



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

Masterthesis

De invloed van de CEO op het verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor

Sofie Schruers

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting accountancy, financiering en fiscaliteit

PROMOTOR :

Prof. dr. Tensie STEUJVERS



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be
Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2018
2019



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

Masterthesis

De invloed van de CEO op het verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor

Sofie Schruers

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting accountancy, financiering en fiscaliteit

PROMOTOR :

Prof. dr. Tensie STEIJVERS

Woord vooraf

Deze masterproef is tot stand gekomen in het kader van de opleiding Handelswetenschappen – Accountancy, Financiering en Fiscaliteit, met de *track* Accountancy, aan de Universiteit Hasselt. Door mijn interesses in accountancy en auditing, heb ik besloten om een masterproef uit te werken met als titel 'De invloed van de CEO op het verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor'. Het schrijven van deze masterproef was in zekere zin een uitdaging die veel tijd en inzet van mij vroeg. Daarnaast zou het mij nooit gelukt zijn om dit tot een goed einde te brengen zonder de hulp van een aantal personen die ik via deze weg graag wil bedanken.

In de eerste plaats zou ik graag mijn dank willen uiten aan mijn promotor Prof. dr. Tensie Steijvers. Zij heeft veel tijd besteed aan het nalezen van deze masterproef en ze was bovendien altijd beschikbaar indien ik met een vraag zat. Haar opbouwende kritiek en suggesties hebben bijgedragen aan de kwaliteit van deze masterproef. Ook wil ik in bijzonder de aandacht vestigen op dr. Maarten Corten voor de terbeschikkingstelling van data voor de uitwerking van deze masterproef.

Vervolgens zou ik ook graag mijn ouders en zussen willen bedanken voor de hulp, de steun en het luisterend oor tijdens het uitwerken van deze masterproef. Bovendien had ik zonder hen ook nooit mijn opleiding met succes kunnen voltooien.

Tot slot wil ik nog graag mijn medestudenten, mijn vriendinnen en mijn vriend Davy in de bloemetjes zetten voor de leuke studentenjaren en de ontspanning op de gepaste momenten.

Sofie Schruers

Diepenbeek, juni 2019

Samenvatting

Hoewel familiebedrijven een wereldwijde economische impact hebben, blijft de auditvraag binnen deze bedrijven een relatief niet-ontdekt domein (Schulze, Lubatkin, Dino & Buchholtz, 2001). De reden hiervoor ligt in het feit dat de toegevoegde waarde van een externe auditor voor een privaat familiebedrijf lange tijd werd gezien als minimaal. Echter, blijkt uit recente studies dat de aanwerving van een externe auditor wel degelijk een meerwaarde is voor een familiebedrijf (Corten, Steijvers & Lybaert, 2017a).

Berustend op de traditionele *agency theory*, zullen eigenaars en managers binnen een bedrijf handelen uit eigenbelang. Informatieasymmetrie ligt hier aan de oorzaak. Meer specifiek, het management zal niet altijd de belangen van de eigenaar(s) nastreven, waardoor *agency* conflicten ontstaan tussen beide partijen. Een auditor speelt namelijk een meerwaarde door de informatieasymmetrie tussen beide partijen te minimaliseren, want in een audit wordt de jaarrekening van een bedrijf, die het management ten behoeve van de eigenaars opstelt, gecontroleerd op mogelijke materiële fouten en/of onregelmatigheden. Bijgevolg zullen de aanwezige *agency* conflicten afnemen (Branson, Breesch & Hardies, 2017).

Bovendien veronderstelt de *agency theory* dat familiebedrijven minimale of zelfs geen *agency* conflicten bevatten, omwille van de rollen van manager en eigenaar vaak door elkaar lopen binnen familiebedrijven (Jensen & Meckling, 1976; Poza & Daugherty, 2014). Niets is minder waar, want een recenter onderzoek toont aan dat er zich wel degelijk *agency* conflicten kunnen voordoen in familiebedrijven. De oorzaak van deze conflicten kunnen worden toegewezen aan verschillen in belangen tussen de familieleden (Schulze, Lubatkin & Dino, 2003a), maar ook emoties en gevoelens spelen een rol (Corten et al., 2017a).

In dit onderzoek zal er verder worden ingepikt op de belangenconflicten tussen familieleden, ook wel intrafamiliale *agency* conflicten genoemd. Er wordt verondersteld dat hoe meer de belangen tussen de familieleden verschillen, hoe lager de familiale cohesie zal zijn. Daardoor neemt het aantal meningsverschillen toe. Ook hier kan een externe (kwaliteitsvolle) auditor een meerwaarde zijn door op te treden als onafhankelijke adviseur binnen het familiebedrijf en op die manier de familieleden te wijzen op het nemen van economisch rationele beslissingen in plaats van opportunistisch gedrag te vertonen (Collin, Ahlberg, Berg, Broberg & Karlsson, 2017). Er kan dus worden verondersteld dat lage familiale cohesie gerelateerd is aan een hogere auditvraag en omgekeerd.

De aanwezigheid van intrafamiliale *agency* conflicten in een familiebedrijf betekent niet noodzakelijk dat een externe auditor zal worden aangesteld. Uit onderzoek naar de meningen van auditors blijkt dat het management (CEO of CFO) de meeste invloed heeft op het al dan niet aanwerven van een externe auditor (Cohen, Krishnamoorthy & Wright, 2010). Zo kan de CEO de komst van een externe auditor tegenwerken, wanneer hij/zij het nut er niet van in ziet of wanneer hij/zij schrik heeft dat zijn/haar ondermaatse prestaties zullen worden onthuld (Branson et al., 2017). Ook de kostprijs van een audit kan een reden zijn om geen beroep te doen op een externe auditor (Corten, Steijvers & Lybaert, 2017b). Dit zijn allemaal elementen die de negatieve perceptie van de CEO ten opzichte het nut van auditing versterken. Bijgevolg wordt in deze studie onderzocht of de negatieve perceptie van

de CEO de komst van een externe auditor tegenhoudt, ook al is er een hoog aantal intrafamiliale *agency* conflicten.

Aan de hand van data verkregen uit een eerder onderzoek gedaan door Corten et al. (2017a), werden statistische testen toegepast om bovenstaande stellingen te onderzoeken. De eerste stelling omtrent het negatieve verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor kon worden bevestigd. Hierdoor kan worden geconcludeerd dat weinig samenhangende families in familiebedrijven de vraag naar een auditor doen stijgen. Daarentegen de stelling over de negatieve perceptie van de CEO die het negatieve verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor zou afzwakken, werd niet bevestigd uit de resultaten van de statistische testen.

Inhoudsopgave

Woord vooraf.....	
Samenvatting	
Inhoudsopgave	
1. Probleemstelling.....	1
2. Theorie en hypotheses	5
2.1 Wat is een audit en waarom is een onafhankelijke audit belangrijk?	5
2.2 Wat is een kwaliteitsvolle audit en de link met <i>Big 4</i> ?	6
2.3 Familiebedrijven en de vraag naar auditing.	8
2.4 Intrafamiliale <i>agency</i> conflicten binnen familiebedrijven.....	9
2.5 Lage familiale cohesie als indicator voor intrafamiliale <i>agency</i> conflicten	11
2.6 De perceptie van de CEO inzake het nut van auditing als moderatie-effect.	12
3. Data en methodologie.....	15
3.1 Data.....	15
3.2 Variabelen	16
3.2.1 Afhankelijke variabele	16
3.2.2 Verklarende variabele	16
3.2.3 De moderator.....	17
3.2.4 De controlevariabelen	21
3.3 Model	22
4. Resultaten.....	23
4.1 Beschrijvende statistieken en correlaties.....	23
4.2 Hypotheses testen	27
4.3 Bijkomende testen	29
5. Conclusies	33
5.1 Samenvatting.....	33
5.2 Beperkingen en sturing voor toekomstig onderzoek	34
6. Bronnen	37



De invloed van de CEO op het verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor.

Sofie Schruers

Onder toezicht van Prof. Dr. Tensie Steijvers.

KERNWOORDEN:

Vraag naar een externe audit
Kwaliteitsvolle auditor
Private familiebedrijven
Intrafamiliale *agency* conflicten
Familiale cohesie
Perceptie van de CEO

ABSTRACT:

De vraag naar een externe audit is voornamelijk afhankelijk van het aantal *agency* conflicten in een bedrijf. Zulke *agency* conflicten kunnen zich voordoen tussen familieleden binnen een familiebedrijf, ook wel intrafamiliale *agency* conflicten genoemd. Echter, kan de CEO een negatieve perceptie hebben inzake het nut van auditing, waardoor de kans kleiner is dat een externe auditor wordt aangesteld bij een hoog aantal intrafamiliale *agency* conflicten. Daarom worden in dit onderzoek twee hypothesen onderzocht. Enerzijds de hypothese dat lage cohesie tussen familieleden gelinkt is aan een hogere auditvraag en omgekeerd. Dit negatieve verband wordt bevestigd uit onderzoek. En anderzijds de hypothese omtrent de negatieve perceptie van de CEO die voorgaande negatieve verband afzwakt. Deze laatste hypothese kon niet worden afgeleid uit de regressieresultaten.

1. Probleemstelling

De dag van vandaag is de vraag naar een externe audit sterk gereguleerd. Wanneer bedrijven bepaalde groottecriteria overschrijden, zijn ze verplicht beroep te doen op een auditor. Nochtans is de vraag naar een audit niet altijd wettelijk geregeld geweest en was er toen sprake van een vrijwillige vraag naar auditdiensten (Dries, Van Brussel & Willekens, 2011). Deze vrijwillige vraag naar audit wordt *getriggerd* door de toegevoegde waarde van een audit. De aanstelling van een auditor vergroot namelijk de kwaliteit en de betrouwbaarheid van de jaarrekening. Bovendien zal het vertrouwen van financiële instellingen in de jaarrekening van de onderneming vergroten waardoor het makkelijker is voor de onderneming om een schuldfinanciering aan te gaan. Daarnaast verkleint een auditor de bestaande informatieasymmetrieën tussen principalen (eigenaars) en agenten (managers) (Branson, Breesch & Hardies, 2017).

De informatieasymmetrie in ondernemingen tussen eigenaars en managers is het gevolg doordat beide partijen handelen uit eigen belang. De principaal kan onmogelijk de acties van de agent volledig controleren waardoor de kans bestaat dat het management opportunistisch zal handelen. Er is hier sprake van *agency* conflicten met als gevolg dat de principaal een verlies aan welvaart zal ondervinden (Branson et al., 2017; Dries et al., 2011). Om dit welvaartsverlies te voorkomen zal de principaal beroep doen op een onafhankelijke en externe auditor die de financiële overzichten onder handen zal nemen en controleren op mogelijke materiële fouten en/of onregelmatigheden (Becker, DeFond, Jiambalvo & Subramanyam, 1998; Branson et al., 2017; Hope, Langli & Thomas, 2012). Het management is namelijk verantwoordelijk voor het opstellen van de financiële overzichten en de controle door een externe auditor zal de informatieasymmetrie tussen managers en eigenaars verminderen (Branson et al., 2017).

Ook binnen familiebedrijven ontstaan er *agency* conflicten, alleen is de vraag naar auditing binnen de context van familiebedrijven nog niet grondig onderzocht in de literatuur. De oorzaken hiervan zijn dat binnen private familiebedrijven er een sterke overlap is tussen eigendom en management (Tagiuri & Davis, 1992) en er sprake is van hechte relaties tussen familieleden, waardoor *agency* conflicten slechts beperkt voorkomen (Corten, Steijvers & Lybaert, 2017a). Echter toont het onderzoek van Schulze, Lubatkin, Dino & Buchholtz (2001) aan dat *agency* conflicten zich kunnen voordoen tussen familieleden en niet-familieleden binnen een context van familiebedrijven. De grondslag van deze conflicten ligt dan in het niet bereiken van een consensus over onderwerpen zoals de doelstellingen van het bedrijf, aanwerving van familieleden, investeringsbeslissingen etc. (Schulze et al., 2001). Daarnaast kan een familiebedrijf worstelen met *agency* conflicten tussen familieleden, ook wel intrafamiliale *agency* conflicten genoemd.

