management het idee dat de auditkwaliteit toeneemt.

Hypothese 1a: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij dezelfde auditor heeft een positieve invloed op de functionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Niet alleen de auditor kan non-auditdiensten uitvoeren, maar ook iemand zoals een consultant die in hetzelfde kantoor werkt als de auditor, kan non-auditdiensten uitvoeren. Ook dit kan ervoor zorgen dat de perceptie van belanghebbenden beïnvloed wordt. Er wordt verwacht dat de CEO geen onderscheid zal maken tussen non-auditdiensten uitgevoerd door de auditor of door iemand verbonden met de auditor. Het gevolg hiervan is dat de richting van de hypothesen hetzelfde blijft.

Hypothese 1b: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een positieve invloed op de functionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Hypothese 1c: Wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal de functionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit ook stijgen.

6.1.2 Sociale dimensie

Een andere dimensie die Sweeney en Soutar (2001) vonden, is de sociale dimensie. Dit is een bepaald beeld dat iemand denkt dat anderen van hem/haar hebben, dit beeld kan versterkt worden door bepaalde goederen of diensten te kopen. Deze dimensie omvat dus de sociale impact die het kopen van een product of dienst kan hebben (Sanchez et al., 2006; Woo & Ennew, 2005). Deze sociale impact kan er op zijn beurt voor zorgen dat iemand waarde anders percipieert. Wanneer iemand bijvoorbeeld echt ergens bij wil horen, zal hij een product dat hiervoor kan zorgen hoger percipiëren dan bij een product die hier niet voor zorgt. Bovendien kan het de bedoeling zijn van de koper om via het kopen van een product of dienst geassocieerd te worden met een bepaalde sociale

groep of cultuur. Daarom is deze dimensie extra sterk aanwezig bij zichtbare goederen of diensten waarmee iemand kan uitpakken naar anderen toe (Sheth et al., 1991). Een bedrijf dat non-auditdiensten koopt denkt, zoals de functionele dimensie aangeeft, dat non-auditdiensten consumeren een positief effect heeft. Dit omdat de auditor meer tijd spendeert in het bedrijf en dus het bedrijf beter kan leren kennen. Belanghebbenden zien dit echter niet en daarom kan de sociale dimensie negatief gepercipieerd worden. Belanghebbenden kunnen denken dat de onderneming en de auditor een erg nauwe band hebben. Ze verwachten dat de auditor zijn onafhankelijkheid niet zal kunnen behouden, waardoor de onafhankelijkheid in schijn afneemt en dus ook de gepercipieerde auditkwaliteit.

Hypothese 2a: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij dezelfde auditor heeft een negatieve invloed op de sociale dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Ook voor deze dimensie is er een opsplitsing gemaakt tussen non-auditdiensten aangeboden door de auditor en die door iemand verbonden met de auditor.

Hypothese 2b: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een negatieve invloed op de sociale dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Hypothese 2c: Wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal sociale dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit dalen.

6.1.3 Emotionele dimensie

De derde dimensie die gepercipieerde waarde kan meten is de emotionele dimensie of de gevoelens of gemoedstoestand die een bepaald product bij iemand oproept (Sheth et al., 1991; Sweeney & Soutar, 2001). Dit aspect van gepercipieerde waarde is niet onlogisch, mensen associëren goederen en diensten immers vaak met gevoelens en emoties (Sheth et al., 1991). Dit komt door de manier waarop onze hersenen werken, de cognitie. Bij het zien van een product krijgen de hersenen veel informatie te verwerken en die informatie zetten ze met behulp van eerdere ervaringen, meningen, overtuigingen en kennis om naar emoties waarmee het product geassocieerd kan worden. Indien eerdere ervaringen positief waren, zal dit product ook positieve emoties oproepen. Waren de voorbije ervaringen negatief, dan zullen er negatieve emoties tot stand komen, wat ook een negatieve perceptie teweeg zal brengen (Sanchez et al., 2006). De emotie die een product of dienst opwekt zal er samen met de tastbare kenmerken, kwaliteit en prijs voor zorgen dat iemand een product of dienst koopt of juist niet (Havlena & Holbrook, 1986).

In de context van deze masterproef is het belangrijk om na te gaan welk gevoel het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten opwekt bij de CEO van een onderneming. Een audit is voor de meeste bedrijven geen leuke ervaring. De CEO kan bijvoorbeeld het gevoel krijgen dat hij gecontroleerd wordt dus hij zal liever niet te veel mensen binnenlaten in zijn bedrijf. Hij heeft daarom vaak

een beter gevoel als hij zowel audit- als non-auditdiensten aankoopt bij hetzelfde kantoor. Het gaat dan om een kantoor waar hij door andere diensten al wat vertrouwen in heeft gekregen. Hierdoor ligt de perceptie van de CEO hoger indien hij ook non-auditdiensten koopt dan wanneer hij alleen auditdiensten koopt.

Hypothese 3a: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij dezelfde auditor heeft een positieve invloed op de emotionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Ook bij de emotionele dimensie zal er een opsplitsing gemaakt worden tussen de auditor die non-auditdiensten aanbiedt of iemand waarmee de auditor verbonden is. Ook in dit geval wordt er geen verschil verwacht in perceptie.

Hypothese 3b: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een positieve invloed op de emotionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Hypothese 3c: Wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal de emotionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit ook stijgen.

6.1.4 Prijsdimensie

De laatste dimensie die een gepercipieerde waarde bepaalt, is de prijs. De betekenis van deze dimensie is "het nut dat de koper ervaart door de gepercipieerde vermindering van kosten op korte en lange termijn door het aankopen van een product of dienst" (Sweeney & Soutar, 2001, p. 211). De functionele- en prijsdimensie zijn met elkaar verbonden. Prijs kan immers aangeven wat de kost is van een product, maar kan ook een indicator zijn van kwaliteit. Dit zorgt ervoor dat prijs verschillende implicaties kan hebben op gepercipieerde waarde, afhankelijk van hoe dit benaderd wordt. Indien een hogere prijs betekent dat een hogere gepercipieerde kwaliteit vooropstaat dan zal dit een positief effect hebben op de gepercipieerde waarde. Een hogere prijs kan echter ook aanzien worden als een hogere kost of opoffering, waardoor dit een negatief effect heeft op de gepercipieerde waarde (Dodds, Monroe & Grewal, 1991).

De prijsdimensie is erg subjectief. Het is hier dus mogelijk dat twee verschillende klanten een prijs anders percipiëren, maar het kan ook dat de waarde van een prijs verschilt naargelang het product waarover het gaat of de situatie waarin de koper zich bevindt (Cooper, 1969, in Dodds et al., 1991). Stel nu dat dit allemaal toegepast wordt op een onderneming die zowel audit- als non-auditdiensten bij eenzelfde auditkantoor koopt. Een auditor kan een vergoeding vragen voor zowel auditdiensten als non-auditdiensten, maar de vergoeding voor de audit zal niet lager zijn wanneer de auditor ook non-auditdiensten aanbiedt, ondanks de schaalvoordelen die de auditor geniet. De auditor heeft extra informatie over de onderneming dus zou eigenlijk minder kunnen verdienen aan zijn audit, maar zal in veel gevallen toch de gewone prijs doorrekenen aan zijn klant. Naarmate dan ook de non-audit fee toeneemt in verhouding met de audit fee, zal het management de onafhankelijkheid van de

auditor lager percipiëren (Krishnan et al., 2005; Sarens et al., 2012), waardoor de gepercipieerde auditkwaliteit lager is. Hieruit volgen de laatste hypothesen:

Hypothese 4a: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij dezelfde auditor heeft een negatieve invloed op de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Ook hier geldt de veronderstelling dat het aanbieden van non-auditdiensten uitgevoerd door de auditor of iemand in hetzelfde kantoor als de auditor, dezelfde invloed heeft op de perceptie van de CEO.

Hypothese 4b: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een negatieve invloed op de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

Hypothese 4c: Wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit dalen.

Hoofdstuk 7 Onderzoeksmethodologie

Nu de hypothesen opgesteld zijn, kan het onderzoeksopzet behandeld worden. Eerst zal de manier waarop de data verworven is, besproken worden, daarna volgt een opsomming van de verschillende variabelen die nodig zijn om de hypothesen te onderzoeken.

7.1 Dataverwerving

De data voor deze masterproef werden op verschillende manieren bij elkaar gezocht. Ze werden voornamelijk geselecteerd uit een op voorhand opgestelde vragenlijst, informatie uit de Bel-First database en informatie uit jaarrekeningen die te vinden waren via de Balanscentrale van de Nationale Bank van België. Deze drie methoden van dataverzameling zullen hieronder worden toegelicht.

7.1.1 Vragenlijst

Om de hypothesen uit deel drie van dit onderzoek te testen wordt er gebruik gemaakt van een bestaande dataset. De data werden verzameld aan de hand van een uitgebreide vragenlijst die opgesteld werd door dr. Maarten Corten in functie van zijn doctoraat. De vragenlijst werd in februari 2015 gemailld naar alle CEO's van private bedrijven in België, dit waren er zo een 8662. Uiteindelijk kwam er respons van 740 bedrijven, wat neerkomt op 8,54% van alle private ondernemingen van België.

De dataset bestaat niet alleen uit vragen die polsen naar de dimensies van gepercipieerde auditkwaliteit, maar alleen deze vragen zijn van belang voor dit onderzoek dus de rest van de vragen werd verwijderd. De data zijn voor dit onderzoek erg belangrijk aangezien gepercipieerde auditkwaliteit in dimensies nooit eerder onderzocht werd. In het totaal zijn er een 20-tal vragen die de gepercipieerde auditkwaliteit in dimensies meten. De vragen werden opgesteld op basis van een Likertschaal, waarbij de respondenten de stellingen telkens kunnen beantwoorden met een getal tussen 1 en 5. De nuances tussen deze antwoorden worden weergegeven in tabel 1. Als laatste dient er opgemerkt te worden dat elke stelling in de vragenlijst slechts betrekking heeft op één dimensie. De onderliggende dimensie diende voor de respondenten verborgen te blijven en om die reden werden de stellingen door elkaar gehaald. Dit betekent dat ze later door een exploratieve factoranalyse terug bij elkaar gebracht moeten worden.

Tabel 1: Antwoordmogelijkheden van de Likertschaal

1	Niet akkoord
2	Eerder niet akkoord
3	Noch akkoord, noch niet akkoord
4	Eerder akkoord
5	Akkoord

7.1.2 Bel-First

Om een antwoord te kunnen formuleren op de hypothesen, dienen de antwoorden van de vragenlijst aangevuld te worden met extra informatie. De Bel-First is hier uiterst geschikt voor. Dit is een database van Bureau van Dijk die allerhande financiële informatie over meer dan twee miljoen bedrijven in België en Luxemburg bevat. Deze database wordt gebruikt om op een snelle en makkelijke manier informatie te verkrijgen van alle bedrijven die informatie verplicht openbaar moeten maken. Er is niet alleen financiële informatie zoals de balans en resultatenrekening op terug te vinden maar ook de sociale balans, kredietwaardigheid en andere indicatoren over de financiële gezondheid van ondernemingen kunnen er worden opgevraagd (Bureau van Dijk, z.d.).

De Bel-First werd gebruikt om de NACEBEL-code 2008 en dus de sector van de ondernemingen te achterhalen. Verder werd ook het aantal werknemers en nog een aantal financiële ratio's, die later nog besproken zullen worden, opgezocht.

7.1.3 Balanscentrale van de Nationale Bank van België

De balanscentrale van de Nationale Bank van België (NBB) bundelt jaarrekeningen van Belgische ondernemingen en zorgt ervoor dat ze openbaar gemaakt worden (Nationale Bank van België, z.d.). Aan de hand van een ondernemingsnummer kon de jaarrekening van elk van de 740 ondernemingen opgevraagd worden. Per onderneming werd er in de jaarrekening van het jaar 2015 gezocht naar het bedrag van de audit- en non-auditdiensten van de auditor en het bedrag van non-auditdiensten die werden uitgevoerd door iemand waar de auditor mee verbonden is. Dit kan bijvoorbeeld gaan om een collega van de auditor die belastingadviezen geeft. Ook het aantal jaar dat een auditor in dienst is van een onderneming werd in de jaarrekening opgezocht. De naam van de auditor was in de vragenlijst al aangegeven en ook of deze bij de Big 4 behoort of niet. Ook dit werd even gecontroleerd aangezien de gegevens van 2014 waren.

7.2 Variabelen

7.2.1 Afhankelijke variabele

De afhankelijke variabele geeft het vermoedelijk effect van een verandering in de onafhankelijke variabele weer (Hair, Black, Babin & Anderson, 2014). In dit onderzoek is de te verklaren variabele de gepercipieerde auditkwaliteit. De perceptie van kwaliteit wordt gemeten aan de hand van de 20 stellingen die aan CEO's werden voorgelegd. De 20 stellingen omvatten de prijs-, functionele, emotionele en sociale dimensie. Aangezien deze stellingen door elkaar stonden, dient er een factoranalyse opgesteld te worden om de juiste stellingen toe te wijzen aan de juiste dimensie. Hieruit zal blijken of de vooropgestelde dimensies terug uit de vragenlijst gehaald kunnen worden (Field, 2013). Bij het doornemen van de vragenlijst (Tabel 2) valt op dat niet alle stellingen naar een positieve perceptie vragen. Zo zijn er zes stellingen waarbij een hogere score overeenkomt met een negatieve perceptie. Om de factoranalyse eenvoudiger te maken, worden deze zes vragen omgezet zodat

ook hier een hogere score overeenkomt met een positievere perceptie. Deze stellingen zijn in tabel 2 te herkennen aan het woord "**hercoderen**".