In principe liggen emoties en gevoelens aan de basis van de intrafamiliale *agency* conflicten en deze emoties kunnen soms hoog oplopen. Zo zullen er conflicten ontstaan tussen familieleden over het ongenoegen in verband met de rol die ze vervullen binnen het familiebedrijf, over de autonomie die ze wensen te hebben of op basis van emotionele conflicten tussen familieleden (Corten et al., 2017a). Deze intrafamiliale *agency* conflicten kunnen benaderd worden door het element familiale cohesie. Het begrip familiale cohesie werd door Olson, Russell & Sprenkle (1983) gedefinieerd als "... de emotionele band die familieleden onder elkaar hebben." Met andere woorden is er sprake van een soort van relationele dimensie van familiaal sociaal kapitaal (Bammens, Voordeckers & Van Gils, 2009). Familiaal sociaal kapitaal heeft betrekking op de organisatorische processen binnen familiebedrijven en dus kunnen sterke familiebanden, gedragsprincipes en andere regels ervoor zorgen dat bepaalde processen in een onderneming worden gefaciliteerd (Bammens et al., 2009; Wright, Dunford & Snell, 2001).

Zoals in een voorgaand onderzoek van Corten et al. (2017a) werd vastgesteld, kan er worden gesteld dat familiale cohesie negatief gerelateerd is met de vraag naar een (kwaliteitsvolle) audit. Een familie met veel samenhang tussen de familieleden onderling zal weinig tot geen intrafamiliale *agency* conflicten ontwikkelen doordat zij makkelijker consensus bereiken over verschillende praktijken binnen familiebedrijven zoals de aanwerving van familieleden (Corten et al., 2017a). Echter kan de familiale cohesie sterk verschillen (Bammens et al., 2009). In een familiebedrijf waar er sprake is van lage familiale cohesie, zullen er zich meer *agency* conflicten voordoen tussen ouders en kinderen,

tussen broers en zussen en/of tussen ouders onderling. De oorzaak ligt in het feit dat de belangen en visies van de verschillende partijen sterk variëren. Hierdoor zullen de familiale managers niet altijd handelen in het belang van de familiale eigenaars met als gevolg dat er zich intrafamiliale *agency* conflicten voordoen. Daar kan de aanstelling van een externe (kwaliteitsvolle) auditor een toegevoegde waarde bieden voor de onderneming. De kwaliteitsvolle auditor kan, zoals hierboven reeds beschreven, de financiële overzichten controleren op mogelijke onjuistheden en op die manier het management wijzen op mogelijk opportunistisch gedrag (Corten et al., 2017a).

Algemeen wordt een auditor van een van de *Big 4*-ondernemingen gezien als van invloed op de kwaliteit van auditing. Uit de literatuur kan worden afgeleid dat de aanstelling van een *Big 4*-auditor leidt tot hogere auditkwaliteit (Lawrence, Minutti-Meza & Zhang, 2011). Er zijn drie (omvattende) verklaringen waarom een auditor van de *Big 4* zal leiden tot hogere auditkwaliteit. Ten eerste is er de reden in verband met de reputatie die *Big 4* kantoren willen beschermen (Branson et al., 2017; Dopuch & Simunic, 1980). Daarnaast zal een auditor zoveel mogelijk rechtszaken tegen hem/haar vermijden omwille van de mogelijke gevolgen die hieraan verbonden zijn (bv. Het betalen van schadevergoedingen). Ten laatste, en samenhangend met de tweede verklaring, wil een auditor geen risico lopen op tuchtsancties (bv. Boetes of sancties) (Branson et al., 2017). Ook hebben de *Big 4* bedrijven een streepje voor op niet-*Big 4* bedrijven door het aanbieden van diverse trainingsprogramma's, het gebruik maken van gestandaardiseerde auditmethodes en meer mogelijkheden omtrent een tweede beoordeling door een collega (Lawrence et al., 2011).

De vraag is nu of een kwaliteitsvolle auditor zal worden aangesteld bij de aanwezigheid van intrafamiliale *agency* conflicten in een familieonderneming. Het antwoord op deze vraag is afhankelijk van enkele typische factoren binnen een familiebedrijf. Corten et al. (2017a) hebben bijvoorbeeld reeds de rol onderzocht van de raad van bestuur binnen familiebedrijven. Zij concludeerden hieruit dat de raad van bestuur eerst de intrafamiliale *agency* conflicten intern zullen proberen oplossen vooraleer er beroep zal gedaan worden op een externe (kwaliteitsvolle) auditor. De externe auditor wordt dus gezien als een "plan b".

Wetende dat intrafamiliale *agency* conflicten zich voordoen in familiebedrijven en dat deze *agency* conflicten de vraag naar een externe (kwaliteitsvolle) auditor doen stijgen, betekent dit niet noodzakelijk dat er een kwaliteitsvolle auditor zal worden aangesteld. Naast het feit dat de raad van bestuur zeggenschap heeft op de aanstelling van een externe auditor, blijkt echter dat het management (CEO of CFO) de meeste invloed heeft op het aanwerven en ontslaan van externe auditors (Cohen, Krishnamoorthy & Wright, 2010). Dit geldt vooral wanneer de CEO een dominante rol heeft in de raad van bestuur. Aangezien de CEO een belangrijke invloed heeft op het al dan niet aanwerven van een auditor (Cohen et al., 2010), kan de CEO de aanstelling van een auditor tegenwerken wanneer hij/zij het nut er niet van inziet. Zo is het mogelijk dat de CEO vreest dat bepaalde zwakke elementen zullen worden onthuld, zoals wanneer managers niet hebben gepresteerd in overeenstemming met de verwachtingen van de eigenaars (Branson et al., 2017). Bovendien versterkt de kostprijs van een externe (kwaliteitsvolle) auditor de negatieve perceptie van de CEO ten opzichte van het nut van zo'n audit (Corten, Steijvers & Lybaert, 2017b). Managers leggen dan te sterk de focus op de prijs in plaats van te kijken naar de voordelen van een audit.

Op basis van enquêtes gedaan bij Belgische private familieondernemingen zal in deze masterproef onderzocht worden wat de invloed is van de CEO's perceptie inzake het nut van auditing op de relatie tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor. De dataset die wordt gebruikt om deze onderzoeksvraag te onderzoeken, bevat enkel data van private familiebedrijven die verplicht een auditor aanstellen. Dit omwille van dat er in België lage drempels zijn om verplicht een auditor aan te stellen, waardoor de vrijwillige aanstelling van een auditor vrij zeldzaam is (Corten et al., 2017a).

2. Theorie en Hypotheses

2.1 Wat is een audit en waarom is een onafhankelijke audit belangrijk?

Een definitie van auditing die het meest algemeen is, werd geformuleerd door het *Committee on Basic Auditing Concepts* van de *American Accounting Association* (Branson et al., 2017; Dries et al., 2011). Ook in de literatuur zal men zien dat deze definitie het meest wordt gebruikt om een definiëring te kunnen geven aan het begrip auditing. Er zijn heel veel definities over auditing om handen, echter zal in deze studie dieper worden ingegaan op het begrip auditing aan de hand van de definitie van Knechel (2016). Deze definitie is uitgebreider in de zin van dat het element niet-waarneembaarheid over de uitkomst van een auditverslag erin bevat zit.

De definitie van een audit door Knechel (2016) luidde als volgt: *"An audit is an economically motivated professional service designed to reduce the information risk of stakeholders that relies on the knowledge and skills of experts used in a systematic process that considers the idiosyncratic needs of a client where the outcome is unobservable and subject to market constraints and regulatory forces"* (Knechel, 2016, p. 219).

Uit deze definitie kunnen een aantal kritische aspecten worden afgeleid. Allereerst gaat het om een systematisch proces, dit impliceert dat het auditproces verloopt volgens een logisch gestructureerde wijze. Zo kunnen er vier fasen worden onderscheiden: planning, uitvoering, afsluiting en opvolging (Dries et al., 2011). Deze vier fasen zorgen ervoor dat het auditproces een gestandaardiseerd proces wordt.

Ondanks er gebruik wordt gemaakt van gestandaardiseerde benaderingen, is elk auditproces uniek. Dit omwille van dat de auditor de audit individueel zal afstemmen op basis van de risico's, controles, transacties, systemen en bepalingen van een specifieke klant (Kanodia & Mukherji, 1994). Buiten de karakteristieken van de klant, wordt de uniekheid van een auditproces ook beïnvloed door audit teams, door timing van de auditwerkzaamheden en door beoordeelde risico's en ondernomen procedures (Knechel, Krishnan, Pevzner, Shefchik & Velury, 2013).

De output van verschillende auditwerkzaamheden resulteert in een auditverslag. Hierin wordt vermeld of de jaarrekening een correct en getrouw beeld geeft conform de algemeen aanvaardbare *accounting principles* (Dries et al., 2011). De output van een audit (auditverslag) mag dan wel vastliggen, in de literatuur wordt vermeld dat de uitkomst van een audit onzeker en niet-waarneembaar is (Knechel, 2016). Niet-waarneembaar betekent dat bepaalde uitkomsten niet extern waarneembaar zijn zoals documentatie, managementbrieven, rapporten van de raad van bestuur, personeelsbeoordelingen etc. Met onzekerheid in het auditproces wordt verwezen naar de onbekende toekomstige gebeurtenissen die de onderneming kan verwachten waardoor de auditor met onzekerheid oordeelt over de juiste boekhoudkundige behandeling van een transactie (Knechel et al., 2013).

Daarnaast ligt de nadruk in de definitie van Knechel (2016) ook op professionele beoordeling. Het betreft hier de toepassing van technische kennis en expertise. Zo gaat het onder andere om wat de auditor weet, hoe hij een situatie zal analyseren en hoe hij tot een conclusie komt dat de waarde van zijn toegepaste expertise weerspiegelt. Het is van belang dat een auditor weet hoe hij moet

functioneren in een onzekere omgeving en in welke mate hij zich zal moeten aanpassen aan de unieke karakteristieken van elke cliënt (Knechel, 2016). Bovendien wordt van een auditor verwacht dat hij inzicht heeft in de boekhoudkundige principes en principes omtrent auditing (Johnstone, Gramling & Rittenberg, 2014).

Aan bovenstaande professionele beoordeling, linkt de literatuur een belangrijk concept: de onafhankelijkheid van de auditor. De onafhankelijkheid van de auditor kwam in opspraak door boekhoudkundige en financiële schandalen zoals Enron en Worldcom (Johnstone et al., 2014). Vanaf toen is er een toenemend belang dat de auditor een objectieve, onafhankelijke en deskundige beoordeling uit over de jaarrekening. Gedurende het hele auditproces wordt van een auditor verwacht dat hij zich professioneel sceptisch gedraagt, met andere woorden moet hij het verkregen bewijsmateriaal kritisch beoordelen (Kueppers & Sullivan, 2010).

Ten laatste is er in de definitie van Knechel (2016) een vermelding naar het informatierisico ten aanzien van stakeholders. Dit slaat terug op de doelstelling van auditing. Het doel van een audit is namelijk het communiceren van de resultaten aan geïnteresseerde gebruikers (Hayes, Wallage & Gortemaker, 2014). Er zijn namelijk heel veel personen die belang hechten aan de jaarrekening van een onderneming: leveranciers, klanten, werknemers, schuldeisers, aandeelhouders, overheidsinstanties etc. (Branson et al., 2017). Verder wordt een audit uitgevoerd met als doel het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid dat de jaarrekening geen onjuistheden van materieel belang bevat (Johnstone et al., 2014). Met andere woorden moet de jaarrekening een getrouw beeld geven over de financiële positie van de onderneming, zoals hierboven reeds vermeld.

2.2 Wat is een kwaliteitsvolle audit en de link met *Big 4*?

De aanstelling van een externe auditor is sterk gereguleerd in België. Een bedrijf is verplicht om een auditor aan te stellen wanneer minstens twee van de volgende voorwaarden worden overschreden: de onderneming heeft minimum vijftig werknemers in dienst, de onderneming behaalt een omzet van negen miljoen euro per jaar en/of de onderneming heeft een balanstotaal van minstens 4,5 miljoen euro per jaar. Ook indien een onderneming minimum honderd werknemers in dienst heeft, moet ze een auditor aanstellen (Dries et al., 2011). In deze studie focussen we ons op de ondernemingen die verplicht een auditor moeten aanstellen omwille van het overschrijden van bovenstaande voorwaarden.

Wanneer aan een onderneming wordt opgelegd om beroep te doen op een auditor, heeft de onderneming de keuze tussen de verschillende auditondernemingen die aanwezig zijn op de auditmarkt. Over het algemeen wordt in de auditing literatuur verondersteld dat een audit uitgevoerd door een auditor van de *big 4* van superieure kwaliteit is ten opzichte van een audit gerealiseerd door een niet-*big 4* bedrijf (Francis & Yu, 2009; Lawrence et al., 2011). De reden hiervoor kan liggen in het feit dat grotere auditingondernemingen hun reputatie willen beschermen door het aanbieden van diensten van hogere kwaliteit (Dopuch & Simunic, 1980). Verder veronderstellen Lawrence et al. (2011) dat *Big 4* ondernemingen hogere auditkwaliteit aanbieden doordat zij beschikken over meer trainingsprogramma's, gestandaardiseerde auditmethodes en meer mogelijkheden tot het nakijken van de uitgevoerde audit door een collega.

Naast het feit dat de auditing literatuur over het algemeen een onderscheid maakt tussen *big 4* en niet-*big 4* ondernemingen op vlak van auditkwaliteit, hebben verschillende instanties getracht om het begrip auditkwaliteit eenduidig te definiëren (Knechel et al., 2013). Het resultaat hiervan is dat dit begrip in verschillende perspectieven werd benaderd.

De meest gebruikte definitie over een kwaliteitsvolle audit werd gegeven door DeAngelo (1981). E. DeAngelo (1981) definieert dit als "op de markt beoordeelde gezamenlijke waarschijnlijkheid dat een bepaalde auditor zowel (1) een inbreuk in het accounting systeem van de klant zal ontdekken en (2) de inbreuk zal rapporteren". Het eerste element in deze definitie is gelinkt aan de bekwaamheden van een auditor en zijn inzet, terwijl het tweede element naar de objectiviteit, professioneel scepticisme en onafhankelijkheid van een auditor verwijst (Knechel et al., 2013). Dit zijn ook componenten die we terugvinden in bovenstaande begripsomschrijving van een audit.

Knechel et al. (2013) pikken hier verder op in door gebruik te maken van een *balanced scorecard* over auditkwaliteit. In deze benadering hebben de auteurs besloten om de belangrijke elementen omtrent auditing te recyclen in het onderzoek naar de auditkwaliteit. Daarbij hebben ze de elementen rond auditing proberen linken aan vier categorieën: input, proces, uitkomsten en context. Zowel financiële als niet-financiële metingen zijn van belang bij de auditkwaliteit. Zo valt onder input bijvoorbeeld het professioneel scepticisme, kennis en expertise van de auditor. Verder zijn er de karakteristieken met betrekking tot het auditproces, zoals bijvoorbeeld de uniekheid van de klant over business plannen, transacties, risico's en controles. Ten derde is er de categorie uitkomsten waaronder het volgende valt: accuraatheid van auditrapporten, kwaliteit van financiële verslaggeving etc. En ten laatste is er nog sprake van de context. Hier houden de auteurs rekening met het bestaan van abnormale honoraria, vergoedingen en premies voor de auditors (Knechel et al., 2013).

Ook het *Financial Reporting Council (FRC)* deed een poging om auditkwaliteit te definiëren. Het *FRC* is de onafhankelijke toezichthouder van het Verenigd Koninkrijk die verantwoordelijk is voor het bevorderen van beleggingen in effecten door middel van een goede *corporate governance* en financiële rapportering. Zij hebben een *framework* over auditkwaliteit ontworpen dat beïnvloed wordt door vijf belangrijke drivers. Deze vijf drivers zijn (1) cultuur van de auditonderneming, (2) de vaardigheden en persoonlijke kwaliteiten van auditpartners en personeel, (3) de effectiviteit van het auditproces, (4) de betrouwbaarheid en bruikbaarheid van auditrapportering en (5) factoren die buiten de controle van auditors vallen en die de auditkwaliteit beïnvloeden (Johnstone et al., 2014).

Voorgaande benadering van het *FRC* en de benadering van Knechel et al. (2013) hebben op het eerste zicht toch wel wat gelijkenissen. Zo bevatten ze beiden elementen over het verloop van het auditproces, de kwaliteit van de auditrapportering en de uniekheid van de onderneming die gecontroleerd wordt. Enkel is het *framework* vollediger. Hierbij wordt er rekening gehouden met factoren die buiten het beheer van de auditors vallen. Er wordt hier onder meer verwezen naar de gereguleerde context en goede toepassing van de *corporate governance* door de cliënt (Johnstone et al., 2014).

2.3 Familiebedrijven en de vraag naar auditing.

De vraag naar auditdiensten berust voornamelijk op de *agency theory*. De *agency theory* houdt in dat een of meerdere principalen een andere persoon (agent) inhuurt om een bepaalde dienst te leveren voor de principalen (Branson et al., 2017). De beslissingsbevoegdheid wordt daarbij overgedragen aan de agenten (Dries et al., 2011). Er zijn twee *agencyrelaties* mogelijk in een entiteit. Enerzijds bestaat er de *agencyrelatie* tussen eigenaars en managers. Daarnaast is er een *agencyrelatie* mogelijk waarbij de eigenaars en managers samen worden gezien als de agenten van de schuldeisers (de principalen) (Branson et al., 2017). In deze studie zal de nadruk liggen op de eerste relatie: de *agencyrelatie* tussen eigenaars en het management.

De *agency theory* veronderstelt dat zowel de eigenaars als de managers rationeel economisch handelen en hun nutsfuncties maximaliseren (Branson et al., 2017). Aangezien de nutsfuncties van beide partijen verschillen, zullen de managers niet altijd handelen in het belang van de eigenaars, wat leidt tot *agency* conflicten en bijgevolg tot *agency* kosten (Corten et al., 2017a). Principalen willen hierop anticiperen door stimulansen te ontwikkelen zodat de agenten gemotiveerd zijn te handelen in het belang van de principalen. Echter is er informatieasymmetrie tussen de principalen en de managers, waardoor de principalen niet in de mogelijkheid zijn om de acties van de agenten volledig te controleren. (Branson et al., 2017). Deze informatieasymmetrie kan worden verminderd door een auditor aan te stellen. Een externe auditor zal controleren of de jaarrekening geen materiële fouten of onregelmatigheden bevat.

Hoewel familiebedrijven een wereldwijde economische impact hebben, blijft de vraag naar audit binnen deze bedrijven een relatief niet-ontdekt domein (Schulze et al., 2001). Door de *agency theory* van Jensen & Meckling (1976) toe te passen binnen private familiebedrijven, worden familiebedrijven verondersteld minimale of zelfs *zero level of agency costs* te bevatten (Steijvers, Voordeckers & Vandemaele, 2007). Dit is te verklaren aan de hand van geconcentreerd eigenaarschap. Dit veronderstelt dat er geen onderscheid is tussen eigenaarschap en controle binnen familiebedrijven (Poza & Daugherty, 2014). Bijgevolg is er (bijna) geen nood aan controle van de agenten binnen deze bedrijven. Echter heeft meer recent onderzoek aangetoond dat familiebedrijven geen *zero agency cost cases* zijn. Zij beschikken namelijk wel over *agency* kosten, maar dit zijn andere *agency* kosten (Lubatkin, Schulze, Ling & Dino, 2005) die hun oorsprong vinden in het feit dat er belangenconflicten zijn tussen familieleden (Schulze, Lubatkin & Dino, 2003a).

Een familiebedrijf is niet altijd samengesteld uit alleen maar familieleden. Er zijn ook familiebedrijven waar zowel familieleden als niet-familieleden betrokken zijn bij het management en/of raad van bestuur. Daardoor kunnen er ook *agency* conflicten ontstaan tussen de familieleden en niet-familieleden, aangezien ze beiden andere visies hanteren over het familiebedrijf. Deze meningsverschillen kunnen gaan over de doelstellingen van de onderneming, de aanwerving van familieleden of investeringsbeslissingen (Corten et al., 2017a). Kenmerkend voor niet-familieleden is dat zij eerder economische doelstellingen zullen nastreven, in tegenstelling tot de familieleden in een familiebedrijf die eerder de niet-economische doelen zoals behoud van familiale controle op de eerste plaats zetten (Corten et al., 2017a).

Het bestaan van *agency* conflicten tussen familieleden en niet-familieleden binnen familiebedrijven werd reeds onderzocht in de literatuur. Om een voorbeeld op te noemen, hebben Carey, Simnett & Tanewski (2000) kunnen aantonen dat de aanwezigheid van niet-familieleden in een familiebedrijf een belangrijke indicator is voor *agency* conflicten. Daarnaast werd er een positief verband aangetoond met de vraag naar auditing (Carey et al., 2000; Collis, 2012; Niemi, Kinnunen, Ojala & Troberg, 2012; Niskanen, Karjalainen & Niskanen, 2010). Dit is een belangrijke bijdrage voor de literatuur met betrekking tot de vraag naar auditing binnen familiebedrijven. Er kunnen echter ook *agency* conflicten ontstaan tussen familieleden. Deze zijn ook wel bekend als intrafamiliale *agency* conflicten (Corten et al., 2017a). De nadruk van deze studie zal liggen op deze intrafamiliale *agency* conflicten.

2.4 Intrafamiliale *agency* conflicten binnen familiebedrijven

Indien we volledig de *agency theory* van Jensen & Meckling (1976) zouden volgen, kunnen we besluiten dat er zich meestal geen *agency* conflicten voordoen binnen familiebedrijven. Geconcentreerd eigenaarschap ligt aan de basis van dit besluit (Poza & Daugherty, 2014). Bijgevolg wordt verondersteld dat familiebedrijven niet onderhevig zijn aan kosten die het gevolg zijn van de *agency* relaties. Niets is minder waar. Er zijn namelijk studies die aantonen dat er wel degelijk *agency* conflicten tussen familieleden kunnen voordoen (Schulze et al., 2001). Aan de oorzaak van deze conflicten liggen emoties en gevoelens (Corten et al., 2017a). Terwijl de traditionele *agency theory* veronderstelt dat de relaties gebaseerd moeten zijn op het economisch rationeel gedrag. (Gomez-mejia, Nunez-nickel & Gutierrez, 2001).

Schulze et al. (2001) hebben een uitvoerig onderzoek gedaan naar de mogelijke *agency* conflicten binnen familiebedrijven. In tegenstelling tot Fama en Jensen (1983), veronderstelden zij dat niet alle familiebedrijven efficiënt werken door de aanwezigheid van *agency* conflicten die moeilijker zijn om aan te pakken. De oorzaken van deze *agency* conflicten kunnen liggen in altruïsme en *self-control problems* (Schulze et al., 2001). Altruïsme betekent dat de ouders groothartig omgaan ten opzichte van hun kinderen. Bijkomstig moedigt altruïsme familieleden aan om rekening te houden met elkaar en voor elkaar te zorgen in tijden van nood (Schulze, Lubatkin & Dino, 2003b). Hoe dan ook kan altruïsme zowel positief als negatief bijdragen tot de efficiënte werking van een familiebedrijf. In de positieve zin zal altruïsme de familieband beïnvloeden door vertrouwen, communicatie, loyaliteit en inzet. Het gevolg hiervan is dat er minder informatieasymmetrie aanwezig is tussen de familieleden, waardoor er eerder eenduidige beslissingen worden genomen (Lubatkin et al., 2005). Bijgevolg is altruïsme gelinkt aan een laag aantal intrafamiliale conflicten (Corten et al., 2017a).