Tabel 2: Vragenlijst

Vragenlijst

1. Een externe audit verbetert de kwaliteit van de jaarrekening van ons bedrijf.
2. Een externe audit geeft me het vervelende gevoel dat ik als bedrijfsleider gecontroleerd wordt (**Hercoderen**).
3. De prijs van een externe audit is redelijk.
4. Het laten uitvoeren van een externe audit scheidt vertrouwen bij onze klanten en leveranciers.
5. Een externe audit heeft een positieve invloed op de prestaties van ons bedrijf.
6. Ik vind een externe audit tijdverlies (**Hercoderen**).
7. Een externe audit biedt geen meerwaarde bovenop de externe boekhouder of accountant (**Hercoderen**).
8. Een externe audit vereenvoudigt de toegang tot schuldfinanciering (bankkredieten).
9. Een externe audit versterkt het deugdelijk bestuur binnen ons bedrijf.
10. Een externe audit stelt me gerust over de financiële rapportering van onze resultaten.
11. De voordelen van het laten uitvoeren van een externe audit overstijgen de kosten ervan (inclusief de tijdsinvestering).
12. Het late uitvoeren van een externe audit verhoogt mijn persoonlijke geloofwaardigheid naar de raad van bestuur en de (andere) aandeelhouders.
13. Een externe audit verschaft ons nuttig advies (bv. via een management letter of informeel).
14. De aanwezigheid van een externe auditor stoort me (**Hercoderen**).
15. Een externe audit is een nuttige dienst in vergelijking met de kostprijs ervan.
16. Een externe audit scheidt vertrouwen bij de fiscus.
17. Een externe audit verbetert de efficiëntie en betrouwbaarheid van onze bedrijfsprocessen/interne controle.
18. Een externe audit beperkt mijn flexibiliteit als bedrijfsleider (**Hercoderen**).
19. De fee die de externe auditor aanrekent voor zijn diensten is te hoog in verhouding tot de dienst zelf (**Hercoderen**).
20. Een externe audit bevestigt de goede prestaties van een bedrijf naar de buitenwereld toe.

Nu alle data in het juiste *format* staan kan de factoranalyse beginnen. In SPSS wordt er gekozen voor een exploratieve factoranalyse met de Varimax-rotatiemethode. Om er zeker van te zijn dat de gegevens gebruikt mogen worden in een factoranalyse worden ze eerst aan de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test onderworpen (Tabel 3). Deze test geeft altijd een getal tussen 0 en 1 aan. Indien de waarde hoger is dan 0,5 mag er aangenomen worden dat de steekproef voldoet (Field, 2013), in dit geval (0,929) is er aan deze voorwaarde voldaan, waardoor de factoren een betrouwbaar resultaat zullen weergeven. Deze maatstaf betekent immers dat hoe hoger het getal is des te beter de patronen in de correlatie zullen zijn (Field, 2013). Een andere test om na te gaan of er voldoende correlatie tussen de variabelen is om een factoranalyse uit te mogen voeren, is de Bartlett's Test of Sphericity

(Tabel 3). De nulhypothese stelt dat de correlatiematrix een eenheidsmatrix is, met alle diagonaal-elementen 1 en alle andere elementen 0. Dit wil dus zeggen dat de variabelen niet-gecorrleerd zijn (Field, 2013). Doordat de p-waarde kleiner is dan 0,01 kan deze hypothese verworpen worden op 1% significantieniveau. Dit wil zeggen dat er voldoende correlatie is tussen de stellingen en deze dus voor een factoranalyse gebruikt mogen worden.

Tabel 3: KMO en Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,929
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5926,625
	df	153
	Sig.	0,000

De volgende stap is het afleiden van het aantal factoren op basis van de *Latent Root Criterion*. Hier is het belangrijk dat elke factor deel uitmaakt van de variantie van ten minste één variabele. Enkel dimensies met een eigenwaarde groter dan één zullen als significant beschouwd worden (Hair, Black, Babin & Anderson, 2014). Tabel 4 geeft aan dat er vier dimensies zijn met een eigenwaarde groter dan één, die samen 64,59% van de totale variantie verklaren. Het aantal dimensies die in de factoranalyse naar voren komt is dus gelijk aan het aantal dimensies die in de theorie vooropgesteld werd.

Tabel 4: Totaal verklaarde variantie

Component	Initiële Eigenwaarden			Factorlading na rotatie		
	Totaal	% van de variantie	Cumulatief %	Totaal	% van de variantie	Cumulatief %
1	7,590	42,167	42,167	5,280	29,336	29,336
2	1,822	10,125	52,292	2,351	13,061	42,396
3	1,209	6,715	59,006	2,253	12,515	54,912
4	1,005	5,584	64,591	1,742	9,679	64,591
5	,759	4,214	68,805			
6	,687	3,818	72,622			
7	,629	3,497	76,119			
8	,565	3,139	79,258			
9	,540	3,002	82,260			
10	,477	2,648	84,908			
11	,438	2,432	87,340			
12	,402	2,234	89,574			
13	,366	2,031	91,605			
14	,354	1,968	93,573			
15	,335	1,859	95,432			
16	,315	1,751	97,184			
17	,292	1,621	98,805			
18	,215	1,195	100,000			

Tabel 5 geeft de resultaten van de factoranalyse weer. De tabel geeft aan dat er negen stellingen hoog laden op de functionele dimensie, vier op de sociale, drie op de emotionele en twee op de prijsdimensie. Aanvankelijk werd de factoranalyse opgesteld met alle stellingen van de vragenlijst (Tabel 2), maar dat zorgde voor een probleem. Stellingen 11 en 15 laadden relatief hoog op zowel de prijsdimensie als de functionele dimensie. Hier was dus sprake van een kruislading, waardoor de correlatie tussen de twee factoren te groot is. Hierdoor werd er besloten om deze stellingen uit de analyse te halen. Deze stellingen zijn (Tabel 2):

Stelling 11. De voordelen van het laten uitvoeren van een externe audit overstijgen de kosten ervan (inclusief de tijdsinvestering).

Stelling 15. Een externe audit is een nuttige dienst in vergelijking met de kostprijs ervan.

Tabel 5: Resultaten factoranalyse

	Component			
	Functioneel	Sociaal	Emotioneel	Prijs
Een externe audit versterkt het deugdelijk bestuur binnen ons bedrijf.	,757	,279	,070	,077
Een externe audit verbetert de efficiëntie en betrouwbaarheid van onze bedrijfsprocessen/interne controle.	,757	,283	,045	,053
Een externe audit verschaft ons nuttig advies (bv. via de management letter of informeel).	,752	,181	,115	,179
Een externe audit biedt geen meerwaarde bovenop de externe boekhouder of accountant. (Hercoderen)	,725	,088	,318	,190
Een externe audit verbetert de kwaliteit van de jaarrekening van ons bedrijf.	,723	,197	,130	,158
Een externe audit stelt me gerust over de financiële rapportering van onze resultaten.	,710	,268	,131	,099
Ik vind een externe audit tijdverlies. (Hercoderen)	,709	,144	,421	,240
Een externe audit heeft een positieve invloed op de prestaties van ons bedrijf.	,674	,223	,014	,205
Het laten uitvoeren van een externe audit verhoogt mijn persoonlijke geloofwaardigheid naar de raad van bestuur en de (andere) aandeelhouders.	,656	,265	,044	,094
Een externe audit schept vertrouwen bij de fiscus.	,134	,766	,104	-,042
Een externe audit bevestigt de goede prestaties van een bedrijf naar de buitenwereld toe.	,302	,717	,092	,168
Een externe audit vereenvoudigt de toegang tot schuldfinanciering (bankkredieten).	,324	,620	,014	,018
Het laten uitvoeren van een externe audit schept vertrouwen bij onze klanten en leveranciers.	,372	,603	,137	,172
Een externe audit beperkt mijn flexibiliteit als bedrijfsleider. (Hercoderen)	-,033	,036	,803	,089
Een externe audit geeft me het vervelende gevoel dat ik als bedrijfsleider gecontroleerd wordt. (Hercoderen)	,150	,102	,771	,155
De aanwezigheid van een externe auditor stoort me. (Hercoderen)	,370	,143	,758	,090
De prijs van een externe audit is redelijk.	,214	,141	,128	,865
De fee die de externe auditor aanrekent voor zijn diensten is te hoog in verhouding tot de dienst zelf. (Hercoderen)	,264	,020	,221	,821

Nu de vier factoren ook aangetoond kunnen worden, kunnen ze gebruikt worden in de regressieanalyse. Om ze te kunnen gebruiken is het belangrijk dat alle stellingen die onder één dimensie horen worden omgezet naar één variabele per dimensie. Dit werd in SPSS gedaan door een nieuwe variabele te definiëren waarbij alle stellingen, die volgens de factoranalyse samen horen, bij elkaar worden

opgeteld. Het gaat hier om de variabelen: **FUNCT**, **SOC**, **EMO** en **PRIJS**. Deze vier variabelen meten respectievelijk de functionele, sociale, emotionele en prijsdimensie. Ze worden gedefinieerd in tabel 6. De belangrijkste beschrijvende statistieken worden beschreven in 8.1.3.

Tabel 6: Omschrijving van de afhankelijke variabelen

Variabele	Omschrijving	Metten
FUNCT	Functionele dimensie van gepercipiëerde auditkwaliteit <i>Afhankelijke variabele in model 1a, 2a en 3a</i>	Stellingen gemeten op basis van een Likertschaal waarbij 1 = niet akkoord 5 = akkoord
SOC	Sociale dimensie van gepercipiëerde auditkwaliteit <i>Afhankelijke variabele in model 1b, 2b en 3b</i>	Stellingen gemeten op basis van een Likertschaal waarbij 1 = niet akkoord 5 = akkoord
EMO	Emotionele dimensie van gepercipiëerde auditkwaliteit <i>Afhankelijke variabele in model 1c, 2c en 3c</i>	Stellingen gemeten op basis van een Likertschaal waarbij 1 = niet akkoord 5 = akkoord
PRIJS	Prijsdimensie van gepercipiëerde auditkwaliteit <i>Afhankelijke variabele in model 1d, 2d en 3d</i>	Stellingen gemeten op basis van een Likertschaal waarbij 1 = niet akkoord 5 = akkoord

7.2.2 Onafhankelijke variabele

Een onafhankelijke variabele is een variabele die de afhankelijke variabele beïnvloedt (Hair, Black, Babin & Anderson, 2014). De onafhankelijke variabelen staan kort omschreven in tabel 7. In dit geval zijn het de non-auditdiensten die in een invloed hebben op de verschillende dimensies van de gepercipiëerde auditkwaliteit. Deze variabele werd niet opgenomen in de vragenlijst, daarom moesten de gegevens over de non-auditdiensten nog opgezocht worden in de jaarrekeningen van de NBB. Als eerste werd de dummyvariabele, **NA_1**, opgenomen voor non-auditdiensten. Dit wil zeggen dat de variabele waarde nul heeft wanneer er geen non-auditdiensten door de auditor worden uitgevoerd en waarde één als de auditor non-auditdiensten uitvoert. Hier blijft het echter niet bij. Ook het bedrag van de audit- en non-auditdiensten werden uit de jaarrekening gehaald zodat dit verwerkt kon worden in de dataset. Om de impact van de grootte van de non-auditdiensten te testen, werd de ratio genomen van de non-audit *fee* ten opzichte van de totale *fee* (**NASRATIO**). De non-auditdiensten werden ook opgesplitst in andere controlediensten (**CONTR1**) dan de wettelijke controledienst, belastingopdrachten (**BEL1**) en andere opdrachten (**ANDERE1**) die door de auditor worden uitgevoerd. Ook hier ging het telkens om een dummyvariabele. De verschillende soorten non-auditdiensten in dit onderzoek zijn beperkt omdat de jaarrekening enkel een onderscheid maakt tussen deze drie soorten diensten. Verder wordt er ook een dummyvariabele opgenomen voor non-auditdiensten die worden uitgevoerd door iemand die verbonden is met de auditor (**NA_2**). Dit kan bijvoorbeeld een

consultant zijn binnen het bedrijf waaruit de auditor komt. Ook zij kunnen ervoor zorgen dat audit-kwaliteit anders gepercipieerd wordt. De variabelen die individueel de non-auditdiensten testen, die worden uitgevoerd door iemand verbonden met de auditor, worden op dezelfde manier opgesteld als de variabelen van de non-auditdiensten door de auditor zelf (**CONTR2**, **BEL2** en **ANDERE2**).