Daarentegen kan altruïsme ook negatief bijdragen tot de efficiëntie van familiebedrijven. Hiervan is sprake wanneer het altruïsme vermindert of zelfs asymmetrisch wordt (Corten et al., 2017a). Dit ligt in het feit dat ouders meer zorg dragen voor hun kinderen, dan dat kinderen zorgen voor hun ouders of voor elkaar (Lubatkin et al., 2005; Corten et al., 2017a). Verder verwezen Schulze et al. (2001) naar een onderzoek gedaan door Buchanan (1975). In dit laatste werd aangehaald dat ouders hun kinderen kunnen bedreigen met *moral hazard*, wat verwijst naar een gebrek aan inspanning door de agent, dat afkomstig is van altruïsme (Songini & Gnan, 2015). Met als gevolg dat de familiale agenten

de neiging hebben om toegewezen taken te ontwijken, extraatjes te consumeren en te *free-riden* (bv. Een bepaalde taak of functie laten uitvoeren door de ouders) (Karra, Tracey & Philips, 2006).

Zoals eerder aangehaald bestaat er ook de kans op *self-control problems*. Deze problemen doen zich voor wanneer partijen "zichzelf en hun omgeving schade kunnen toebrengen" (Jensen, 1994) doordat ze het vermogen en de stimulansen hebben om acties te ondernemen (Schulze et al., 2003b). De aanwezigheid van *self-control problems* in familiebedrijven wordt verder gestaafd door Lubatkin et al. (2005). Zij bevestigen dat deze problemen zich voordoen doordat de eigenaar-manager zowel de mogelijkheid als de autoriteit heeft om de middelen van de onderneming te gebruiken wanneer de eigenaar-manager dit noodzakelijk vindt. Dit is bevorderend voor hun persoonlijk welzijn, maar het is ten koste van de andere stakeholders (Lubatkin et al., 2005).

Een ander element dat bijdraagt tot agency conflicten tussen familieleden, is de familiecomplexiteit. Dit element werd onderzocht door Lambrecht en Lievens (2008). Familiebedrijven worden vaak overgedragen naar de volgende generatie(s), daardoor zijn er meer familieleden betrokken in het familiebedrijf met als gevolg dat er ook meerdere aandeelhouders zijn. Deze aandeelhouders hebben elk hun persoonlijke doelstellingen, waarden, inzet voor het bedrijf etc. Hierdoor gaat de familiale cohesie verloren alsook de aanwezige relaties tussen elkaar zullen achteruitgaan (Lambrecht & Lievens, 2008).

Ten laatste kunnen er zich ook intrafamiliale *agency* conflicten voordoen tussen de kinderen van het familiebedrijf. De afstammelingen kunnen bijvoorbeeld hun ongenoegen uiten over de rol die ze vervullen binnen het familiebedrijf. Daarnaast kan de oorzaak ook liggen in het feit dat ze meer autonomie wensen te hebben of op basis van de emotionele conflicten die zich afspelen. Emotionele conflicten kunnen tot uiting komen tussen zowel de ouders en de afstammelingen als tussen de afstammelingen onderling (Corten et al., 2017a).

Hoe dan ook bestaat de rol van een auditor uit meer dan enkel materiële fouten opsporen in de jaarrekening van bedrijven. Zeker in het geval van familiebedrijven is de rol van auditor uitgebreider. Uit onderzoek gevoerd door Collin, Ahlberg, Berg, Broberg & Karlsson (2017), wordt aangehaald dat de auditor een rol als adviseur aanneemt binnen familiebedrijven. Als adviseur is de auditor in staat om een kijk te geven die volledig onafhankelijk is. Zo kan een auditor worden gevraagd door een familiebedrijf om tussen te komen in discussies, zodat de familieleden erop worden gewezen economisch rationele beslissingen te nemen in plaats van opportunistisch gedrag te vertonen. Bovendien zal een auditor een meerwaarde bieden in het verminderen van de informatieasymmetrie die aanwezig is tussen familieleden door het onderzoeken van relevante boekhoudkundige cijfers. In het algemeen kan worden gesteld dat er vraag zal zijn naar een kwaliteitsvolle auditor om de intrafamiliale conflicten aan te pakken in een familiebedrijf (Corten et al., 2017a).

2.5 Lage familiale cohesie als indicator voor intrafamiliale *agency* conflicten

De focus van deze studie zal liggen op de rol van de familiale cohesie op de vraag naar auditdiensten. Hierbij wordt er enkel rekening gehouden met de conflicten tussen familieleden omwille van dat cohesie binnen de familie een belangrijke indicator is voor het niveau van intrafamiliale *agency* conflicten (Corten et al., 2017a). De conflicten tussen familieleden en niet-familieleden worden buiten beschouwing gelaten aangezien dit reeds eerder werd onderzocht in verschillende andere studies (Carey et al., 2000; Collis, 2012; Niemi et al., 2012; Niskanen et al., 2010).

Het begrip familiale cohesie werd duidelijk omschreven door Olson (2000) als "de emotionele band die familieleden met elkaar hebben." Echter beschikt niet elke familie over dezelfde emotionele band tussen familieleden. Zo kan de emotionele band binnen bepaalde families worden gezien als (extreem) hoog, terwijl bij andere families de emotionele band wordt gekenmerkt als gematigd of (extreem) laag. Wanneer er sprake is van lage familiale cohesie, zullen de familieleden geen (of in beperkte mate) belangen en activiteiten delen. Daarbij zullen ze hun energie eerder inzetten voor doeleinden buiten de familie (Bammens et al., 2009; Olson, 2000). In het algemeen kan dus worden gesteld dat er een negatieve relatie is tussen familiale cohesie en de mate van diversiteit van de belangen tussen de familieleden (Corten et al., 2017a).

Des te hoger de familiale cohesie, des te lager de intrafamiliale *agency* conflicten binnen het familiebedrijf. Men veronderstelt van zeer samenhangende families dat de familieleden volledige consensus bereiken over verschillende doelstellingen van het bedrijf (Corten et al., 2017a). Dit is het gevolg van de wederkerigheid van altruïsme, waarbij het welzijn van elk familielid individueel koppelt aan dat van andere familieleden. Het collectivistische doel wordt met andere woorden voorop gesteld (Kellermanns & Eddleston, 2004). Bijgevolg zullen familieleden hun tijd en moeite voornamelijk steken in de (het) familie(bedrijf) (Olson, 2000). Familiebedrijven waar er sprake is van zeer hoge niveaus van familiale cohesie kunnen worden verondersteld *zero agency cost cases* te zijn. De zeer sterke emotionele band tussen familieleden ligt hier aan de grondslag.

Er wordt dus verondersteld dat een laag niveau van familiale cohesie verbonden is met een hoog aantal intrafamiliale *agency* conflicten en dat een hoog niveau van familiale cohesie wordt gelinkt aan een laag aantal intrafamiliale *agency* conflicten. Met andere woorden is er een negatieve associatie tussen familiale cohesie en intrafamiliale *agency* conflicten. Deze *agency* conflicten kunnen worden aangepakt door het aanstellen van een auditor. Zoals hierboven reeds beschreven is, biedt een auditor meerwaarde op het verminderen van de informatie-asymmetrie tussen agenten en principalen waardoor familieleden eerder economisch rationele beslissingen zullen nemen. Er kan dus worden verondersteld dat indien er sprake is van lage familiale cohesie, de vraag naar een kwaliteitsvolle audit hoog is. In lijn met het onderzoek dat gevoerd werd door Corten et al. (2017a), veronderstellen we dus een negatief verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor.

H1: Er is een negatief verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor.

2.6 De perceptie van de CEO inzake het nut van auditing als moderatie-effect.

Toespitsend op familiebedrijven is *socioemotional wealth (SEW)* vaak de belangrijkste doelstelling in familiebedrijven (Corten et al., 2017a). *SEW* betekent dat "... familiebedrijven waarschijnlijk een hoge prioriteit geven aan het behoud van familiale controle, zelfs als dit betekent dat ze een verhoogd risico van slechte bedrijfsprestaties accepteren." (Gomez-Mejia, Haynes, Núñez-Nickel, Jacobson & Moyano-Fuentes, 2007). Hierdoor zijn familiebedrijven minder geneigd om beroep te doen op een auditor, want het betrekken van buitenstaanders in het familiebedrijf wordt beschouwd als een verlies van familiale controle (Jones, Makri & Gomez-Mejia, 2008). Daarom zullen familiebedrijven eerder intrafamiliale *agency* conflicten proberen verminderen en/of oplossen door de raad van bestuur (Corten et al., 2017a). Indien de raad van bestuur hierin faalt, dan kan de kwaliteitsvolle auditor een oplossing bieden. De kwaliteitsvolle auditor zal de prestaties van de onderneming verbeteren of in dit geval de intrafamiliale *agency* kosten doen dalen (Corten et al., 2017a; Niemi et al., 2012). Dit doet de auditor door de informatieasymmetrie tussen de familieleden te beperken (Corten et al., 2017a). Met andere woorden zal de verplicht aangestelde kwaliteitsvolle auditor een slechtere uitkomst vermijden als gevolg van de aanwezigheid van intrafamiliale *agency* conflicten, met name een faillissement waardoor de *SEW* volledig wegvalt voor een familiebedrijf (Berrone, Cruz & Gomez-Mejia, 2012).

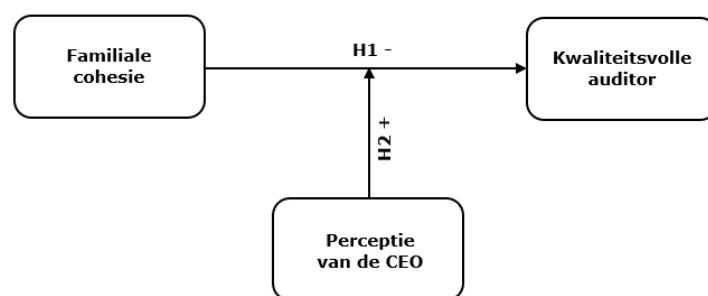
Een studie uitgevoerd door Cohen et al. (2010) bevestigt dat de CEO de meeste invloed heeft op de aanwerving en/of het ontslag van een auditor. Deze studie is gebaseerd op bevindingen van de auditors zelf. Bovendien werd er ook vastgesteld dat de invloed van de CEO op de aanwerving en/of het ontslag zelfs stijgt wanneer de CEO eveneens een belangrijke rol bezit in de Raad van Bestuur (Cohen et al., 2010). Dit element kunnen we koppelen aan familiebedrijven. In familiebedrijven is het namelijk veelvoorkomend dat een familielid zowel de rol van de CEO in het managementteam als de rol van voorzitter van de Raad van Bestuur bezit (Tagiuri & Davis, 1992), ook wel bekend als CEO dualiteit (Fama & Jensen, 1983). Aangezien de CEO een belangrijke rol heeft op de selectie van een auditor (Cohen et al., 2010), kan hij ook de aanstelling van een kwaliteitsvolle auditor tegenhouden, ook al zijn er veel intrafamiliale *agency* conflicten.

De CEO zal de vraag naar een kwaliteitsvolle audit al dan niet bevorderen afhankelijk van zijn negatieve of positieve kijk ten opzichte van het nut van auditing. Zo kan de CEO het noodzakelijk vinden om beroep te doen op een auditor wanneer het aantal *agency* conflicten hoog is. Dit wordt verondersteld in de studie gedaan door Jensen & Meckling (1976) waarbij de aanname werd gemaakt dat het management handelt op een rationele manier (Corten et al., 2017b; Jensen & Meckling, 1976). Zoals Corten et al. (2017b) reeds in een eerder onderzoek aangaf, is de perceptie van de CEO ten opzichte van de auditvraag niet enkel afhankelijk van het aantal *agency* conflicten aanwezig in het bedrijf. De perceptie van de CEO wordt eveneens beïnvloed door de beperkte rationaliteit (*bounded rationality*) van managers. *Bounded rationality* ligt aan de grondslag van de *upper echelons theory* van Hambrick & Mason (1984). Deze *theory* suggereert dat de percepties van het management worden bepaald door enerzijds de cognitieve beginselen en anderzijds de waarden van de managers. Samen vormen deze de basis voor de effectiviteit van de onderneming en de strategische keuzes die binnen de onderneming worden gemaakt (Hambrick & Mason, 1984; Hambrick, 2007).

Aangezien de strategische keuzes van een manager worden beïnvloed door de *bounded rationality*, zal de vraag naar audit hierdoor beïnvloed worden. Een manager kan een audit zien als een kostelijke activiteit, niet rekening houdende met het feit dat een audit een oplossing kan zijn om op een kostenefficiënte manier de aanwezige (intrafamiliale) *agency* conflicten te verminderen. Daarentegen is het ook mogelijk dat de CEO niet bewust is van de mogelijke negatieve gevolgen die zich kunnen voordoen door *agency* conflicten. Een voorbeeld hierbij is dat de aandeelhouders de vergoeding van de manager in negatieve zin zullen aanpassen omdat aandeelhouders verwachten dat de managers opportunistisch handelen (Branson et al., 2017; Corten et al., 2017b). Een manager ziet een auditor ook niet graag komen omwille van een auditor zijn/haar ondermaatse prestaties en opportunistisch gedrag kan onthullen (Corten et al., 2017b).

Tot slot veronderstel ik in deze studie dat de perceptie van de CEO een situationele factor is die invloed uitoefent op de relatie tussen familiale cohesie en de aanstelling van een kwaliteitsvolle auditor. Met andere woorden, wanneer de CEO een negatieve perceptie heeft over het nut van auditing door bijvoorbeeld angst voor de onthulling van zijn/haar inferieure prestaties, kan hij/zij tegenhouden om een kwaliteitsvolle auditor aan te stellen ondanks de aanwezigheid van veel intrafamiliale *agency* conflicten. Daarom stel ik de hypothese op dat de perceptie van de CEO de relatie tussen intrafamiliale *agency* conflicten en de auditvraag zodanig matigt dat het verband zwakker is bij een negatieve perceptie van de CEO. Er wordt eveneens rekening gehouden met de maatstaf voor het niveau van intrafamiliale *agency* conflicten, waardoor ik de volgende hypothese suggereer:

H2: De perceptie van de CEO matigt de relatie tussen familiale cohesie en de vraag naar auditing. Meer specifiek, indien de CEO een negatieve perceptie heeft over auditing, dan zwakt het negatief verband tussen familiale cohesie en de vraag naar auditing af.



Figuur 1: Conceptueel model

3. Data en methodologie

3.1 Data

De hypotheses in deze studie zullen worden getest aan de hand van data van Belgische private familiebedrijven. Deze data is afkomstig van een onderzoek gedaan door Corten et al. (2017a). In 2015 hebben Corten et al. (2017a) een *survey* samengesteld en opgestuurd naar de CEO's met de vraag om deze online vragenlijst in te vullen (N=8.662). Van alle bedrijven die werden gecontacteerd om de *survey* in te vullen, hebben 740 ondernemingen de vragenlijst ingevuld. Bijgevolg is er dus een responsgraad van 8,5%.

Een eerste filtering van bedrijven gebeurde reeds in de *survey* van Corten et al. (2017a). Hierbij werd in het begin van de online vragenlijst de vraag gesteld of de onderneming jaarlijks een audit laat doen. Indien op deze vraag het antwoord reeds negatief was, werd de *survey* automatisch afgerond. Een bevestigend antwoord daarentegen leidde naar de volgende stelling waarbij de vraag werd gesteld indien de onderneming in kwestie wettelijk verplicht is een auditor aan te stellen. Dit is een belangrijk element, aangezien in deze studie de focus enkel zal liggen op de wettelijk verplichte audit. De vrijwillige audit wordt niet mee in acht genomen omdat de drempels relatief laag zijn in België om verplicht een auditor aan te stellen. Een onderneming is verplicht een auditor aan te stellen wanneer minstens twee van de volgende drempels worden overschreden: de onderneming heeft minstens vijftig werknemers in dienst, de onderneming behaalt een omzet van negen miljoen euro per jaar en/of de onderneming heeft een balanstotaal van minstens 4,5 miljoen euro per jaar. Ook wordt een onderneming verplicht een auditor aan te stellen wanneer er minstens honderd werknemers in dienst zijn (Dries et al., 2011). Verder zullen er geen financiële instellingen worden teruggevonden die deel uitmaken van de *Bel-first* database van Bureau Van Dijk (Corten et al., 2017a).

Aangezien het accent van dit onderzoek ligt op private familiebedrijven in België, worden de volgende twee filters toegepast op de verkregen dataset. Enerzijds selecteren we enkel de ondernemingen waarvan een familie meer dan vijftig procent van de aandelen bezit. En bovendien wordt er enkel rekening gehouden met die bedrijven waarvan de CEO zijn bedrijf beschouwt als een familiebedrijf. Dit is volledig in lijn met Dyer (2003) en Westhead & Cowling (1998). Verder wordt er rekening gehouden met de schaal van Olson (2000) omwille van er onderzocht wordt wat de invloed is van intrafamiliale *agency* conflicten op de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor. De schaal van Olson is een zelf-rapportingsmechanisme en daarom selecteren we enkel die ondernemingen waar er een familiale CEO aan de macht is (n = 157).

Ten laatste werden alle *cases* met onvolledige of inconsistente data verwijderd bij de controlevariabelen en verklarende variabelen. Hierdoor wordt er een finale steekproef bekomen van 135 *samples* waarmee de hypotheses zullen worden getest. Bovendien werden alle continue variabelen *winsorized* op het 1^{ste} en 99^e percentiel, zodat het effect van potentiële uitschieters vermindert.

3.2 Variabelen

3.2.1 Afhankelijke variabele

De afhankelijke variabele in deze studie is de kwaliteitsvolle audit. Deze variabele wordt benaderd door middel van een *dummy* variabele BIG4. Dit wil zeggen indien de onderneming beroep doet op een *Big 4*-auditor dan wordt dit gecodeerd als 1 in de dataset. Anderzijds, indien de onderneming beroep doet op een niet-*Big 4*-auditor zal dit worden gecodeerd als 0. Dit komt overeen met andere studies omtrent de vraag naar audit (bv. Corten et al., 2017a; Fan & Wong, 2005; Firth & Smith, 1992; Lennox, 2005; Piot, 2001).

Zoals reeds beschreven in deze studie, kan de audit uitgevoerd door een *big 4*-auditor worden verondersteld van superieure kwaliteit te zijn ten opzichte van een audit uitgevoerd door een *niet-big 4*-auditor (Francis & Yu, 2009; Lawrence et al., 2011). De redenen hiervoor kunnen liggen in enerzijds het feit dat *Big 4*-ondernemingen hun reputatie willen beschermen. Daarbij wordt veeleer verwezen naar de studie van DeAngelo (1981) waarin staat dat *Big 4*-ondernemingen veel te verliezen hebben bij het falen van een audit en daarom dus audits zullen uitvoeren van hogere kwaliteit (Corten et al., 2017b). Anderzijds ligt dit in het feit dat ze over meer faciliteiten beschikken, zoals het aanbieden van trainingsprogramma's, het aanbieden van gestandaardiseerde auditmethodes en meer mogelijkheden omtrent het nakijken van de uitgevoerde audit door een collega (Lawrence et al., 2011).

3.2.2 Verklarende variabele

Voor de verklarende variabele, familiale cohesie, zal in deze studie gebruik worden gemaakt van de familiale COHESIE schaal van Olson (2000). Dit instrument werd reeds veelvuldig toegepast in de literatuur bij het bestuderen van familiedynamiek en -relaties, types van families, familiebegeleiding, -opleiding enzovoort (Kouneski, 2000). In de vragenlijst van Corten et al. (2017a) werden 21 vragen gesteld omtrent cohesie op basis van een 5-punt Likert schaal, deze vragen zijn onder andere "Familieleden steunen elkaar in moeilijke tijden." (positief item), "We spenderen veel tijd samen." (positief item) en "Onze familie doet zelden dingen samen" (negatief item). Deze 21 vragen worden hieronder weergegeven in tabel 1 en kunnen worden gesorteerd onder drie categorieën (CAT.) van de schaal van Olson: *balanced*, *enmeshed* en *disengaged*. De eerste categorie *balanced* meet in welke mate het cohesieniveau gemiddeld hoog of laag is. Anders gezegd, *balanced* betekent evenwichtig en de familie zal steeds proberen om een balans te vinden waardoor zij optimaal functioneren. Vervolgens is er de categorie *enmeshed* dat meet in welke mate het cohesieniveau te hoog is, met andere woorden is er heel veel consensus tussen de familieleden en zeer weinig onafhankelijkheid. En ten laatste is er nog de categorie *disengaged* dat meet in welke mate het cohesieniveau te laag is, oftewel hebben de familieleden ervoor gekozen om elk hun eigen ding te doen met een beperkte toewijding ten opzichte van de (het) familie(bedrijf) (Olson, 2000). Indien men deze drie categorieën samenbrengt tot een formule, verkrijgt men de formule COHESIE dat gelijk is aan de optelsom van *balanced* en *enmeshed* verminderd met *disengaged* (COHESIE = *balanced* + *enmeshed* - *disengaged*) (Corten et al., 2017a). Meer specifiek, relateren de negatieve

elementen tot *disengaged*. De betrouwbaarheidscoëfficiënt (Cronbach's Alpha) op basis van deze formule is 0,95, met andere woorden wijst deze coëfficiënt op een uitstekende betrouwbaarheid.

CAT.	VRAAG
BALANCED	1 Familieleden raadplegen elkaar bij belangrijke beslissingen.
	2 Familieleden steunen elkaar in moeilijke tijden.
	3 In onze familie is er een goede balans aanwezig tussen 'onafhankelijkheid' en 'verbondenheid'.
	4 Familieleden zijn betrokken in elkaars leven.
	5 Hoewel familieleden hun eigen interesses hebben, nemen ze toch ook deel aan familie-activiteiten.
	6 Familieleden voelen zich zeer 'close' met elkaar.
	7 Familieleden vinden het fijn om een deel van hun vrije tijd met elkaar door te brengen.
ENMESHED	8 Familieleden voelen zich schuldig als ze tijd buiten de familie willen doorbrengen.
	9 We spenderen te veel tijd samen.
	10 Familieleden hebben weinig nood aan vrienden buiten de familie.
	11 Familieleden zijn te afhankelijk van elkaar.
	12 We storen ons aan familieleden die dingen buiten de familie doen.
	13 We voelen ons als familie te verbonden met elkaar.
	14 Familieleden voelen zich gedwongen om de meeste vrije tijd met elkaar te spenderen.
DISENGAGED	15 Onze familie doet zelden dingen samen.
	16 Familieleden handelen voornamelijk onafhankelijk.
	17 Familieleden rekenen zelden op elkaar.
	18 Familieleden weten zeer weinig over de vrienden van andere familieleden
	19 Familieleden staan er alleen voor wanneer er een probleem opgelost dient te worden.
	20 Familieleden lijken contact te vermijden met elkaar wanneer ze thuis zijn.
	21 We kunnen beter opschieten met mensen buiten onze familie dan met familieleden.

Tabel 1: De vragen met betrekking tot de cohesieschaal van Olson.

3.2.3 De moderator

Tot slot is er de moderator, de perceptie van de CEO, die in dit onderzoek gebaseerd zal zijn op de vier dimensies van waardeperceptie van Sweeney en Soutar (2001). Voorgaand onderzoek van Sweeney en Soutar (2001) ging over de waardeperceptie van de consument ten opzichte van een bepaald product en/of merk. Daarbij onderscheidde ze vier dimensies van waardeperceptie: kwaliteit, prijs, emoties en sociaal. Echter zal in deze studie deze vier dimensies worden toegepast op een auditing context (Corten et al., 2017b).