Tabel 7: Omschrijving van de onafhankelijke variabelen

Variabele	Omschrijving	Meten
NA_1	Dummyvariabele non-auditdienst door auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 1a, 1b, 1c en 1d</i>	0 = geen non-auditdiensten door auditor 1 = non-auditdiensten door auditor
NA_2	Dummyvariabele non-auditdienst door iemand verbonden met auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 1a, 1b, 1c en 1d</i>	0 = geen non-auditdiensten door iemand verbonden met auditor 1 = non-auditdiensten door iemand verbonden met auditor
NASRATIO	Proportie van de non-audit fee in vergelijking met totale fee <i>Onafhankelijke variabele in model 2a, 2b, 2c en 2d</i>	Non-audit fee / totale fee
CONTR1	Dummyvariabele andere controle-opdracht door auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 3a, 3b, 3c en 3d</i>	0 = geen andere controle-opdracht door auditor 1 = controle-opdracht door auditor
BEL1	Dummyvariabele belastingopdracht door auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 3a, 3b, 3c en 3d</i>	0 = geen belastingopdracht door auditor 1 = belastingopdracht door auditor
ANDERE1	Dummyvariabele andere non-audit-opdracht door auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 3a, 3b, 3c en 3d</i>	0 = geen andere opdracht door auditor 1 = andere opdracht door auditor
CONTR2	Dummyvariabele andere controle-opdracht door iemand verbonden met auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 3a, 3b, 3c en 3d</i>	0 = geen andere controle-opdracht door iemand verbonden met auditor 1 = andere controle-opdracht door iemand verbonden met auditor
BEL2	Dummyvariabele belastingopdracht door iemand verbonden met auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 3a, 3b, 3c en 3d</i>	0 = geen belastingopdracht door iemand verbonden met auditor 1 = belastingopdracht door iemand verbonden met auditor
ANDERE2	Dummyvariabele andere non-audit-opdracht door iemand verbonden met de auditor <i>Onafhankelijke variabele in model 3a, 3b, 3c en 3d</i>	0 = geen andere non-auditdienst door iemand verbonden met de auditor 1 = andere non-auditdienst door iemand verbonden met de auditor

7.2.3 Controlevariabelen

De controlevariabelen zijn variabelen die opgenomen worden in een model omdat ze een invloed hebben op de afhankelijke variabele, maar die niet van belang voor het onderzoek. Indien ze niet worden opgenomen zou dit tot vertekening van het model kunnen leiden (Stock & Watson, 2012). In dit onderzoek zijn er een heel aantal controlevariabelen, deze worden weergegeven in tabel 8. Voor elk van de variabelen volgt een korte bespreking. De variabele **BIG4** komt als eerste aan de

beurt. Deze variabele is een dummyvariabele. Dit wil zeggen dat ze alleen waarde nul of één kan hebben. Enkel ondernemingen die gebruik maken van een auditor van Deloitte, Pricewaterhouse-Coopers, Ernst & Young of KPMG krijgen waarde één toegekend aan deze variabele, andere bedrijven hebben hier als waarde nul. BIG4 is een belangrijke controlevariabele aangezien Kilgore, Harrison en Radich (2014) aantoonde aan dat een Big 4 meer competente werknemers kan aantrekken dan een ander auditkantoor, waardoor de gepercipieerde auditkwaliteit stijgt. De volgende variabele is **LN_TA** of ook wel het natuurlijk logaritme van de totale activa. Dit is een variabele die de grootte van de onderneming weergeeft. Er is geweten dat hoe groter de onderneming is, des te ingewikkelder de boekhoudkundige transacties zullen worden (Svanström, 2013). Dit kan tot gevolg hebben dat de CEO denkt dat grotere ondernemingen dus meer behoefte hebben aan een auditor. Dat zal ervoor zorgen dat de perceptie van de CEO stijgt naarmate de grootte van de onderneming toeneemt. **WN≤10**, **WN≤50** en **WN>50** zijn drie dummyvariabelen die het aantal werknemers van de onderneming weergeven en vormen zo ook een maatstaf voor de grootte van de onderneming. De variabele **WN>50**, geeft de ondernemingen weer met meer dan 50 werknemers. Deze dummyvariabele wordt uit de analyse gehaald omwille van de *dummy variable trap*. De *dummy variable trap* wil zeggen dat er één dummyvariabele uit de analyse wordt gehaald om multicollineariteit te voorkomen (Stock & Watson, 2012). Een vierde controlevariabele is de Return On Assets (**ROA**), dit is een maatstaf voor de rendabiliteit van de onderneming. De variabele **SOLV** daarentegen geeft weer in welke mate de onderneming financieel onafhankelijk is. Beide variabelen worden opgenomen om te meten of de onderneming zich in financiële moeilijkheden bevindt. Ondernemingen in moeilijkheden hebben immers vaak de neiging om de cijfers te manipuleren om toch een zo goed mogelijk resultaat neer te zetten. Om dit te vermijden zal een betere controle door de auditor noodzakelijk zijn (Svanström, 2013). **LN LENGTE** geeft het natuurlijk logaritme van de duur van het mandaat van de auditor weer. Onderzoek toont aan dat naarmate de lengte van het mandaat van de auditor toeneemt, ook de gepercipieerde auditkwaliteit stijgt (Svanström, 2013). Daarom wordt deze variabele ook in dit onderzoek opgenomen. **DOCHTER** is een dummyvariabele die aangeeft of een onderneming al dan niet een dochteronderneming is. Ook in dit soort ondernemingen is de boekhouding complexer dan in een niet-dochteronderneming (Svanström, 2013). Ook hier wordt dus verwacht dat een audit belangrijker is dan bij een niet-dochteronderneming. **OWN** is een continue variabele die de proportie van de aandelen in handen van het management weergeeft. Zoals al eerder werd aangegeven is financiële informatie belangrijk voor belanghebbenden. Wanneer een onderneming geen of weinig aandeelhouders heeft uit het management zullen de aandeelhouders niet altijd vertrouwen in de informatie die het management vrijgeeft. Ze vragen dan ook vaak of de auditor een goede controle wil uitvoeren op de financiële staten. Wanneer de onderneming volledig in handen is van het management stelt dit probleem zich niet, want de managers hebben alle interne informatie om goede beslissingen te nemen (Svanström, 2013). Naarmate dat het aantal aandelen in handen van het management stijgt, zal er minder controle op het management nodig zijn. De laatste variabelen zijn de sectordummy's: **PROD**, **BOUW** en **DIENST**. Deze staan voor respectievelijk de productiesector, de bouwsector en de dienstensector en werden afgeleid uit de NACEBEL-code 2008. Belangrijk is om te weten dat ook handel een sector is, maar omwille van de *dummy variable trap*, werd er beslist om deze dummy uit de analyse te halen.

Tabel 8: Omschrijving van de controlevariabelen

Variabele	Omschrijving	Metten
BIG4	Dummyvariabele die aangeeft of een auditor tot de Big 4 behoort <i>Controlevariabele</i>	0 = Non-Big 4 1 = Big 4
LN_TA	Natuurlijk logaritme van de totale activa <i>Controlevariabele</i>	
ROA	Return on assets <i>Controlevariabele</i>	Netto inkomen / totale activa
SOLV	Proportie van de activa die gefinancierd wordt door eigen vermogen <i>Controlevariabele</i>	Eigen vermogen / totaal vermogen
LN LENGTE	Natuurlijk logaritme van de auditrotatie (in aantal jaren) <i>Controlevariabele</i>	
WN \leq 10	Aantal werknemers <i>Controlevariabele</i>	0 = meer dan 10 werknemers 1 = maximaal 10 werknemers
WN \leq 50	Aantal werknemers <i>Controlevariabele</i>	0 = meer dan 50 werknemers en minder dan 10 1 = minder dan 50 werknemers en meer dan 10
DOCHTER	Dummyvariabele die aangeeft of een bedrijf een dochteronderneming is <i>Controlevariabele</i>	0 = geen dochteronderneming 1 = dochteronderneming
OWN	Proportie van de aandelen in handen van het management <i>Controlevariabele</i>	
PROD	Dummyvariabele die de sector aangeeft <i>Controlevariabele</i>	0 = productiesector 1 = niet in productiesector
BOUW	Dummyvariabele die de sector aangeeft <i>Controlevariabele</i>	0 = bouwsector 1 = niet in bouwsector
DIENST	Dummyvariabele die de sector aangeeft <i>Controlevariabele</i>	0 = dienstensector 1 = niet in dienstensector

Hoofdstuk 8 Empirisch onderzoek

8.1 Beschrijvende statistiek

8.1.1 Datacleaning

Niet alle antwoorden van respondenten kunnen gebruikt worden voor een onderzoek. Om uiteindelijk een goede steekproef over te houden, werd er gekeken of de onderneming een jaarrekening had neergelegd in 2015. Er wordt gewerkt met de gegevens uit jaarrekeningen van het jaar 2015 omdat ook de enquête op deze periode betrekking heeft. **Zeventien** ondernemingen hebben geen cijfers voor 2015 neergelegd, wat erop wijst dat deze ofwel failliet gegaan zijn of hun jaarrekening nog steeds niet hebben neergelegd. Aangezien artikel 100 van het wetboek van vennootschappen (2016) aangeeft dat de jaarrekening binnen de dertig dagen na goedkeuring moet worden neergelegd en ten laatste zeven maanden na de afsluiting van het boekjaar, kan er besloten worden dat deze ondernemingen geen jaarrekening voor 2015 meer zullen neerleggen. Deze worden dus uit de dataset geschrapt. Daarna werd er nagegaan of de onderneming een auditor had aangesteld in 2015. Indien dit niet het geval was, of indien er geen auditor in de jaarrekening kon teruggevonden worden, werd de onderneming uit de steekproef gehaald. Dit waren **26** bedrijven. Verder hebben niet alle ondernemingen een boekjaar dat loopt van 1 januari 2015 tot en met 31 december 2015. Wanneer het boekjaar van een onderneming meer of minder dan 12 maanden inhield, werd ook deze uit de selectie gehaald. Dat waren **zeven** bedrijven. Andere ondernemingen beginnen hun boekjaar soms niet aan het begin van een kalenderjaar, bijvoorbeeld een boekjaar dat loopt van 1 april 2015 tot en met 31 maart 2016 of 1 juli 2015 tot en met 30 juni 2016. Deze gegevens worden wel meegenomen in het onderzoek omdat de gegevens grotendeels uit gegevens van 2015 bestaan. Dus alle jaarrekeningen met een boekjaar van 12 maanden en die grotendeels uit gegevens van 2015 bestaan, worden meegenomen in dit onderzoek.

Vervolgens waren er **twee** respondenten die vijf van de twintig stellingen niet beantwoord hebben. Ook deze werden uit de dataset gehaald. Tenslotte waren er nog **76** bedrijven die in hun jaarrekening geen informatie hadden over het aantal jaren dat een auditor bij hun in dienst was, **negen** bedrijven hadden niet vermeld hoeveel werknemers ze in dienst hadden en **35** bedrijven vulden de vragenlijst niet in voor hoeveel procent de aandelen in handen van het management zijn. Al deze bedrijven werden dus verwijderd uit de steekproef. Hierdoor komt het totaal van de steekproef op 568 respondenten.

8.1.2 Uitzonderlijke waarden

Nu de *datacleaning* heeft plaatsgevonden, is het belangrijk om ook uitschieters uit de data te filteren. Een observatie dat heel anders is dan de rest van de data, wordt een uitschieter genoemd (Field, 2013). Deze uitschieter kan ervoor zorgen dat de data een vertekend beeld geeft van de werkelijkheid. Daarom kunnen ze best verwijderd worden. Daar zijn verschillende methoden voor, in dit geval werd er gebruik gemaakt van de *mahalanobis distance*. Voor respondenten waarbij de afstand veel groter was dan gemiddeld werd er getest hoe groot de kans was op voorkomen van deze afstand.

Indien de kans kleiner was dan 0,01 werd de respondent als een uitschieter gezien en dus uit de dataset verwijderd. In deze dataset ging het om **23** respondenten, waardoor de steekproef nog 545 respondenten telt.

8.1.3 Gemiddelden, maximale en minimale waarden

Vooraleer de modellen opgesteld kunnen worden, is het belangrijk om voldoende inzicht te krijgen in de verschillende variabelen. Uit tabel 9, 10, 11 en 12 kan afgeleid worden dat het aantal respondenten voor elke variabele 545 is. Ook het minimum, maximum, gemiddelde, mediaan en standaard afwijking van alle continue variabelen werd verzameld in tabel 9, 10 en 11. De beschrijvende statistieken van de afhankelijke variabelen zullen eerste kort besproken worden (Tabel 9). Zoals aangegeven in 7.2.1 bestaan de afhankelijke variabelen uit een aantal stellingen. Deze stellingen werden aan de hand van een factoranalyse gereduceerd tot één variabele per dimensie. De functionele dimensie bestaat uit de som van negen stellingen waar telkens van 1 tot en met 5 op geantwoord kon worden. Dit is de reden waarom de functionele dimensie theoretisch minimaal 9 en maximaal 45 kan zijn. Zoals weergegeven in tabel 9 zijn dit ook het werkelijke minimum en maximum. Dit wil zeggen dat er minstens één respondent op alle vragen een één heeft geantwoord en ook minstens één respondent op alles met een vijf heeft geantwoord. Gemiddeld genomen hebben de respondenten de functionele dimensie 30,16 op 45 gegeven. Dezelfde interpretatie geldt voor de sociale, emotionele en prijsdimensie, maar aangezien zij respectievelijk vier, drie en twee stellingen hebben die de dimensie uitdrukt, zullen de minimale en maximale waarde dus kleiner zijn dan bij de functionele dimensie.