In het onderzoek gedaan door Corten et al. (2017a) in 2015 werden eveneens 20 vragen gesteld rond de perceptie van de CEO ten opzichte van auditing. Er werd gevraagd aan de bedrijfsleiders (CEO's) van de ondernemingen om de stellingen te beoordelen op een 5-punt Likert schaal. Voorbeelden van de vragen zijn onder andere "Een externe audit verbetert de kwaliteit van de jaarrekening van ons bedrijf.", "Een externe audit vereenvoudigt de toegang tot schuldfinanciering.", "Een externe audit beperkt mijn flexibiliteit als bedrijfsleider." en "De prijs van een externe audit is redelijk.", de andere vragen worden eveneens weergegeven in tabel 3. Op basis van de antwoorden op deze 20 stellingen zal eerst een factoranalyse worden toegepast om te zien of er daadwerkelijk

een onderscheid kan gemaakt worden tussen de vier dimensies van waardeperceptie volgens Sweeney en Soutar (2001).

Alvorens van start te gaan met de factoranalyse, werden de antwoorden op enkele stellingen omgekeerd gecodeerd. De reden hiervoor ligt in het feit dat de vraag op een andere manier werd gesteld, waardoor de antwoorden over alle stellingen niet in eenzelfde richting wijzen. Zo werd bijvoorbeeld de stelling omtrent 'de aanwezigheid van een auditor stoort me' (stelling 18) omgekeerd gecodeerd, net zoals de stellingen 6, 8, 16, 17 en 20 (tabel 3). Verder moeten er drie grote stappen worden gevolgd volgens Pallant (2016). De eerste stap is de beoordeling van de geschiktheid van de data voor het uitvoeren van een factoranalyse. Ten tweede is er de factorextractie. En ten laatste is er de stap in verband met factorrotatie en -interpretatie (Pallant, 2016).

Ten eerste zal er dus een beoordeling in verband met de geschiktheid van de data gebeuren. Om de geschiktheid te controleren van de dataset kan men twee kwesties onderscheiden: enerzijds de grootte van de steekproef en anderzijds de sterkte van de relatie tussen de variabelen. In verband met de eerste kwestie, de grootte van de steekproef, is redelijk wat onenigheid in de literatuur. Zo beoordelen Tabachnik en Fidell (2013) dat de steekproef ten minste 300 deelnemers moet bevatten voor het uitvoeren van een factoranalyse. Andere auteurs suggereren dat het aantal cases niet van belang is, maar dat er gekeken moet worden naar het ratio van deelnemers ten opzichte van elke factor dat wordt geanalyseerd (Nunnally, 1978). Aangezien het hier om een steekproef gaat van 135 deelnemers, wat kleiner is dan 300 deelnemers, bevelen Tabachnik en Fidell (2013) aan om een ratio te hebben van minstens 5 op 1. De ratio in deze studie van toepassing is 6 op 1. Vervolgens moet de sterkte van de onderlinge relaties tussen de variabelen worden nagegaan. Dit kan worden geëvalueerd op basis van twee statistische metingen: de *Barlett's test of sphericity* en de *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*. *Barlett's test of sphericity* moet in feite significant ($p < 0,05$) zijn om de factoranalyse te kunnen uitvoeren. In tabel 2 zien we dat er een p-waarde is van 0,000, met andere woorden kunnen we spreken van significantie. In het geval van de *Kaiser-Meyer-Olkin* test moet er minimum een waarde weergegeven zijn van 0,6 om te spreken van een goede factoranalyse (Pallant, 2016). Hiervan is sprake aangezien in tabel 2 een waarde kunnen waarnemen van 0,928.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,928
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-square	1898,949
	df	190
	Sig.	0,000

Tabel 2: KMO en Barlett's Test

Ten tweede is het bepalen van het kleinste aantal factoren dat kan worden gebruikt om de onderlinge relaties tussen de variabelen zo goed mogelijk weer te geven. Meest gebruikte methode hiervoor is de *principal components analysis* waarbij het aantal factoren reeds bepaald is (Pallant, 2016). Dat is in deze studie het geval, aangezien de variabelen zullen worden getoetst op basis van vier dimensies van waardeperceptie van Sweeney en Soutar (2001).

De derde en laatste stap houdt factorrotatie en -interpretatie in. Eens dat het aantal factoren werd bepaald (zie stap 2), zal nu het interpreteren aan bod komen. Tabel 3 toont aan welke stellingen horen bij welke dimensie en geeft steeds de factorladingen per stelling en per dimensie weer. De

factorlading heeft als doel om de correlatie aan te geven tussen de stelling en de dimensie. Ze werden gesorteerd op grootte. Bovendien werd ook in het uitvoeren van de factoranalyse aangeduid dat factorladingen lager dan 0,5 werden verwijderd om de leesbaarheid te verbeteren (Corten et al., 2017b).

Door middel van de factoranalyse worden er vier factoren onderscheiden. De factoren zijn (1) functionele waarde (wat het nut meet dat voortvloeit uit de waargenomen kwaliteit en de verwachte prestaties van de dienst), (2) emotionele waarde (wat het nut meet dat afgeleid is van de gevoelens of de affectieve toestanden die een dienst genereert), (3) sociale waarde (wat het nut meet dat voortvloeit uit het vermogen van de dienst om het sociale zelfbeeld te verbeteren) en (4) prijs waarde (wat het nut meet van een dienst als gevolg van de vermindering van de gepercipieerde kosten op korte en lange termijn) (Sweeney & Soutar, 2001). Deze vier factoren zullen niet worden samengebracht tot een formule, maar worden wel gezien als de vier elementen van waardeperceptie van de CEO.

		Factor 1: Functionele waarde	Factor 2: Sociale waarde	Factor 3: Emotionele waarde	Factor 4: Prijs waarde
1.	Het laten uitvoeren van een externe audit verhoogt mijn persoonlijke geloofwaardigheid naar de raad van bestuur en de (andere) aandeelhouders.	0,816			
2.	Een externe audit verbetert de efficiëntie en betrouwbaarheid van onze bedrijfsprocessen/interne controle.	0,814			
3.	Een externe audit verschaft ons nuttig advies (bv. Via de management letter of informeel).	0,804			
4.	Een externe audit verbetert de kwaliteit van de jaarrekening van ons bedrijf.	0,792			
5.	Een externe audit heeft een positieve invloed op de prestaties van ons bedrijf.	0,759			
6.	Een externe audit biedt geen meerwaarde bovenop de externe boekhouder of accountant.	0,756			
7.	Een externe audit versterkt het deugdelijk bestuur binnen ons bedrijf.	0,727			
8.	Ik vind een externe audit tijdverlies	0,711			
9.	Een externe audit is een nuttige dienst in vergelijking met de kostprijs ervan.	0,632			
10.	Een externe audit stelt me gerust over de financiële rapportering van onze resultaten.	0,629			
11.	De voordelen van het laten uitvoeren van een externe audit overstijgen de kosten ervan (inclusief de tijdsinvestering).	0,536			
12.	Een externe audit vereenvoudigt de toegang tot schuldfinanciering.		0,746		
13.	Een externe audit bevestigt de goede prestaties van een bedrijf naar de buitenwereld toe.		0,717		
14.	Het laten uitvoeren van een externe audit scheidt vertrouwen bij onze klanten en leveranciers.		0,692		
15.	Een externe audit scheidt vertrouwen bij de fiscus.		0,652		
16.	Een externe audit geeft me het vervelende gevoel dat ik als bedrijfsleider gecontroleerd wordt.			0,771	
17.	Een externe audit beperkt mijn flexibiliteit als bedrijfsleider.			0,754	
18.	De aanwezigheid van een externe auditor stoort me.			0,698	
19.	De prijs van een externe audit is redelijk.				0,849
20.	De fee die de externe auditor aanreken voor zijn diensten is te hoog in verhouding tot de dienst zelf.				0,816

Tabel 3: Factor resultaten

3.2.4 Controlevariabelen

Gelijkaardig aan de onderzoeken gedaan door Carey et al., (2000) en Corten et al. (2017a), wordt de controlevariabele NIET_FAMILIALE MANAGERS meegenomen in dit onderzoek. Deze variabele is gedefinieerd als de proportie van niet-familiale (eigenaar-)managers in het topmanagementteam en dit wordt mee in acht genomen om de *agency* conflicten tussen familieleden en niet-familieleden te controleren. Er is een onderscheid tussen beide groepen aan de hand van de doelstellingen die ze nastreven. Familieleden zijn eerder geneigd om niet-economische doelstellingen na te streven (bv. Werkgelegenheid van familieleden), terwijl niet-familieleden eerder economisch georiënteerd zijn. Vervolgens kan dit onderscheid leiden tot *agency* conflicten (Corten et al., 2017a).

Vervolgens wordt de controlevariabele EIGENAARS (het natuurlijk logaritme voor het aantal aandeelhouders) betrokken in deze studie. Dit is gebaseerd op Grossman & Hart (1980, in: Niskanen et al., 2010), zij beweren dat "... het *free-rider* probleem onder aandeelhouders bij de controle van het management toeneemt samen met de spreiding van de eigendom" (p.234). Met andere woorden stijgt het aantal aandeelhouder-manager *agency* conflicten indien het aantal eigenaars stijgt (Corten et al., 2017a).

Bovendien kan de vraag naar een kwaliteitsvolle audit beïnvloed worden door schuldcontracten, daarom wordt de controlevariabele LEVERAGE mee in acht genomen. LEVERAGE is een ratio van totale schulden ten opzichte van totale activa (Niskanen et al., 2010; Watts & Zimmerman, 1986). Verder worden nog volgende controlevariabelen betrokken: GROOTTE, ROA, GROEP, INDUSTRIE en HANDEL. GROOTTE (het natuurlijk logaritme van totale activa) wordt betrokken voor het beheren van de complexiteit van een organisatie en de variabele ROA (de ratio van inkomsten voor intresten en belastingen gedeeld door totale activa) wordt mee in acht genomen voor het beheren van het mogelijk effect van winstgevendheid (Corten et al., 2017a; Niskanen et al., 2010).

Ook wordt de *dummy* variabele GROEP betrokken. Dit wordt met de code 1 aangegeven wanneer de onderneming behoort tot een groep van onderneming. Indien de onderneming niet tot een groep behoort, wordt de code 0 toegekend. Dit is in lijn met het onderzoek van Corten et al. (2017a), zij stellen dat de kans groot is dat dochterondernemingen een auditor moeten aanstellen die werd opgelegd door de moedermaatschappij. Daarnaast heeft de moedermaatschappij een beperkte auditorkeuze, aangezien kleine auditbedrijven niet altijd de mogelijkheid hebben om een audit te doen over een geografisch verspreide groep. Conclusie hierbij is dat, indien de onderneming behoort tot een groep, zowel de dochter- als de moederonderneming eerder geneigd zijn om beroep te doen op een auditor van de *Big 4* (Corten et al., 2017a).

Ten laatste zijn er nog de *dummy* variabelen INDUSTRIE en HANDEL. Deze variabelen zijn gecodeerd met 0 of 1. Voor INDUSTRIE betekent code 1 dat de onderneming behoort tot een productie- en constructiesector en code 0 sluit deze sector uit. Hetzelfde geldt voor de variabele HANDEL. Code 1 verwijst naar het feit dat de onderneming onder de sector handel valt, terwijl code 0 dit tegenspreekt. Met andere woorden indien zowel bij INDUSTRIE als bij HANDEL de code 0 wordt weergegeven, dan behoort de onderneming tot de dienstensector. Echter, zal de variabele DIENSTEN niet mee worden opgenomen in het onderzoek naar de hypothesen om een probleem met multicollineariteit te vermijden.