Tabel 9: Beschrijvende statistiek afhankelijke variabelen

	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Mediaan	Standaard afwijking
FUNCT	545	9,00	45,00	30,16	32,00	8,27
SOC	545	4,00	20,00	13,72	14,00	3,20
EMO	545	4,00	15,00	11,94	12,00	2,41
PRIJS	545	2,00	10,00	5,70	6,00	1,95

Tabel 10 bevat alle informatie over de continue onafhankelijke variabele: NASRATIO. Aangezien de andere variabelen dummyvariabelen zijn en deze analyse dus geen nut heeft, zullen ze hieronder apart besproken worden. De NASRATIO is geen dummyvariabele, maar de ratio van de non-audit fee ten opzichte van de totale fee. Het minimum is hier nul omdat er ondernemingen zijn die geen non-auditdiensten aankopen waardoor de teller nul wordt en dus ook de hele breuk. Ook het gemiddelde is vrij laag. Dit kan verklaard worden doordat het aantal ondernemingen dat non-auditdiensten aankoopt eerder laag is. Hierdoor wordt het gemiddelde naar beneden gehaald. Dezelfde conclusie volgt bij de mediaan. Deze is 0,00, wat wilt zeggen dat meer dan de helft van de ondernemingen geen non-auditdiensten aankoopt.

Tabel 10: Beschrijvende statistiek onafhankelijke variabelen

	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Mediaan	Standaard afwijking
NASRATIO	545	0	1	,088	,00	,1625

Tabel 11 bevat het natuurlijk logaritme van de totale activa, ROA, solvabiliteitsratio, het aandeelhouderschap en het natuurlijk logaritme van de lengte van het mandaat van de auditor. ROA is een interessante financiële maatstaf en zal bij deze dan ook geïnterpreteerd worden. Het minimum dat minstens één bedrijf haalde was een negatieve ROA van 0,572, terwijl het maximum een ROA is van 97,0%. Dit is dus een heel rendabele onderneming. Gemiddeld gezien is de ROA 7,1% en de mediaan 5,4%. Voor de solvabiliteitsratio (SOLV) geldt dat ondernemingen gemiddeld genomen een ratio van 37,9% hebben. Deze maatstaf geeft de mate van financiële onafhankelijkheid weer (Svanström, 2013). Naarmate dat de ratio stijgt, zal ook de financiële onafhankelijkheid toenemen. De ownershipvariabele stelt dat gemiddeld 40,4% van de aandelen in handen is van het management, de mediaan ligt een heel stuk lager (0,50%). Dit wil zeggen dat de meeste managers geen of weinig aandelen hebben in de onderneming, maar wanneer ze er hebben, hebben ze er veel.

Tabel 11: Beschrijvende statistiek controlevariabelen

	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Mediaan	Standaard afwijking
LN_TA	545	13,843	23,233	16,507	16,276	1,177
ROA	545	-,572	,970	,071	,054	,119
SOLV	545	-,881	,972	,379	,352	,254
LN_LENGTE	545	-,693	2,302	1,108	1,099	,198
OWN	545	,000	1,000	,404	,050	,455

Zoals hierboven aangehaald zullen de dummyvariabelen ook nog afzonderlijk besproken worden (Tabel 12). De eerste acht variabelen zijn onafhankelijke variabelen en de volgende vijf zijn controlevariabelen. De kolom 'som' geeft het aantal respondenten die als waarde één hebben doorgegeven aan de dummyvariabele aan. In het geval van de dummyvariabele die nagaat of de auditor non-auditdiensten uitvoert (NA_1) betekent dit dat er 109 respondenten van de 545 of 20% CEO's aangeven een non-auditdienst bij een auditor aangekocht te hebben. 17,43% heeft een non-auditdienst aangekocht bij iemand die verbonden is met de auditor (NA_2). De non-auditdiensten die door de auditor worden uitgevoerd hebben betrekking op andere controlediensten dan de wettelijke controle (CONTR1), belastingadviezen (BEL1) en andere non-auditdiensten (ANDERE1). Hierbij kan opgemerkt worden dat de som van non-auditdiensten die door de auditor zijn uitgevoerd (NA_1) kleiner is dan de som van de aparte categorieën van non-auditdiensten (CONTR1, BEL1 en ANDERE1). Dit komt omdat een onderneming meerdere non-auditdiensten kan aankopen bij een auditor, maar dit ongeacht de hoeveelheid non-auditdiensten als waarde één onder de variabele NA_1 blijft staan. De aparte categorieën van non-auditdiensten kunnen elk waarde nul of één meekrijgen. Een onderneming die dus zowel een belastingadvies als andere opdracht aan de auditor geeft, zal voor beide variabelen waarde één meekrijgen, maar onder variabele NA_1 gewoon één. Dezelfde analyse kan

gedaan worden voor non-auditdiensten die door iemand verbonden met de auditor worden uitgevoerd.

De andere dummyvariabelen zijn controlevariabelen. Zo is het duidelijk dat 41,47% van de onderzochte ondernemingen een auditor uit de Big 4 heeft en 51,74% dochterondernemingen zijn. Er zijn 275 (50,45%) ondernemingen die meer dan 50 werknemers hebben, 42,94% van de ondernemingen heeft tussen de 11 en de 50 werknemers en slechts 6,61% heeft maximum 10 werknemers. De laatste variabelen zijn de sectordummy's. Deze geven aan dat 30,09% van de ondernemingen actief is in de productiesector, 10,09% in de bouw, 23,12% in de dienstensector en 36,7% of 200 ondernemingen van de steekproef aan handel doen.

Tabel 12: Beschrijvende statistiek dummyvariabelen

	N	Som	%
NA_1	545	109	20,00%
NA_2	545	95	17,43%
CONTR1	545	47	8,62%
BEL1	545	25	4,59%
ANDERE1	545	53	9,72%
CONTR2	545	1	0,18%
BEL2	545	81	14,86%
ANDERE2	545	28	5,14%
BIG4	545	226	41,47%
WN≤10	545	36	6,61%
WN≤50	545	234	42,94%
DOCHTER	545	282	51,74%
PROD	545	164	30,09%
BOUW	545	55	10,09%
DIENST	545	126	23,12%

8.1.4 Multicollineariteit

Een laatste controle die moet gebeuren alvorens de modellen op te stellen, is het testen op multicollineariteit. Multicollineariteit treedt op wanneer één van de onafhankelijke variabelen hoog gecorreleerd is met één van de andere onafhankelijke variabelen (Stock & Watson, 2012). Wanneer dit het geval is moet deze variabele uit de dataset verwijderd worden om vertekening van het model te voorkomen. Eén manier om multicollineariteit op te sporen is het analyseren van de correlatiematrix. Dit is een matrix waarbij alle correlaties, die tussen -1 en +1 gaan, tussen twee variabelen worden weergegeven. Om van multicollineariteit te kunnen spreken is er een correlatie van 0,8 of hoger nodig tussen twee onafhankelijke variabelen (Field, 2013). De correlatiematrix in tabel 13 geeft aan dat de correlatie tussen NA_2 en NASRATIO 0,600 is op 1% significantieniveau. Ook de correlatie tussen NA_1 en NASRATIO is hoog (0,571). Het is normaal dat deze variabelen hoog met elkaar

correleren omdat ze beiden de non-auditdiensten meten. Toch is dit geen probleem vermits NA_1 en NA_2 niet in hetzelfde model gebruikt zullen worden als de NASRATIO. Twee andere variabelen die hoog met elkaar correleren zijn DOCHTER en OWN. Dit wil zeggen dat er een hoge correlatie is tussen het al dan niet zijn van een dochtervennootschap en de proportie aandelen in handen van het management. Het gaat om een negatieve correlatie van 0,422, die significant is op 1% significantieniveau. Aangezien deze correlatie kleiner is dan 0,8, is er geen reden om de regressies niet te laten doorgaan.

Ook de vier afhankelijke variabelen die de functionele, sociale, emotionele en de prijsdimensie meten, correleren tussen de 0,353 en de 0,625 met elkaar. Deze zijn allemaal significant op 1% significantieniveau. Deze correlatie is niet onlogisch, alle dimensies trachten immers de gepercipieerde auditkwaliteit te meten. Toch is er hier ook geen probleem met de multicollineariteit aangezien het om afhankelijke variabelen gaat en ze niet samen in een model opgenomen zullen worden.

Tabel 13: Correlatiematrix

	FUNCT	SOC	EMO	PRIJS	NA_1	NA_2	NAS-RATIO	BIG4	LN_TA	ROA	SOLV	LN_LENGTE	WN≤10	WN≤50	DOCHTER	OWN	PROD	BOUW	DIENST	
FUNCT	1																			
SOC	,625**	1																		
EMO	,400**	,298**	1																	
PRIJS	,483**	,313**	,353**	1																
NA_1	,089*	,098*	,004	,016	1															
NA_2	,131**	,068	,115**	,036	,060	1														
NASRATIO	,086*	,078	,058	,029	,571**	,600**	1													
BIG4	,135**	,181**	,049	-,074	-,058	,173**	,009	1												
LN_TA	,092*	,142**	,105*	,055	-,002	,052	-,018	,150**	1											
ROA	-,005	,054	,026	,045	,096*	,033	,101*	,029	-,038	1										
SOLV	-,058	-,030	,022	-,032	,001	-,012	,007	,012	,111**	,225**	1									
LN LENGTE	,035	,040	,084*	,027	,006	-,009	,005	,019	,089*	-,014	-,067	1								
WN≤10	-,049	,024	-,040	,030	-,059	-,025	-,003	-,044	-,012	,050	,016	,004	1							
WN≤50	-,136**	-,163**	-,102*	-,063	,039	-,076	-,018	-,136**	-,196**	-,017	,033	-,082	-,231**	1						
DOCHTER	,066	,066	,044	-,062	,006	,134**	-,024	,388**	,110**	-,057	-,019	-,015	,006	-,030	1					
OWN	-,118**	-,050	-,064	-,007	,045	-,162**	-,002	-,343**	-,216**	-,015	-,024	,009	-,041	,141**	,422**	1				
PROD	-,039	,011	,048	-,101*	-,018	-,027	,003	,049	,041	-,010	,050	,055	-,110*	-,149**	-,079	,085*	1			
BOUW	,025	,022	-,030	,048	,061	-,106*	-,015	-,059	-,018	,002	-,070	-,055	-,065	-,106*	-,054	,027	-,220**	1		
DIENST	,106*	,030	,065	,114**	,020	,092*	,031	,095*	,019	-,029	-,097*	-,023	,047	-,142**	,164**	-,144**	-,360**	-,184**	1	

** significant op 1% significantniveau

* significant op 5% significantniveau

8.2 Model 1

Model 1 bestaat uit twee dummyvariabelen. De eerste meet of de auditor een non-auditdienst aanbiedt aan een onderneming (NA_1). De andere variabele meet of een non-auditdienst aangeboden is door iemand verbonden met de auditor (NA_2). Deze variabelen testen welke invloed er is op de auditkwaliteit gepercipieerd door de CEO wanneer er non-auditdiensten worden uitgevoerd. Om ervoor te zorgen dat het model zo juist mogelijke resultaten geeft, worden er elf controlevariabelen (Tabel 8) opgenomen. Hieronder wordt telkens aangegeven welke hypothese er getest wordt en de vergelijking van de regressie gegeven.

8.2.1 Model 1a

Het eerste model heeft betrekking op hypothesen 1a en 1b: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een positieve invloed op de **functionele** dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

$$\text{FUNCT} = \beta_0 + \beta_1 \text{NA}_1 + \beta_2 \text{NA}_2 + \beta_3 \text{BIG4} + \beta_4 \text{LN_TA} + \beta_5 \text{ROA} + \beta_6 \text{SOLV} + \beta_7 \text{LN_LENGTE} + \beta_8 \text{WN} + \beta_9 \text{DOCHTER} + \beta_{10} \text{OWN} + \beta_{11} \text{PROD} + \beta_{12} \text{BOUW} + \beta_{13} \text{DIENST}$$

8.2.2 Model 1b

Het volgende model meet de **sociale dimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit. De vooropgestelde hypothese ging als volgt: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten door hetzelfde auditkantoor heeft een negatieve invloed op de sociale dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit. Deze hypothese zal getoetst worden aan de hand van volgende regressie:

$$\text{SOC} = \beta_0 + \beta_1 \text{NA}_1 + \beta_2 \text{NA}_2 + \beta_3 \text{BIG4} + \beta_4 \text{LN_TA} + \beta_5 \text{ROA} + \beta_6 \text{SOLV} + \beta_7 \text{LN_LENGTE} + \beta_8 \text{WN} + \beta_9 \text{DOCHTER} + \beta_{10} \text{OWN} + \beta_{11} \text{PROD} + \beta_{12} \text{BOUW} + \beta_{13} \text{DIENST}$$

8.2.3 Model 1c

Het derde model gaat over de **emotionele dimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit met als hypothese: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een positieve invloed op de emotionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

$$\text{EMO} = \beta_0 + \beta_1 \text{NA}_1 + \beta_2 \text{NA}_2 + \beta_3 \text{BIG4} + \beta_4 \text{LN_TA} + \beta_5 \text{ROA} + \beta_6 \text{SOLV} + \beta_7 \text{LN_LENGTE} + \beta_8 \text{WN} + \beta_9 \text{DOCHTER} + \beta_{10} \text{OWN} + \beta_{11} \text{PROD} + \beta_{12} \text{BOUW} + \beta_{13} \text{DIENST}$$

8.2.4 Model 1d

Het laatste model dat meet of er een invloed is bij het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit heeft betrekking op hypothesen 4a en 4b: Het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten bij hetzelfde auditkantoor heeft een negatieve invloed op de **prijdsdimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit.

$$\text{PRIJS} = \beta_0 + \beta_1 \text{NA}_1 + \beta_2 \text{NA}_2 + \beta_3 \text{BIG4} + \beta_4 \text{LN_TA} + \beta_5 \text{ROA} + \beta_6 \text{SOLV} + \beta_7 \text{LN_LENGTE} + \beta_8 \text{WN} + \beta_9 \text{DOCHTER} + \beta_{10} \text{OWN} + \beta_{11} \text{PROD} + \beta_{12} \text{BOUW} + \beta_{13} \text{DIENST}$$

Model 1d sluit het model met dummyvariabelen NA_1 en NA_2 af. Hierna zal getest worden in welke mate de grootte van de non-audit fee een invloed heeft op de verschillende dimensies van de gepercipieerde auditkwaliteit.

8.3 Model 2

Model 2 omvat 4 modellen die getest zullen worden aan de hand van de NASRATIO, die rekening houdt met de grootte van de non-audit fee. De dummyvariabelen NA_1 en NA_2 zullen in dit geval vervangen worden door de NASRATIO. Ook in model 2 worden er elf controlevariabelen opgenomen die ervoor moeten zorgen dat de resultaten van het model niet vertekend zijn.

8.3.1 Model 2a

Het eerste model zal de hypothese van de **functionele dimensie** testen. Deze gaat als volgt: Wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal de functionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit ook stijgen.

$$\text{FUNCT} = \beta_0 + \beta_1 \text{NASRATIO} + \beta_2 \text{BIG4} + \beta_3 \text{LN_TA} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{SOLV} + \beta_6 \text{LN_LENGTE} + \beta_7 \text{WN} + \beta_8 \text{DOCHTER} + \beta_9 \text{OWN} + \beta_{10} \text{PROD} + \beta_{11} \text{BOUW} + \beta_{12} \text{DIENST}$$

8.3.2 Model 2b

Ook dit model dat de invloed op de **sociale dimensie** test wordt getest aan de hand van de NASRATIO. De hypothese ging als volgt: Wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal sociale dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit dalen.

$$\text{SOC} = \beta_0 + \beta_1 \text{NASRATIO} + \beta_2 \text{BIG4} + \beta_3 \text{LN_TA} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{SOLV} + \beta_6 \text{LN_LENGTE} + \beta_7 \text{WN} + \beta_8 \text{DOCHTER} + \beta_9 \text{OWN} + \beta_{10} \text{PROD} + \beta_{11} \text{BOUW} + \beta_{12} \text{DIENST}$$

8.3.3 Model 2c

Model 2c gaat na of wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, de **emotionele dimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit ook zal stijgen.

$$\text{EMO} = \beta_0 + \beta_1 \text{NASRATIO} + \beta_2 \text{BIG4} + \beta_3 \text{LN_TA} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{SOLV} + \beta_6 \text{LN_LENGTE} + \beta_7 \text{WN} + \beta_8 \text{DOCHTER} + \beta_9 \text{OWN} + \beta_{10} \text{PROD} + \beta_{11} \text{BOUW} + \beta_{12} \text{DIENST}$$

8.3.4 Model 2d

Het laatste model meet de hypothese van de **prijddimensie**: Wanneer de hoeveelheid non-audit-diensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, zal de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit dalen.

$$\text{PRIJS} = \beta_0 + \beta_1 \text{NASRATIO} + \beta_2 \text{BIG4} + \beta_3 \text{LN_TA} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{SOLV} + \beta_6 \text{LN_LENGTE} + \beta_7 \text{WN} + \beta_8 \text{DOCHTER} + \beta_9 \text{OWN} + \beta_{10} \text{PROD} + \beta_{11} \text{BOUW} + \beta_{12} \text{DIENST}$$

Hoofdstuk 9 Resultaten

Nu de correlatie getest is en de modellen zijn opgesteld, kunnen de regressies uitgevoerd worden. Alle modellen zullen hieronder uitgebreid besproken worden.

9.1 Model 1

In deze sectie zullen de resultaten van model 1a, 1b, 1c en 1d uit tabel 14 besproken worden. Verder wordt er gekeken naar de vooropgestelde hypothesen en of ze aanvaard kunnen worden aan de hand van de regressieresultaten. Per sectie wordt ook de ANOVA besproken, die aangeeft of het model al dan niet gebruikt mag worden om te interpreteren.

Tabel 14: Regressieresultaten model 1

	Model 1a	Model 1b	Model 1c	Model 1d
INTERCEPT	24,590***	8,342***	8,362***	3,921***
NA_1	1,839**	0,828**	-0,037	0,002
NA_2	1,908**	0,206	0,623**	0,214
BIG4	1,481*	1,076***	-0,070	-0,321*
LN_TA	0,323	0,293**	0,144	0,109
ROA	-0,386	1,388	0,548	0,869
SOLV	-1,574	-0,607	0,206	-0,249
LN LENGTE	0,913	0,242	0,907*	0,252
WN≤10	-2,321	0,106	-0,513	0,060
WN≤50	-1,886***	-0,822***	-0,327	-0,158
DOCHTER	-0,396	0,036	0,073	-0,266
OWN	-1,005	0,346	-0,095	-0,077
PROD	-0,668	-0,159	0,294	-0,246
BOUW	0,518	0,063	0,018	0,308
DIENST	1,095	-0,110	0,395	0,487**

*** significant op 1% significantieniveau

** significant op 5% significantieniveau

* significant op 10% significantieniveau

9.1.1 Model 1a

Dit model zal meten in welke invloed het aankopen van non-auditdiensten heeft op de auditkwaliteit verwacht door de CEO. Dit model gaat dus de **functionele dimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit na. Bij het uitvoeren van een regressie is het belangrijk om te testen of het model enige verklarende waarde heeft. Dit kan afgeleid worden uit de ANOVA-test (Tabel 15). De nulhypothese stelt dat het model geen verklarende kracht heeft (Field, 2013). De hypothese moet dus verworpen worden om het model verder te mogen gebruiken. In dit geval wordt de nulhypothese verworpen op 1% significantieniveau want de p-waarde is kleiner dan 0,01. Dit wil zeggen dat het regressiemodel voldoende verklarende kracht heeft om het te interpreteren. Nog twee maatstaven zijn de R^2 en de

*adjusted R*². Deze meten de hoeveelheid variantie van het model dat verklaard wordt door de variabelen. Dit model heeft een *R*² van 7,1% en een *adjusted R*² van 4,6%. Deze maatstaven zijn eerder laag, wat betekent dat er nog variabelen, die een invloed hebben op de verwachte auditkwaliteit, niet in de regressie zijn opgenomen. Ook andere onderzoeken die auditkwaliteit en gepercipieerde auditkwaliteit onderzoeken, kampen met dit probleem. Jammer genoeg kwamen er in de theorie ook weinig andere variabelen aan bod, waardoor er toch beslist wordt om met dit model verder te gaan.

Tabel 15: ANOVA model 1a

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	2630,685	14	187,906	2,884	,000
Residual	34535,744	530	65,162		
Totaal	37166,429	544			

De resultaten van de regressieanalyse worden weergegeven in tabel 14. Elke variabele wordt in dit geval onderworpen aan de nulhypothese die stelt dat de coëfficiënt gelijk is aan nul. Enkel voor de dummyvariabele $WN \leq 50$ kan de nulhypothese op 1% significantieniveau verworpen worden aangezien de p-waarde kleiner is dan 0,01. Voor de dummyvariabelen die nagaan of de auditor of iemand verbonden met de auditor non-auditdiensten uitvoert, (NA_1 en NA_2) kan de nulhypothese verworpen worden op 5% significantieniveau. Dummyvariabele BIG4 kan verworpen worden op 10% significantieniveau. Voor alle andere variabelen kan de nulhypothese niet verworpen worden. Een volgende stap is het interpreteren van de significante resultaten. Zowel NA_1 als NA_2 hebben een positief teken. Dit wil zeggen dat het gezamenlijk kopen van audit- en non-auditdiensten, zowel bij de auditor als iemand die ermee verbonden is, een positieve invloed heeft op de functionele dimensie. Hierdoor kunnen **hypothese 1a en 1b aanvaard** worden. Een mogelijke verklaring is dat de CEO veronderstelt dat indien de auditor of iemand ermee verbonden non-auditdiensten aanbiedt, deze informatie voor de auditor beschikbaar is wanneer hij de controledienst uitvoert. De CEO verwacht dus een hogere auditkwaliteit wanneer er non-auditdiensten aangeboden worden.

Als laatste zijn er nog de controlevariabelen BIG4 en $WN \leq 50$ die een significante invloed hebben op de functionele dimensie van de gepercipieerde auditkwaliteit. De richting van BIG4 komt alvast overeen met de verbanden uit de theorie. Hierin kwam naar voren dat de Big 4 bekwaamere werknemers kan aantrekken door zijn status en prestige (Kilgore et al., 2014), waardoor de verwachte auditkwaliteit van de Big 4 beter gepercipieerd zal worden door de CEO. $WN \leq 50$ is ook significant en geeft een indicatie van de grootte van de onderneming. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat een CEO van een onderneming tussen de 11 en de 50 werknemers beseft dat de boekhouding eenvoudiger is dan bij een grote onderneming (>50 werknemers) en een audit dus minder noodzakelijk.

9.1.2 Model 1b

Dit model heeft betrekking op de **sociale dimensie** van de gepercipieerde auditkwaliteit. Ook hier kan de nulhypothese, die stelt dat het model geen verklarende kracht heeft, verworpen worden op 1% significantieniveau (Tabel 16). De R^2 van dit model betreft 8,0% en de *adjusted* R^2 is 5,6%. Ook voor dit model zijn beide maatstaven niet hoog, maar op basis van tabel 16 mag de regressie uitgevoerd worden en mogen de resultaten geïnterpreteerd worden.

Tabel 16: ANOVA model 1b

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	446,504	14	31,893	3,301	,000
Residual	5120,414	530	9,661		
Totaal	5566,917	544			

Tabel 14 bevat de resultaten van de regressie. De nulhypothese, die stelt dat de coëfficiënt gelijk is aan nul, kan zowel bij BIG4 als $WN \leq 50$ verworpen worden op 1% significantieniveau. De hypothese bij NA_1 en LN_TA kan verworpen worden op 5% significantieniveau, NA_2 is niet significant.

Het interpreteren begint bij het aanbieden van non-auditdiensten door de auditor (NA_1). Deze variabele is positief en significant, wat wil zeggen dat het gezamenlijk aankopen van audit- en non-auditdiensten bij eenzelfde auditor ervoor zorgt dat de CEO denkt dat anderen de auditkwaliteit hoger percipiëren. **Hypothese 2a**, die een negatieve invloed veronderstelde, moet dus **verworpen** worden. Toch kan ook dit logisch verklaard worden. Indien een CEO van een onderneming zowel audit- als non-auditdiensten koopt bij dezelfde auditor, kan dit een signaal geven naar de buitenwereld dat hij alle informatie durft bloot te geven en dat hij dus niets te verbergen heeft. Aangezien dit een positief signaal voor de buitenwereld is, zal dit een positieve invloed hebben op de sociale dimensie van de gepercipieerde auditkwaliteit. De invloed van non-auditdiensten uitgevoerd door iemand verbonden met de auditor is niet significant, dus zal ook niet verder besproken worden. Dit maakt dat **hypothese 2b niet aanvaard** kan worden.

Ook onder de controlevariabelen zijn er nog een aantal significante variabelen. BIG4 is positief en significant, wat erop kan wijzen dat de CEO denkt dat belanghebbenden de auditkwaliteit beter percipiëren als er een Big 4 auditor aan te pas komt. Verder is ook het natuurlijk logaritme van de totale activa (LN_TA) positief en significant. Aangezien deze variabele een maatstaf van grootte van de onderneming is, kan de verklaring van Svanström (2013) hier doorgetrokken worden. Hij verklaarde immers dat grotere ondernemingen een ingewikkeldere boekhouding moeten voeren dan kleine ondernemingen (Svanström, 2013). Waardoor grote ondernemingen meer nood hebben aan een auditor. Als de CEO denkt dat belanghebbenden deze redenering ook volgen, kan dit verband hierdoor mogelijk verklaard worden. De laatste controlevariabele die significant is, is $WN \leq 50$. Aangezien deze variabele enkel geldt voor ondernemingen tussen de 11 en 50 werknemers, zijn dit eerder kleine

ondernemingen. De boekhouding zal dus eenvoudiger zijn dan bij een grote onderneming (>50 werknemers). Vandaar zou het kunnen dat belanghebbenden minder controle nodig achten dan bij een grote onderneming. Hierdoor daalt de sociale dimensie van auditkwaliteit gepercipieerd door de CEO.

9.1.3 Model 1c

Het volgende model meet de invloed van de non-auditdiensten op de **emotionele dimensie** van de gepercipieerde auditkwaliteit. Uit tabel 17 kan afgeleid worden dat dit model significant is op 5% significantieniveau. Dit is minder significant dan de vorige modellen, maar nog steeds voldoende om te besluiten dat de nulhypothese verworpen mag worden en er dus verdergegaan kan worden met het model. De R^2 bedraagt 4,3% en de *adjusted* R^2 1,8%.