3.3 Model

Voor het testen van onze eerste hypothese (H1), beschrijven we het model als volgt:

$$\text{Prob}(\text{BIG4}) = \frac{1}{1 + e^{-z}}$$

Waar $Z = \beta_0 + \beta_1 \text{COHESIE} + \beta_2 \text{NIET-FAMILIALE_MANAGERS} + \beta_3 \text{EIGENAARS} + \beta_4 \text{LEVERAGE} + \beta_5 \text{GROOTTE} + \beta_6 \text{ROA} + \beta_7 \text{GROEP} + \beta_8 \text{INDUSTRIE} + \beta_9 \text{HANDEL} + \varepsilon$

Voor het testen van H2, wordt het model als volgt voorgesteld:

$$\text{Prob}(\text{BIG4}) = \frac{1}{1 + e^{-z}}$$

Waar $Z = \beta_0 + \beta_1 \text{COHESIE} + \beta_2 \text{CEO_PERCEPTIE} + \beta_3 \text{COHESIE} * \text{CEO_PERCEPTIE} + \beta_4 \text{NIET-FAMILIALE_MANAGERS} + \beta_5 \text{EIGENAARS} + \beta_6 \text{LEVERAGE} + \beta_7 \text{GROOTTE} + \beta_8 \text{ROA} + \beta_9 \text{GROEP} + \beta_{10} \text{INDUSTRIE} + \beta_{11} \text{HANDEL} + \varepsilon$

4. Resultaten

4.1 Beschrijvende statistieken en correlaties

In tabel 4 worden de resultaten van de beschrijvende statistieken weergegeven met betrekking tot de steekproef (minima, maxima, medianen, gemiddelden en standaardafwijkingen) die in dit onderzoek werden gebruikt. Opvallend is dat slechts 6,70% van de ondernemingen in deze steekproef beroep doen op een auditor van de *Big 4*. Dit is een laag aantal, maar is niet uitzonderlijk wetende dat we in een context zitten met enkel private familiebedrijven. Ook in het onderzoek gedaan door Niskanen et al. (2010) werd een percentage van 13% vastgesteld van familieondernemingen die een auditor van de *Big 4* aanstellen, terwijl er een minder strikte definitie van private familiebedrijven werd gehanteerd in het onderzoek van Niskanen et al. (2010). Voor de controlevariabelen stellen we vast dat de gemiddelde waarde van NIET-FAMILIALE MANAGERS 0,4426 bedraagt, met andere woorden bestaat het topmanagementteam gemiddeld voor 44,26 procent uit niet-familiale (eigenaar-)managers. Verder wordt er een gemiddelde waarde van 3,16 waargenomen bij EIGENAARS. Dit wijst erop dat er gemiddeld 3 aandeelhouders betrokken zijn bij een familiebedrijf in deze studie en is een relatief laag getal indien men dit vergelijkt met de maximumwaarde (25) die werd waargenomen. Ook wordt er een waarde van 0,2960 weergegeven met betrekking tot de variabele GROEP, met andere woorden behoren de familiebedrijven in 29,60 procent van de gevallen tot een groep. De waarden met betrekking tot de andere controlevariabelen kunnen worden teruggevonden in tabel 4. Deze zijn in lijn met de verwachtingen.

De variabele COHESIE toont een gemiddelde waarde van 24,36 en een standaardafwijking van 8,71. Familiale cohesie is een gevoelig onderwerp, waardoor men zou kunnen verwachten dat de familiale CEO de vragenlijst niet zo eerlijk heeft beantwoord. Echter wijst de standaardafwijking in deze steekproef op veel variatie tussen de antwoorden. Met andere woorden kan hier worden geconcludeerd dat de gevoeligheid van het onderwerp niet op die manier heeft meegespeeld als eerst verwacht.

De correlaties met betrekking tot Pearson (onder de diagonaal) en Spearman (boven de diagonaal) worden weergegeven in tabel 5. Wat opvalt is dat bij de variabele BIG4 en de andere variabelen nooit een correlatie hoger dan 0,30 wordt waargenomen. Ook bij de controlevariabelen worden vrij lage waarden weergegeven. Algemeen concluderend worden er geen waarden weergegeven hoger dan 0,8. Dit is al een eerste indicatie op de afwezigheid van een probleem met betrekking tot de multicollineariteit (Pallant, 2016). Daarnaast werd er gekeken naar de *variance inflation factors* (niet weergegeven), deze rapporteren eveneens geen probleem van multicollineariteit, want alle waarden liggen onder de kritische waarde van 10 (de hoogste waargenomen waarde is 2,95).

De correlaties liggen in lijn met de vooropgestelde hypothesen. We zien in tabel 5 dat de variabele COHESIE negatief gecorreleerd is met de aanstelling van een BIG4 auditor, maar dit is enkel op een significantieniveau van 10%. De correlatie tussen de aanstelling van een kwaliteitsvolle auditor (BIG4) en elk van de vier waardepercepties van de CEO ten opzichte van de auditdienst is niet significant. Buiten de waardeperceptie omtrent emotionele waarde die wel significant is met de variabele BIG4. Het betreft hier eveneens op een significantieniveau van 10%. Wat betreft de controlevariabelen in correlatie met BIG4, hebben enkel NIET-FAMILIALE MANAGERS en GROOTTE

een significant effect op respectievelijk 1% en 10% significantieniveau. Ook is het opmerkelijk dat er tussen de variabelen COHESIE en GROOTTE geen significantie wordt weergegeven. Met andere woorden zullen er zich *agency* conflicten voordoen in zowel kleine als grote ondernemingen. Verder kan ook worden opgemerkt dat er geen significante correlatie is tussen COHESIE en EIGENAARS. Zoals hierboven reeds beschreven, werd de variabele EIGENAARS mee in het onderzoek genomen omdat het aantal *agency* conflicten zou stijgen indien het aantal eigenaars stijgt (Corten et al., 2017a). Deze stelling kan in dit onderzoek niet worden aanvaard.

CONTINUE VARIABLEN:							
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Gemiddelde</i>	<i>Mediaan</i>	<i>Standaard-afwijking</i>	
COHESIE	135	-4,0000	43,0000	24,3600	26,0000	8,7050	
CEO PERCEPTIE	FUNCTIONELE WAARDE	135	-3,3547	1,5433	0,0000	0,2718	1,0000
	SOCIALE WAARDE	135	-2,8226	3,3059	0,0000	0,0853	1,0000
	EMOTIONELE WAARDE	135	-3,1045	2,2323	0,0000	0,1942	1,0000
	PRIJS WAARDE	135	-2,7472	2,5172	0,0000	-0,0068	1,0000
NIET-FAMILIALE MANAGERS	135	0,0000	0,9286	0,4426	0,5000	0,2957	
EIGENAARS	135	1,0000	25,0000	3,1600	3,0000	3,3250	
LEVERAGE	135	0,0303	0,9657	0,5975	0,6322	0,2229	
GROOTTE	135	7,4399	11,5606	9,1693	9,0023	0,7528	
ROA	135	-0,0847	0,2874	0,0663	0,0526	0,0711	
CATEGORISCHE VARIABLEN:							
	<i>N</i>	<i>Proportie</i>					
BIG4	135	0,0670					
INDUSTRIE	135	0,5480					
HANDEL	135	0,3260					
DIENSTEN	135	0,1260					
GROEP	135	0,2960					

Tabel 4: Beschrijvende statistieken

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1 BIG4	1,00	-0,18**	-0,02	0,18**	0,08	0,06	0,26***	-0,01	0,00	0,19**	-0,02	0,12	-0,06	-0,04
2 COHESIE	-0,15*	1,00	-0,01	0,05	-0,04	0,00	-0,07	0,02	0,14	-0,04	0,02	-0,19**	0,11	-0,07
3 FUNCTIONELE WAARDE	-0,01	-0,03	1,00	0,04	0,05	0,05	0,00	0,08	0,14*	0,16*	0,07	-0,15*	0,04	0,08
4 EMOTIONELE WAARDE	0,16*	-0,06	0,00	1,00	0,03	0,02	0,10	-0,12	0,11	0,11	-0,03	-0,01	-0,07	0,03
5 SOCIALE WAARDE	0,09	-0,05	0,00	0,00	1,00	0,08	0,15*	-0,10	0,05	0,08	0,05	0,14	-0,18**	0,02
6 PRIJS WAARDE	0,03	0,01	0,00	0,00	0,00	1,00	0,08	0,16*	-0,12	0,17**	0,12	0,09	0,05	0,03
7 NIET-FAM. MANAGERS	0,23***	0,04	-0,03	0,07	0,14*	0,09	1,00	0,02	0,09	0,17**	-0,22***	0,25***	-0,18**	0,08
8 EIGENAARS	0,19**	-0,10	0,12	-0,17*	0,00	0,18**	0,19**	1,00	-0,13	-0,02	-0,08	-0,07	0,12	0,01
9 LEVERAGE	0,02	0,13	0,12	0,09	0,07	-0,11	0,12	-0,01	1,00	-0,24***	-0,34***	-0,12	0,04	-0,03
10 GROOTTE	0,24*	-0,01	0,08	0,10	0,13	0,20**	0,20**	-0,06	-0,30***	1,00	0,17**	0,08	-0,07	0,14*
11 ROA	-0,03	-0,04	0,00	-0,04	0,09	0,11	-0,24***	-0,10	-0,32***	0,23***	1,00	0,10	-0,11	-0,14
12 INDUSTRIE	0,12	-0,19**	-0,20**	0,02	0,15*	0,09	0,25***	-0,05	-0,11	0,08	0,11	1,00	-0,77***	0,00
13 HANDEL	-0,06	0,12	0,10	-0,13	-0,19**	0,05	-0,18**	0,13	0,03	-0,04	-0,11	-0,77***	1,00	-0,14
14 GROEP	-0,04	-0,02	0,07	0,05	0,02	0,02	0,08	0,01	0,00	0,14	-0,13	0,00	-0,14	1,00

Tabel 5: Correlatiematrix
N = 135

***. Correlatie is significant op het 1% significantieniveau; **. Correlatie is significant op het 5% significantieniveau; *. Correlatie is significant op het 10% significantieniveau. De Pearson correlaties worden weergegeven onder de diagonaal, de Spearman correlaties worden boven de diagonaal weergegeven; omwille van beperkingen in plaats.

4.2 Hypotheses testen

In dit onderzoek werd besloten om een logistische regressie (*logit regression*) uit te voeren omdat hier sprake is van een dichotome afhankelijke variabele, met name BIG4 die ofwel gecodeerd staat met waarde 0 (Neen) ofwel waarde 1 (Ja). De logistische regressie werd uitgevoerd aan de hand van de modellen van A. F. Hayes (2013) en de resultaten hiervan kunnen worden teruggevonden in tabel 6. In deze tabel kunnen de waarden worden weergenomen met betrekking tot de bèta coëfficiënten en de robuuste standaardfouten van de afhankelijke variabele, de onafhankelijke variabelen en de controlevariabelen. Daarbij wordt er per model de volgende elementen weergegeven: de Log Likelihood statistieken, de Chi-square statistieken en de McFadden R^2 .

In model 1 werd het effect van familiale cohesie (onafhankelijke variabele) op een kwalitatieve auditor (afhankelijke variabele) onderzocht. Uit model 1 kan een negatieve bèta-waarde van 0,072 worden vastgesteld op een significantieniveau van 10%. Met andere woorden, kan de eerste hypothese, met betrekking tot het negatieve verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor, worden aanvaard met 10% betrouwbaarheid.

Het moderatie-effect van de CEO's perceptie op de relatie tussen familiale cohesie en een kwaliteitsvolle auditor wordt onderzocht in de modellen 2, 3, 4 en 5. Per model wordt een andere waardeperceptie van de CEO getoetst met cohesie. De perceptie van de CEO wordt dus niet in zijn geheel getoetst aan cohesie, maar aan de hand van de vier onderscheiden factoren. Echter, wordt in geen enkel model een significant effect vastgesteld, waardoor de tweede hypothese niet kan worden aanvaard. Kortom, indien de CEO een negatieve perceptie heeft, dan zwakt het verband tussen familiale cohesie en de aanstelling van een kwalitatieve externe auditor niet af.