Tabel 17: ANOVA model 1c

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	136,703	14	9,764	1,716	0,049
Residual	3015,646	530	5,690		
Totaal	3152,349	544			

Tabel 14 geeft de resultaten van de regressie weer. De onafhankelijke variabele die meet of er non-auditdiensten aangeboden worden door de auditor (NA_1) is niet significant, deze mag bijgevolg niet geïnterpreteerd worden. Hierdoor kan **hypothese 3a niet aanvaard** worden. De variabele die na gaat of er een invloed is van non-auditdiensten die uitgevoerd worden door iemand verbonden met de auditor op de emotionele perceptie van de CEO (NA_2) is wel significant op 5% significantieniveau. Bijgevolg mag deze wel geïnterpreteerd worden. De coëfficiënt is positief, wat betekent dat de **hypothese 3b aanvaard** kan worden. De hypothese werd opgesteld uit de veronderstelling dat de meeste CEO's het niet prettig vinden wanneer er iemand nieuw hun onderneming komt controleren. Een nieuwe auditor zou dus voor een minder aangenaam gevoel kunnen zorgen bij de CEO. Dit kan echter voorkomen worden wanneer er een non-auditdienst wordt uitgevoerd door iemand die in dezelfde onderneming als de auditor werkt. Hierdoor kan de CEO het gevoel krijgen dat de auditor niet zo onbekend is dan iemand die uit een volledig nieuwe omgeving komt. Dit heeft dus een positieve invloed op de sociale dimensie van de door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit.

Van de controlevariabelen is LN LENGTE positief en significant op 10% significantieniveau. Dit verband werd verwacht aangezien een langer mandaat van een auditor in een onderneming een positieve invloed heeft op het vertrouwen tussen de CEO en de auditor. Hierdoor zal de emotionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit stijgen.

9.1.4 Model 1d

Model 1d meet de **prijddimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit. Ook dit model (Tabel 18) is significant, ditmaal op 10% significantieniveau. Het mag dus ook gebruikt worden. De R^2 is 4,3% en de *adjusted* R^2 1,7% en heeft bijgevolg weinig verklarende kracht.

Tabel 18: ANOVA model 1d

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	87,487	14	6,249	1,681	,056
Residual	1970,762	530	3,718		
Totaal	2058,250	544			

De resultaten van de regressieanalyse (Tabel 14) tonen dat zowel de coëfficiënten van NA_1 als NA_2 niet significant zijn. Zowel het aanbieden van non-auditdiensten door de auditor als door iemand anders uit het auditkantoor, heeft in dit geval geen significante invloed. Dit wil zeggen dat ze niet geïnterpreteerd mogen worden en bijgevolg kunnen de vooropgestelde **hypotheses 4a en 4b niet aanvaard** worden. Controlevariabelen BIG4 en DIENST zijn significant op respectievelijk 10% en 5% significantieniveau. Opmerkelijk hier is dat de dummyvariabele BIG4 negatief is, dit is niet de richting die er verwacht wordt. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ondernemingen met een auditor van de Big 4 vaak grote ondernemingen zijn. De auditor heeft meer werk aan een grote onderneming dus de audit zal duurder zijn dan voor een kleinere onderneming. De kostprijs die de onderneming extra betaalt aan de Big 4-auditor is hoger dan het extra nut dat de Big 4-auditor oplevert. De andere variabele die significant is, is DIENST. CEO's van de dienstensector geven aan dat ze de prijddimensie van de auditkwaliteit hoger percipiëren dan CEO's uit de handel. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat een dienstenonderneming geen voorraad heeft die de auditor moet controleren. De prijs die de CEO voor de audit betaalt vindt hij dus meer correct dan bij handel.

9.2 Model 2

Model 2 gaat nog een stapje verder dan model 1. Model 2 wil niet alleen aantonen dat er een invloed is, maar wil ook aantonen dat naarmate de non-audit *fee* stijgt ten opzichte van de totale *fee*, de invloed op gepercipieerde auditkwaliteit verder toeneemt of afneemt, afhankelijk van de dimensie die op dat moment geëvalueerd wordt. Zo wordt er bij de functionele en emotionele dimensie een positieve invloed verwacht en bij de sociale dimensie en de prijddimensie een negatieve invloed vooropgesteld.

Tabel 19: Regressieresultaten model 2

	Model 2a	Model 2b	Model 2c	Model 2d
INTERCEPT	24,516***	8,195***	8,428***	3,946***
NASRATIO	4,159*	1,423*	,789	,246
BIG4	1,522*	1,042***	-,019	-,305
LN_TA	,349	,304**	,146	,109
ROA	-,051	1,523	,499	,861
SOLV	-1,657	-,623	,188	-,255
LN_LENGTE	,873	,251	,878*	,243
WN≤10	-2,615*	,030	-,561	,042
WN≤50	-1,929**	-,802**	-,364	-,171
DOCHTER	-,215	,092	,099	-,256
OWN	-1,057	,370	-,140	-,092
PROD	-,748	-,159	,258	-,258
BOUW	,427	,120	-,078	,277
DIENST	1,145	-,085	,386	,485**

*** significant op 1% significantieniveau

** significant op 5% significantieniveau

* significant op 10% significantieniveau

9.2.1 Model 2a

Model 2a gaat na wat er met de **functionele dimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit gebeurt wanneer de non-audit *fee* toeneemt ten opzichte van de totale *fee* (NASRATIO). Zoals bij voorgaande modellen is het belangrijk dat er eerst getest wordt of het model gebruikt mag worden (Tabel 20). Aangezien de p-waarde kleiner is dan 0,01 kan de nulhypothese verworpen worden op 1% significantieniveau en mag er dus verder op de resultaten vertrouwd worden. Ook in dit geval zijn de R^2 en *adjusted R*² niet erg groot. Ze bedragen respectievelijk 6,1% en 3,8%.

Tabel 20: ANOVA model 2a

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	2278,913	13	175,301	2,668	,001
Residual	34887,516	531	65,702		
Totaal	37166,429	544			

Het model (Tabel 19) kan nu verder geanalyseerd worden. De NASRATIO is significant op 10% significantieniveau. In dit geval is de ratio positief en dit is wat er ook verwacht werd uit de vooropgestelde hypothese. **Hypothese 1c** kan dus **aanvaard** worden. Het verband is logisch aangezien naarmate de non-auditdiensten stijgen de auditor volgens de theorie meer informatie kan verwerven van

zijn klant. Door die informatie kan hij ook zijn controledienst beter doen waardoor de CEO een hogere kwaliteit van de audit verwacht.

Controlevariabele BIG4 is opnieuw significant, ditmaal op 10% significantieniveau. Ook hier werd een positief verband verwacht dus de verklaring die in model 1a gebruikt werd, blijft hier van toepassing. Ook $WN \leq 10$ en $WN \leq 50$ zijn significant op respectievelijk 10% en 5% significantieniveau. Beide hebben een negatieve invloed op de functionele perceptie van auditkwaliteit. Hier kan verondersteld worden dat zeer kleine (≤ 10 werknemers) en kleine ondernemingen (> 10 en ≤ 50 werknemers) minder complex zijn dan ondernemingen met meer dan 50 werknemers. Het zou dus kunnen dat de CEO vindt dat er in deze ondernemingen gewoon minder nood is aan een audit.

9.2.2 Model 2b

Model 2b test wat er met de **sociale dimensie** van gepercipieerde auditkwaliteit gebeurt, indien de non-audit *fee* stijgt in vergelijking met de totale *fee* (NASRATIO). Ook dit model mag getest worden aangezien de nulhypothese, die stelt dat het model geen verklarende kracht heeft, verworpen kan worden op 1% significantieniveau (Tabel 21). De R^2 van dit model is 7,4% en de *adjusted* R^2 5,1%.

De belangrijkste variabele van dit model is de NASRATIO (Tabel 19). Deze is significant op 10% significantieniveau waardoor de hypothese, die stelt dat deze variabele geen verklarende kracht heeft in het model, verworpen kan worden. Het teken van de ratio is positief, waardoor **hypothese 2c verworpen** moet worden. In dit geval zal, wanneer de hoeveelheid non-auditdiensten stijgt ten opzichte van de auditdiensten door eenzelfde auditkantoor, de sociale dimensie van de gepercipieerde auditkwaliteit stijgen. Ook hier kan dezelfde verklaring gebruikt worden als bij model 1b. Indien de CEO meer non-auditdiensten bij eenzelfde auditkantoor aankoopt, zal hij denken dat belanghebbenden dit zien als een teken van vertrouwen omdat de onderneming haar gegevens durft bloot te geven. Hierdoor zal de perceptie bij belanghebbenden volgens de CEO stijgen, waardoor de sociale dimensie van de door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit toeneemt.

Ook hier zijn de controlevariabelen BIG4, LN_TA en $WN \leq 50$ significant op respectievelijk 1%, 5% en 5% significantieniveau. Aangezien de verbanden in dezelfde richting lopen als bij model 1b, mag de verklaring hier opnieuw gebruikt worden.

Tabel 21: ANOVA model 2b

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	411,878	13	31,683	3,264	,000
Residual	5155,039	531	9,708		
Totaal	5566,917	544			

9.2.3 Model 2c

Model 2c wil nagaan of de grootte van de *fee* van non-auditdiensten een invloed heeft op de **emotionele dimensie** van de door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit. Dit model is ook significant op 10% significantieniveau (Tabel 22). De R^2 bedraagt 3,7% en de *adjusted R*² 1,4%.

Tabel 22: ANOVA model 2c

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	117,156	13	9,012	1,577	,088
Residual	3035,193	531	5,716		
Totaal	3152,349	544			

De belangrijkste variabele is de onafhankelijke variabele NASRATIO. Uit de regressie (Tabel 19) kan opgemerkt worden dat deze niet significant is. Dit wil zeggen dat **hypothese 3c** alvast **niet aanvaard** kan worden. De controlevariabelen LN LENGTE is positief en significant op 10% significantieniveau. Een langere relatie met de auditor, wijst dus op meer vertrouwen in de auditor, met als gevolg een positieve invloed op de emotionele dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

9.2.4 Model 2d

Het laatste model dat besproken wordt, geeft de invloed van een stijging van non-auditdiensten op de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit weer. Het model is significant op 5% significantieniveau (Tabel 23), wat volstaat om het verder te analyseren. De R^2 is 4,1% en de *adjusted R*² 1,8%.

Tabel 23: ANOVA model 2d

	Som van de kwadraten	df	Mean Square	F	Sig.
Regressie	84,992	13	6,538	1,759	,046
Residual	1973,258	531	3,716		
Totaal	2058,250	544			

Ook in dit model (Tabel 19) is de NASRATIO niet significant. Hierdoor mag de coëfficiënt niet geïnterpreteerd worden en bijgevolg kan **hypothese 3d niet aanvaard** worden. De controlevariabele DIENST is significant op 5% significantieniveau en heeft een positieve invloed op de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit. Ook hier kan gesteld worden dat de CEO van een onderneming in de dienstensector de prijsdimensie hoger percipieert dan een CEO uit de handel. Dit kan komen doordat een dienst geen voorraad met zich meebrengt. De auditor zal in dit geval de voorraad dan ook niet moeten controleren, waardoor de auditor meer tijd kan spenderen aan de controle van andere gegevens uit de jaarrekening. Hierdoor zal de CEO de prijs van een audit in de dienstensector beter percipiëren dan die in de handel.

Hoofdstuk 10 Extra analyses

Hoewel model 1 en 2 hierboven al beschreven werden, toch kan het interessant zijn om meer inzicht te krijgen in de resultaten. Daarom werd er een extra analyse uitgevoerd op model 1.

In het theoretisch deel werd er al aangegeven dat meerdere onderzoekers onderzoek gedaan hebben naar de invloed van verschillende soorten non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit. Aangezien dit ook mogelijk is met de gegevens die uit de jaarrekeningen komen, is dit een interessante aanvullende analyse. In de jaarrekening van ondernemingen wordt een opsplitsing gemaakt tussen drie non-auditdiensten die zowel uitgevoerd kunnen worden door de auditor als iemand verbonden met de auditor. Het gaat dan om: andere controlediensten dan de wettelijke controle (CONTR1 en CONTR2), belastingadviesdiensten (BEL1 en BEL2) en andere non-auditdiensten (ANDERE1 en ANDERE2). De variabelen die hiervoor gebruikt werden, werden al besproken in tabel 7 en sectie 7.2.2.

Tabel 24 geeft de regressies weer voor de vier verschillende dimensies. Voor de functionele dimensie (kolom 1) geldt dat de belastingadviezen die worden gegeven door de auditor (BEL1) significant zijn op 5% significantieniveau. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat er veel kennis van de jaarrekening nodig is om een goed belastingadvies te geven, terwijl dit inzicht voor andere non-auditdiensten misschien minder noodzakelijk is. De CEO van een onderneming zal dit ook weten en daarom veronderstellen dat wanneer een auditor een belangadvies geeft, dit een positieve invloed heeft op de verwachte kwaliteit van de audit. De controlevariabele BIG4 is in dit geval opnieuw positief en significant. De CEO verwacht dus dat de kwaliteit van de audit beter zal zijn indien de auditor tot de Big 4 behoort. De variabele $WN \leq 50$ is negatief significant wat kan betekenen dat de CEO een audit minder noodzakelijk vindt voor kleine ondernemingen dan voor grote ondernemingen.

Bij de sociale dimensie (kolom 2) zijn ook enkel de belastingadviezen van de auditor (BEL1) significant. Het zou kunnen dat de CEO denkt dat anderen het positief vinden als er een belastingadvies door de auditor wordt uitgevoerd. Een verklaring voor dit verband is dat een auditor, die een belastingadvies moet geven, al wat inzicht in de jaarrekening moet hebben. Indien de CEO de audit daarna door dezelfde persoon laat uitvoeren, betekent dit dat hij de gegevens van de onderneming durft bloot te geven. Dit geeft het signaal dat hij niets te verbergen heeft, waardoor de CEO het gevoel heeft dat de buitenwereld hier positief op reageert.

Ook bij deze dimensie is BIG4 een positieve controlevariabele. Dit kan betekenen dat de CEO vermoedt, dat wanneer hij klant is bij een kantoor van de Big 4, dit een positieve invloed heeft op wat andere mensen denken over de kwaliteit van de audit. Een Big 4 auditor zorgt dus voor een positieve invloed op de sociale dimensie van de door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit. Ook de twee maatstaven voor grootte van de onderneming zijn significant. Het gaat dan om de variabelen: LN_TA en $WN \leq 50$. Ze geven de indicatie dat grotere ondernemingen meer nood hebben aan een audit. Voor LN_TA betekent dit concreet dat naarmate de totale activa stijgen, de grootte van de onderneming toeneemt. De CEO kan bijvoorbeeld verwachten dat belanghebbenden bij een onderneming met meer activa een complexere boekhouding veronderstellen. Hierdoor zal de nood voor een goede

controle hoger zijn dan bij een onderneming met minder activa. Dezelfde conclusie kan getrokken worden voor een onderneming met minder dan 50 werknemers. Dit is een kleine onderneming dus ten opzichte van een onderneming met meer dan 50 werknemers zal de nood om een audit te laten uitvoeren, kleiner zijn. Het is dus mogelijk dat de CEO in dit geval verwacht dat ook anderen dit zo percipiëren.

Kolom 3 van tabel 24 geeft de emotionele dimensie weer. Deze geeft aan dat zowel belastingadviezen uitgevoerd door de auditor (BEL1) als iemand die ermee verbonden is (BEL2), op een positieve emotionele perceptie van de CEO mogen rekenen. Stel dat een auditor, of iemand die ermee verbonden is, een belastingadvies geeft aan een onderneming. In dat geval zal de CEO een beter gevoel hebben wanneer de auditor de controledienst komt uitvoeren. Dit komt omdat er voor een belastingadvies de nodige kennis vereist is over de jaarrekening, hierdoor zal de CEO meer vertrouwen krijgen in de auditor voor de auditdienst. Ook controlevariabele LN LENGTE is positief. Dit wijst erop dat naarmate een auditor langer in dienst is van een onderneming, de CEO meer vertrouwd zal raken met de auditor en er dus een beter gevoel aan de audit zal overhouden.

Voor de prijsdimensie geldt dat er geen enkele non-auditdienst significant is. Controlevariabele DIENST is wel significant en positief. Ook hier kan de veronderstelling gemaakt worden dat een CEO van de dienstensector de prijs van een audit beter percipieert dan een CEO van een onderneming uit de handel. Dit komt omdat er bij de dienstensector geen voorraad is. De auditor zal die dus ook niet moeten controleren, waardoor de CEO het idee krijgt dat er meer tijd is voor andere controletaken en hij de prijsdimensie dus hoger percipieert.

Tabel 24: Regressieresultaten model 3

	Model 3a	Model 3b	Model 3c	Model 3d
INTERCEPT	24,210***	8,185***	8,285***	3,851***
CONTR1	1,598	,586	-,338	-,163
BEL1	3,934**	1,824***	,845*	,340
ANDERE1	,447	,180	-,001	,235
CONTR2	13,212	4,572	1,703	2,089
BEL2	1,687	-,076	,662**	,220
ANDERE2	,911	,380	,069	-,205
BIG4	1,603**	1,137***	-,035	-,291
LN_TA	,338	,300**	,149	,113
ROA	-,412	1,555	,529	,831
SOLV	-1,571	-,622	,193	-,234
LN_LENGTE	,927	,252	,893*	,229
WN≤10	-2,248	,142	-,501	,048
WN≤50	-1,948**	-,861***	-,349	-,183
DOCHTER	-,343	,075	,090	-,245
OWN	-,913	,386	-,100	-,072
PROD	-,636	-,130	,291	-,265
BOUW	,403	-,006	-,027	,279
DIENST	1,262	-,037	,414	,487**

*** significant op 1% significantieniveau

** significant op 5% significantieniveau

* significant op 10% significantieniveau

Hoofdstuk 11 Conclusie

In dit laatste deel zal de algemene conclusie van het onderzoek beschreven worden. Eerst zullen de conclusie en bijdrage van deze masterproef besproken worden, daarna welke beperkingen het onderzoek met zich meebracht en als laatste zullen er enkele aanbevelingen gedaan worden voor verder onderzoek.

11.1 Conclusie

Het opzet van dit onderzoek is achterhalen welke invloed van het aanbieden van non-auditdiensten heeft op door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit in Belgische private ondernemingen. In vergelijking met de reële auditkwaliteit is dit soort onderzoek relatief onbekend. De onderzoeken die al gevoerd zijn, werden meestal op beursgenoteerde ondernemingen gedaan, maar private ondernemingen vereisen een andere aanpak. Hier mag ook nog eens onderstreept worden dat (gepercipieerde) auditkwaliteit in private ondernemingen ook erg belangrijk is aangezien niet alleen aandeelhouders maar ook andere belanghebbenden gebruik maken van de jaarrekening. Aan de hand van de vier deelvragen en het empirisch deel is het de bedoeling om een antwoord op de centrale onderzoeksvraag te formuleren.

De eerste deelvraag gaf een inleiding over audit en auditkwaliteit. Voor een externe audit is het belangrijk om te weten dat deze enkel verplicht is voor grote vennootschappen. Andere ondernemingen kunnen er vrijwillig voor kiezen om een auditor aan te stellen. Dit is dan ook wat sommige ondernemingen doen, want een auditor zorgt ervoor dat de financiële gegevens correct tot bij belanghebbenden komen. Om de financiële gegevens correct tot bij de *stakeholders* te krijgen is het belangrijk dat de auditor onafhankelijk en competent is in feite. Dit zorgt ervoor dat de werkelijke auditkwaliteit hoog is. De belanghebbenden kunnen op hun beurt de informatie gebruiken om acties te ondernemen. Het is dan niet alleen belangrijk dat de informatie correct is, maar ook dat de belanghebbenden hierop vertrouwen. Indien de perceptie over de auditkwaliteit fout is, kan dit tot foute beslissingen leiden. Zo zou het kunnen dat de werkelijke auditkwaliteit hoog is, maar dat de perceptie, waardoor de *stakeholder* uiteindelijk zal beslissen, laag is. Hierdoor zal deze persoon een bepaalde actie niet ondernemen, terwijl de werkelijke auditkwaliteit dit wel toeliet. Dit wil zeggen dat beide soorten auditkwaliteit gelijk moeten zijn om goede beslissingen te kunnen nemen. Dit kan natuurlijk alleen indien de auditor onafhankelijk en competent is in zowel feite als in schijn.

De onafhankelijkheid en competentie in feite en in schijn kunnen beïnvloed worden door een aantal factoren. Eén daarvan zijn de non-auditdiensten. Deze werden door de wetgever al ingeperkt bij beursgenoteerde vennootschappen, maar deze wetgeving is vaak niet van toepassing op alle private bedrijven. Hierdoor kunnen deze ondernemingen gewoon hun gang kunnen blijven gaan. Nu dit geweten is, kan er onderzocht worden wat de invloed is van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit in private bedrijven.

Zoals eerder aangehaald werden de meeste onderzoeken, op het onderzoek van Svanström na, uitgevoerd op beursgenoteerde ondernemingen. Svanström maakt gebruik van private ondernemingen

net zoals dat in dit onderzoek is gebeurd. Zijn onderzoek vormde dus een goede basis om aan deze masterproef te beginnen. Het grote verschil tussen zijn onderzoek en dit onderzoek is dat hij gebruik maakt van een unidimensionele schaal van perceptie, terwijl in dit onderzoek de perceptie werd opgesplitst in vier dimensies.

Voor elk van de vier dimensies werden er hypothesen opgesteld die de invloed van de non-auditdiensten op die bepaalde dimensie op de door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit nagaan. De eerste twee hypothesen stellen dat er een positieve invloed is van het aanbieden van non-auditdiensten, door enerzijds de auditor en anderzijds iemand die verbonden is met de auditor, op de functionele dimensie van de gepercipieerde auditkwaliteit. In dit onderzoek kunnen aanwijzingen gevonden worden om dit te bevestigen. Ook de hypothese die stelt dat naarmate de non-auditdiensten stijgen, de verwachte kwaliteit van de audit door de CEO toeneemt, blijkt overeen te komen met de resultaten van de steekproef. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat indien de auditor non-auditdiensten aanbiedt, de CEO het gevoel heeft dat de auditor voor het uitvoeren van de auditdiensten toegang heeft tot extra informatie. Dit leidt tot een hogere verwachte auditkwaliteit bij de CEO.

De volgende hypothesen gaan over de sociale dimensie. Ook hier wordt er getest in welke richting de invloed loopt en of de invloed groter wordt naarmate de non-audit *fee* stijgt. Er is volgens de CEO sprake van een positieve invloed van de non-auditdiensten op de perceptie van auditkwaliteit door *stakeholders*. Deze invloed blijkt ook groter te worden naarmate de non-audit *fee* stijgt. Aangezien dit verband niet verwacht werd, moest de hypothese verworpen worden. Toch is hier ook een verklaring voor. Indien de CEO zowel audit- als non-auditdiensten aankoopt bij dezelfde auditor, kan dit een gunstig signaal geven naar de belanghebbenden. Zij kunnen immers denken dat de onderneming niets te verbergen heeft aangezien de CEO alle informatie durft vrij te geven.

Voor de resultaten die betrekking hebben op de emotionele dimensie geldt dat er enkel een positief verband is tussen het aanbieden van non-auditdiensten door iemand die verbonden is met de auditor. Dit kan komen doordat de CEO vertrouwd geraakt met het auditkantoor, waardoor hij zich meer op zijn gemak zal voelen bij een auditor die uit hetzelfde auditkantoor komt dan wanneer de personen uit verschillende ondernemingen zouden komen.

De invloed van non-auditdiensten op de prijsdimensie van gepercipieerde auditkwaliteit is niet significant. Dit wil dus zeggen dat de hypothesen niet aanvaard konden worden en dat er dus ook geen indicatie is van de richting van de invloed van non-auditdiensten op deze dimensie van gepercipieerde auditkwaliteit.

11.2 Bijdragen van het onderzoek

Zoals reeds meerdere keren werd aangehaald is het onderzoeksdomein van de gepercipieerde auditkwaliteit relatief onbekend. De onderzoekers die zich tot hiertoe aan dit onderwerp gewaagd hebben, vinden tegenstrijdige resultaten en het gaat dan vooral over onderzoek in de Verenigde Staten of het Verenigd Koninkrijk. Onderzoek in Europa komt veel minder vaak voor. Dit onderzoek kan dus

bijdragen aan de weinige onderzoeken die in Europa en meer specifiek in België gevoerd werden. Ook werd onderzoek meestal gedaan bij beursgenoteerde ondernemingen, terwijl dit onderzoek zich heeft beziggehouden met private ondernemingen. Aangezien ook *stakeholders* van private ondernemingen beslissingen moeten nemen op basis van de jaarrekening, is het ook belangrijk dat de (gepercipieerde) auditkwaliteit van private ondernemingen onderzocht wordt.

Verder werd in dit onderzoek de door de CEO gepercipieerde auditkwaliteit nagegaan. Ook deze zijde van perceptie is relatief nieuw. De meeste andere studies focussen zich op de gepercipieerde auditkwaliteit bij investeerders. Deze studie kan dus ook een nieuwe kijk op de perceptie van auditkwaliteit bieden.

Een laatste bijdrage van dit onderzoek is dat gepercipieerde auditkwaliteit voor het eerst gemeten wordt aan de hand van vier dimensies. Deze werden in de marketingliteratuur opgesteld door Sweeney en Soutar (2001). Volgens hun bestaat perceptie uit een functionele, sociale, emotionele en prijsdimensie in plaats van één allesomvattende dimensie. Door de gepercipieerde auditkwaliteit op te splitsen in meerdere dimensies kan er meer inzicht verkregen worden in de manier waarop een perceptie wordt gevormd. Dit kan dan gebruikt worden om te bepalen hoe de gepercipieerde auditkwaliteit afgestemd kan worden op de werkelijke.

11.3 Beperkingen van het onderzoek

Zoals elk onderzoek heeft ook dit onderzoek enkele beperkingen. De voornaamste zullen hieronder opgesomd worden.

In de resultaten werd al aangehaald dat de variantie van de gepercipieerde auditkwaliteit, die verklaard wordt door de onafhankelijke variabelen en controlevariabelen, erg klein is. Hieruit kan afgeleid worden dat er nog veel controlevariabelen niet gekend zijn, die een invloed kunnen hebben op de gepercipieerde auditkwaliteit. Ook kan het zijn dat er andere controlevariabelen een grotere invloed hebben, maar dat ze in dit onderzoek niet gebruikt werden. Doordat deze potentieel belangrijke variabelen niet werden opgenomen, zou het kunnen dat de regressieresultaten vertekend zijn. Er bestaat dus een mogelijkheid tot *omitted variable bias*.

Een andere beperking is dat er slechts 740 CEO's van private Belgische ondernemingen de vragenlijst hebben ingevuld terwijl er 8662 e-mails verstuurd werden. Dit is een responsgraad van 8,54%, wat niet erg hoog is. Het onderzoek hernemen bij een grotere steekproef kan dus aangewezen zijn.

Een laatste, maar zeker niet onbelangrijk element is dat gepercipieerde auditkwaliteit voor het eerst bij de CEO in dimensies gemeten wordt. Het is dus een eerste, verkennend onderzoek, waardoor de resultaten niet erg concreet zijn. De resultaten van de CEO zouden ook een heel ander beeld kunnen geven dan wanneer de perceptie van een andere belanghebbende geanalyseerd zou worden. De CEO heeft een andere kijk op de auditkwaliteit dan de buitenstaanders hebben. Ondanks dat deze resul-

taten een indicatie kunnen geven van gepercipieerde auditkwaliteit van de CEO kunnen ze waarschijnlijk niet doorgetrokken worden naar alle belanghebbenden, waardoor verder onderzoek noodzakelijk is.

11.4 Aanbevelingen voor verder onderzoek

Het onderzoek van deze masterproef is slechts een beperkt onderzoek dat nog veel verder uitgebreid kan worden. In 11.3 werd aangehaald dat de vragenlijst door de CEO werd ingevuld en dit een andere perceptie kan opleveren dan bij andere belanghebbenden. Het is dus belangrijk dat verder onderzoek nagaat of de perceptie bij de andere belanghebbenden hetzelfde is als die van de CEO. Dit kan door een soortgelijke vragenlijst voor te leggen aan groepen van belanghebbenden. Per groep kan er dan een besluit genomen worden, waarna er een algemene conclusie over de gepercipieerde auditkwaliteit kan volgen.

Ook werd gepercipieerde auditkwaliteit aan de hand van de vier dimensies in de publieke sector in België nog nooit onderzocht. Het zou interessant kunnen zijn om beide resultaten naast elkaar te leggen en te kunnen vergelijken.

Als laatste kan dit onderzoek nog aangevuld worden met interviews die worden afgenomen bij enkele CEO's en andere belanghebbenden om zo meer diepgang te krijgen in de resultaten.

Hoofdstuk 12 Referentielijst

- Aljifri, K. (2007). Measurement and Motivations of Earnings Management: A Critical Perspective [Elektronische versie]. *Journal of Accounting, Business & Management*, 14, 75-95.
- Anno, E., (2009). De invloed van auditor rotatie op audit kwaliteit in Continentaal Europa. Opgevraagd op 20 april, 2016, via http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/392/315/RUG01-001392315_2010_0001_AC.pdf
- Antle, R., Gordon, E., Narayanamoorthy, G., & Zhou, L. (2006). The joint determination of audit fees, non-audit fees, and abnormal accruals [Elektronische versie]. *Review of Quantitative Finance & Accounting*, 27(3), 235-266
- Aronmwan, E., Ashafoke, T., Mgbame, C. (2013). Audit Firm Reputation and Audit Quality [Elektronische versie]. *European Journal of Business and Management*, 5(7), 66-75.
- Ashbaugh, H., LaFond, R., Wayhew, B. W., (2003). Do Nonaudit Services Compromise Auditor Independence? Further Evidence [Elektronische versie]. *The Accounting Review*, 78(3), 611-639.
- Bell, T., Causholli, M., Knechel, W. R. (2015). Audit Firm Tenure, Non-Audit Services, and Internal Assessments of Audit Quality [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 53(3), 461-509.
- Breesch, D. (2014). Europese audithervorming beperking niet-auditdiensten [Elektronische versie]. *Taks, Audit & Accountancy*, 9(45), 16-28.
- Breesch, D., Hardies, A. (2014). *Het verband tussen niet-auditdiensten en auditkwaliteit. Empirische studie voor de Belgische auditmarkt*. Antwerpen: Maklu-Uitgevers nv
- Bureau van Dijk (z.d.) *Bel-First: Financiële en economische informatie over bedrijven in België en Luxemburg*. Opgevraagd op 23 maart, 2017, via <http://www.bvdinfo.com/nl-be/our-products/company-information/national-products/bel-first>
- Carcello, J., Hermanson, R., & McGrath, N. (1992). Audit Quality Attributes: The Perceptions of Audit Partners, Preparers, and Financial Statement User [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 11(1).
- Chung, H., & Kallapur, S. (2003). Client Importance, Nonaudit Services, and Abnormal Accruals [Elektronische versie]. *Accounting Review*, 78(4), 931-955.
- DeAngelo, L. (1981). Auditor Size and audit Quality [Elektronische versie]. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183-199.

- Defond, M. L., Raghunandan, K., & Subramanyam, K. R. (2002). Do Non-Audit Service Fees Impair Auditor Independence? Evidence from Going Concern Audit Opinions [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 40(4), 1247-1274.
- Deis, D. R., & Giroux, G. A. (1992). Determinants of Audit Quality in the Public Sector [Elektronische versie]. *The Accounting Review*, 67(3), 462-479.
- Dodds, W., Monroe, K. & Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations [Elektronische versie]. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Dries, R., Van Brussel, L. & Willekens M. (2011). *Handboek Auditing*. (3^{de} druk). Antwerpen: Intersentia.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4^{de} druk). Londen: Sage Publications.
- Francis, J. R., & Ke, B. (2006). Disclosure of Fees Paid to Auditors and Market Valuation of Earnings Surprises [Elektronische versie]. *Review of Accounting Studies*, 11(4), 495-523.
- Frankel, R., Johnson, M., & Nelson, K. (2002). The Relation between Auditors' Fees for Nonaudit Services and Earnings Management [Elektronische versie]. *The Accounting Review*, 77, 71-105.
- Ghosh, A., Kallapur, S., & Moon, D. (2009). Audit and non-audit fees and capital market perceptions of auditor independence [Elektronische versie]. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(5), 369-385.
- Gul, F. A., Jaggi, B., & Krishnan, G. (2007). Auditor Independence: Evidence on the Joint Effects of Auditor Tenure and Nonaudit Fees [Elektronische versie]. *Auditing*, 26(2), 117-142.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. (7^{de} druk). Harlow: Pearson.
- Havlena, W. J. & Holbrook, M. B. (1986). The Varieties of Consumption Experience: Comparing Two Typologies of Emotion in Consumer Behavior [Elektronische versie]. *Journal of Consumer Research*, 13(3), 394-404.
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2003). The Fall of Enron [Elektronische versie]. *The Journal of Economic Perspectives*, 17(2), 3-26.
- Higgs, J. L., & Skantz, T. R. (2006). Audit and nonaudit fees and the market's reaction to earnings announcement [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 25(1), 1-26.
- Hogan, C. E., & Jeter, D. C. (1999). Industry specialization by auditors [Elektronische versie]. *Auditing*, 18(1), 1-17.

Hu, H.-H., Kandampully, J., & Juwaheer, T. D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study [Elektronische versie]. *The Service Industries Journal*, 29(2), 111-125.

Instituut van de Bedrijfsrevisoren (z.d.). *Wet van 7 december 2016 tot organisatie van het beroep van en het publiek toezicht op de bedrijfsrevisoren*. Opgevraagd op 20 mei, 2017, via https://www.ibr-ire.be/nl/het_instituut/actualiteit/europees/Documents/27-03-2017-Slides-audit-hervorming-DEF.pdf

Jenkins, J. G., & Krawczyk, K. (2001). The Influence of Nonaudit Services On Perceptions Of Auditor Independence [Elektronische versie]. *Journal of Applied Business Research*, 17(3), 73-78.

Kilgore, A., Harrison, G., & Radich, R. (2014). Audit quality: what's important to users of audit services [Elektronische versie]. *Managerial Auditing Journal*, 29(9), 776-799.

Kim, H., Lee, H., & Lee, J. E. (2015). Mandatory Audit Firm Rotation And Audit Quality [Elektronische versie]. *The Journal of Applied Business Research*, 31(3), 1089-1106.

Kinney, W. R., Palmrose, Z. V., & Scholz, S. (2004). Auditor Independence, Non-audit Services, and Restatements: Was the U.S. Government Right? [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 42(3), 561- 588.

Krauss, P., & Zülch, H. (2013). Non-Audit Services And Audit Quality: Blessing Or Curse [Elektronische versie]. *The Journal of Applied Business Research*, 29(2), 305-325.

Krishnan, J., Sami, H., & Zhang, Y. (2005). Does the Provision of Nonaudit Services Affect Investor Perceptions of Auditor Independence [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 24, 111-135.

Larcker, D. F., & Richardson, S. A. (2004). Fees Paid to Audit Firms, Accrual Choices, and Corporate Governance [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 42(3), 625-658.

Lawrence, A., Minutti-Meza, M., & Zhang, P. (2011). Can Big 5 versus Non-Big 4 Differences in Audit-Quality Proxies be Attributed to Client Characteristics? [Elektronische versie]. *The Accounting Review*, 84(1), 259-286.

Legal Information Institute (z.d.). *U.S. Code § 7201 – Definitions*. Opgevraagd op 5 april, 2016, via <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/7201>

Lim, C. Y., & Tan, H. T. (2008). Non-audit Service Fees and Audit Quality: The Impact of Auditor Specialization [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 46(1), 199-246.

Lindberg, D. L., & Beck, F. D. (2004). Before and After Enron: CPAs' Views on Auditor Independence [Elektronische versie]. *The CPA Journal*, 74(11), 36-39.

Lowensohn, S., Johnson, L.E., Elder, R.J. & Davies, S.P. (2007). Auditor specialization, perceived audit quality, and audit fees in the local government audit market [Elektronische versie]. *Journal of Accounting and Public Policy*, 26(6), 705-732.

Magerotte, A., & De Wolf, J. (2016). Europese Auditverordening van Toepassing vanaf 17 juni 2016. Opgevraagd op 27 november 2015, via <http://www.eubelius.com/nl/spotlight/europese-auditverordening-van-toepassing-vanaf-17-juni-2016>

Mercken, R. (2014). *Internationale controlestandaarden* [cursustekst]. Universiteit Hasselt, Departement Diepenbeek.

Nationale Bank van België (z.d.). *Over de Balanscentrale*. Opgevraagd op 23 maart, 2017, via <https://www.nbb.be/nl/balanscentrale/over-de-balanscentrale>

Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions [Elektronische versie]. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.

Pott, C., Mock, T. J., Watrin, C. (2009). Review of empirical research on rotation and non-audit services: auditor independence in fact vs. appearance [Elektronische versie]. *Journal für Betriebswirtschaft*, 58, 209-239.

Quick, R., & Warming-Rasmussen, B. (2009). Auditor Independence and the Provision of Non-Audit Services: Perceptions by German Investors [Elektronische versie]. *International Journal of Auditing*, 13(2), 141-162.

Quick, R., & Warming-Rasmussen, B. (2015). An Experimental Analysis of the Effects of Non-audit Services on Auditor Independence in Appearance in the European Union: Evidence from Germany [Elektronische versie]. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 26(2), 150-187.

Reynolds, J. K., Deis, J. D. R., & Francis, J. R. (2004). Professional Service Fees and Auditor Objectivity [Elektronische versie]. *Auditing*, 23(1), 29-52.

Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M. & Moliner, M. A. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product [Elektronische versie]. *Tourism Management*, 27(3), 394-409.

Sarens, G., Reheul, A.-M., Van Caneghem, T., De Vlaminck, N., & Dierick, J. (2012). *De rol van de bedrijfsrevisor in bedrijven die niet verplicht zijn een bedrijfsrevisor aan te stellen*. Antwerpen: Maklu.

Sheth, J., N., Newman, B. I., & Gross B. L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values [Elektronische versie]. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.

- Simunic, D. A. (1984). Auditing, Consulting, and Auditor Independence [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 22(2), 679-702.
- Stock, J. H., & Watson, M. M. (2012). *Introduction to Econometrics*. (3^{de} druk). England: Pearson.
- Svanström, T. (2013). Non-audit Services and Audit Quality: Evidence from Private Firms [Elektronische versie]. *European Accounting Review*, 22(2), 337-366.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale [Elektronische versie]. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Tepalagul, N. & Lin, L. (2015). Auditor Independence and Audit Quality: A Literature Review [Elektronische versie]. *Journal of Accounting*, 30(1), 101-121.
- Van Geel, C. (2014). *Europa publiceert regelgeving voor ingrijpende audithervorming*. Opgevraagd op 2 november, 2016, via <http://www.legalworld.be/legalworld/content.aspx?id=76416&Lang-Type=2067>
- van Kempen (2013). *Onafhankelijkheid in schijn*. Opgevraagd op 15 december, 2016, via <https://www.accountant.nl/opinie/2013/7/onafhankelijkheid-in-schijn/?ctx=author-3312>
- Watts, R. L. , & Zimmerman, J. L. (1981). *The markets for independence and independent auditors*. Opgevraagd op 28 februari, 2016, via <https://urresearch.rochester.edu/institutionalPublicationPublicView.action?institutionalItemId=4475>.
- Wetboek van Vennootschappen* (2016). Opgevraagd op 5 april, 2016, via http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1999050769&table_name=wet
- Woo, K.-s, & Ennew, C.T. (2005). Measuring business-to-business professional service quality and its consequences [Elektronische versie]. *Journal of Business Research*, 58(9), 1178-1185.
- Zeithalm, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence [Elektronische versie]. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zekany, K. E., Braun, L. W., & Warder, Z. T. (2004). Behind Closed Doors at WorldCom: 2001 [Elektronische versie]. *Issues in Accounting Education*, 19(1), 101-117.
- Zhang, B., & Emanuel, D. (2008). The provision of non-audit services and earnings conservatism: Do New Zealand auditors compromise their independence? *Accounting Research Journal*, 21(2), 195-221.

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:
De invloed van het aanbieden van non-auditdiensten op de gepercipieerde auditkwaliteit in private bedrijven

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen: handelsingenieur-accountancy en financiering**
Jaar: **2017**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Bauvois, Véronique

Datum: **28/05/2017**