Een figuur zegt zoveel meer dan woorden. Om die reden werd een figuur gegenereerd op basis van de Johnson en Neyman techniek (Hayes, 2013) om het waardenbereik te bepalen van zowel functionele waarde, sociale waarde, emotionele waarde als prijs waarde waarvoor voorwaardelijke effecten statistisch significant zijn op een 0,05 niveau. Om een voorbeeld te geven, zou functionele waarde een significant effect kunnen aantonen wanneer de betrouwbaarheidsintervallen zich volledig boven of volledig onder nul bevinden. Echter, kon dit niet worden bevestigd aan de hand van de gegenereerde figuren. Dit is een bijkomstige bevestiging waarom de tweede hypothese niet kan worden aanvaard.

Model	1	2	3	4	5
Afhankelijke variabele	BIG4	BIG4	BIG4	BIG4	BIG4
Verklarende variabelen					
COHESIE	-0,072 (0,044)*	-0,073 (0,046)	-0,059 (0,062)	-0,072 (0,045)	-0,075 (0,046)
FUNCTIONELE WAARDE		0,495 (1,304)			
COHESIE * FUNCTIONELE WAARDE		-0,030 (0,053)			
EMOTIONELE WAARDE			0,538 (1,275)		
COHESIE * EMOTIONELE WAARDE			0,001 (0,059)		
SOCIALE WAARDE				0,259 (1,148)	
COHESIE * SOCIALE WAARDE				-0,009 (0,050)	
PRIJS WAARDE					0,154 (1,235)
COHESIE * PRIJS WAARDE					-0,032 (0,047)
Controle variabelen					
NIET_FAMILIALE MANAGERS	2,406 (1,958)	2,551 (1,999)	2,403 (1,978)	2,484 (2,019)	2,542 (2,124)
EIGENAARS	0,100 (0,077)	0,097 (0,081)	0,114 (0,083)	0,095 (0,079)	0,129 (0,084)
LEVERAGE	2,185 (2,180)	2,378 (2,270)	1,908 (2,403)	2,123 (2,214)	2,252 (2,168)
GROOTTE	1,429 (0,630)**	1,407 (0,634)**	1,190 (0,640)*	1,410 (0,637)**	1,660 (0,658)**
ROA	-4,380 (7,181)	-3,755 (7,496)	-3,888 (7,456)	-4,419 (7,252)	-3,381 (7,301)
GROEP	-0,988 (0,972)	-0,985 (0,983)	-0,660 (1,028)	-0,994 (0,977)	-1,098 (1,020)
INDUSTRIE	17,702 (8897,618)	12,448 (728,859)	12,942 (739,491)	12,687 (727,992)	13,011 (710,858)
HANDEL	17,290 (8897,618)	12,192 (728,859)	12,500 (739,492)	12,348 (727,993)	12,357 (710,858)
Intercept	-34,624 (8897,620)	-29,462 (728,885)	-27,983 (739,519)	-29,445 (728,019)	-32,301 (710,889)
Statistische maatregelen					
Log Likelihood	45,367	44,831	44,091	45,306	43,656
Chi-square	20,764**	21,301**	22,041**	20,826**	22,475**
McFadden R ²	0,314	0,322	0,333	0,315	0,340

Tabel 6: Logistische regressie resultaten

***, ** en * geven significantie aan op respectievelijk de niveaus 1%, 5% en 10%.

Opmerking: Deze tabel geeft de resultaten van de logistische regressie weer. Zowel de bèta coëfficiënten als de robuuste standaardfouten (tussen haakjes) worden weergegeven per variabele in elk model. Alsook kan in deze tabel de Log Likelihood, de Chi-square statistieken en McFadden R² worden teruggevonden voor elk model.

4.3 Bijkomende testen

Ten eerste werd er een bijkomende test gedaan aan de hand van een dummy variabele cohesie (COHESIE_DUMMY). Met name werd er een onderscheid gemaakt tussen lage en hoge cohesie op basis van het gemiddelde van cohesie (24,36) dat voorheen reeds werd berekend in de beschrijvende statistieken weergegeven in tabel 4. Alle waarden voor cohesie tot en met 24,36 werden beoordeeld als laag en kregen de waarde 0. Daarentegen de waarden voor cohesie hoger dan 24,36 kregen de waarde 1 toegewezen. Op die manier kunnen er eventueel wel significante verschillen worden waargenomen tussen categorieën (Sieben & Linssen, 2009). Echter, wordt hier geen significant effect waargenomen tussen COHESIE_DUMMY en de afhankelijke variabele BIG4 ($p = 0,206$). Hetzelfde geldt voor de analyses met moderatievariabelen COHESIE_DUMMY * FUNCTIONELE WAARDE ($p = 0,407$), COHESIE_DUMMY * EMOTIONELE WAARDE ($p = 0,726$), COHESIE_DUMMY * SOCIALE WAARDE ($p = 0,170$) en COHESIE_DUMMY * PRIJS WAARDE ($p = 0,532$). Dezelfde conclusie wordt waargenomen wanneer de Johnson en Neyman techniek (Hayes, 2013) wordt toegepast in de modellen.

Aangezien in de oorspronkelijke hypothesetest enkel een significant resultaat werd bekomen op de eerste hypothese, werd daarom de onafhankelijke variabele COHESIE verder geanalyseerd. Zoals hierboven reeds aangehaald, bestaat cohesie uit drie categorieën afkomstig van de schaal van Olson (2000): *balanced*, *enmeshed* en *disengaged*. Deze drie elementen kunnen worden samengebracht in een enkele formule, waarbij *disengaged* wordt verminderd van de som van *balanced* en *enmeshed* (Corten et al., 2017a). Kortom, is er een gebalanceerde schaal van cohesie (*balanced*) en zijn er twee ongebalanceerde schalen van cohesie (*enmeshed* en *disengaged*). Enerzijds behoort *enmeshed* tot ongebalanceerde cohesie, want deze categorie meet in welke mate er heel veel consensus is tussen de familieleden en zeer weinig onafhankelijkheid. En anderzijds is *disengaged* een ongebalanceerd onderdeel van cohesie, want deze categorie bepaalt in welke mate de familieleden ervoor hebben gekozen om elk hun eigen weg te gaan met een beperkte toewijding tot de familie. Dit in tegenstelling tot de categorie *balanced*, deze meet hoezeer de familie steeds zal proberen een optimale balans te vinden (Olson, 2000).

Bovenstaande wetende, zou kunnen worden gesteld dat de formule van cohesie voor twee-derde bestaat uit ongebalanceerde categorieën van cohesie en een-derde uit gebalanceerde cohesie. Kortom, zitten de verhoudingen niet volledig juist en nemen de ongebalanceerde categorieën de bovenhand in de formule. Daarom werd er een bijkomstige test gedaan met betrekking tot beide hypothesen waarbij er een andere meting (COHESIE_AANGEPAST) wordt gebruikt om familiale cohesie te berekenen. Deze formule van de onafhankelijke variabele COHESIE_AANGEPAST werd gesuggereerd door Olson (2011) en wordt namelijk op de volgende manier opgesteld: $balanced + (enmeshed - disengaged)/2$. De resultaten van deze regressie worden weergegeven in tabel 7. De bevindingen zijn dat zowel de eerste hypothese omtrent het negatief verband tussen COHESIE_AANGEPAST en BIG4 als de tweede hypothese omtrent het moderatie-effect niet worden aanvaard. Ondanks dat ook hier alle modellen in zijn geheel significant zijn, wordt er in geen enkel model een significant effect waargenomen tussen COHESIE_AANGEPAST en BIG4 (de p-waarden variëren tussen 0,114 en 0,375). Dezelfde bevinding met betrekking tot niet-significantie geldt voor de moderatie-analyses met respectievelijk de variabelen COHESIE_AANGEPAST * FUNCTIONELE

WAARDE ($p = 0,828$), COHESIE_AANGEPAST * EMOTIONELE WAARDE ($p = 0,983$), COHESIE_AANGEPAST * SOCIALE WAARDE ($p = 0,929$) en COHESIE_AANGEPAST * PRIJS WAARDE ($p = 0,578$). Ten laatste werd er een figuur gegenereerd met betrouwbaarheidsintervallen voor elk model aan de hand van de Johnson en Neyman techniek (Hayes, 2013). Ook hier kon het moderatie-effect niet worden bevestigd.

Enkele aanpassingen in de formule om cohesie te berekenen, wezen niet op een significant negatief verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor, noch op een significant versterkend moderatie-effect van de CEO's perceptie op dit negatief verband. Een volgende, bijkomende test werd toegepast op basis van enkel *disengaged* als maatstaf voor cohesie. Het begrip *disengaged* betekent namelijk dat de familieleden ervoor gekozen hebben om elk hun eigen weg te gaan en duidt bijgevolg op weinig samenhangende families (Olson, 2000). Zoals hierboven reeds besproken, zullen weinig samenhangende families meer intrafamiliale *agency* conflicten creëren waardoor de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor stijgt (Corten et al., 2017a). Daarom werd nu het verband getest tussen DISENGAGED en BIG4 en het moderatie-effect van de CEO's perceptie op dit verband. Het resultaat ligt in lijn met de voorgaande extra testen. Er wordt geen significant verband tussen DISENGAGED en BIG4 waargenomen in elk model (de p -waarden verschillen van $p = 0,221$ tot $p = 0,333$) en met betrekking tot de moderatie-analyses, bedragen de p -waarden respectievelijk $p = 0,304$ (FUNCTIONELE WAARDE * DISENGAGED), $p = 0,628$ (EMOTIONELE WAARDE * DISENGAGED), $p = 0,430$ (SOCIALE WAARDE * DISENGAGED) en $p = 0,234$ (PRIJS WAARDE * DISENGAGED). Aan hand van de Johnson en Neyman techniek (Hayes, 2013) werd het moderatie-effect van elk model in een figuur bekeken. Ook hier kon geen significant effect worden vastgesteld, want dit werd afgeleid aan de hand van de betrouwbaarheidsintervallen in elk model.

Ook kan de eerste hypothese in de andere richting worden bekeken met hetzelfde negatieve verband tussen de afhankelijke en onafhankelijke variabele. Zo kan er worden gesteld dat evenwichtige families, met name families die optimaal samenwerken, weinig tot geen intrafamiliale *agency* conflicten creëren waardoor de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor daalt. Daarom werd in deze laatste bijkomstige test gebruik gemaakt van BALANCED als maatstaf voor de onafhankelijke variabele. Alweer kan het negatieve verband tussen BALANCED en BIG4 niet worden aanvaard (de p -waarden variëren van $p = 0,204$ tot $p = 0,508$). Hetzelfde geldt voor de moderatie-analyses waarbij er in geen enkel model een significant effect wordt waargenomen met betrekking tot BALANCED * FUNCTIONELE WAARDE ($p = 0,633$), BALANCED * EMOTIONELE WAARDE ($p = 0,916$), BALANCED * SOCIALE WAARDE ($p = 0,523$) en BALANCED * PRIJS WAARDE ($p = 0,858$). Ten laatste werden de figuren getekend aan de hand van de Johnson & Neyman techniek (Hayes, 2013), met hetzelfde niet significante resultaat als voorgaande analyses.

Model	1	2	3	4	5
Afhankelijke variabele	BIG4	BIG4	BIG4	BIG4	BIG4
Verklarende variabelen					
COHESIE_AANGEPAST	-0,095 (0,063)	-0,101 (0,064)	-0,079 (0,089)	-0,096 (0,063)	-0,100 (0,065)
FUNCTIONELE WAARDE		0,175 (1,891)			
COHESIE_AANGEPAST * FUNCTIONELE WAARDE		-0,016 (0,072)			
EMOTIONELE WAARDE			0,531 (1,898)		
COHESIE_AANGEPAST * EMOTIONELE WAARDE			0,002 (0,082)		
SOCIALE WAARDE				-0,036 (1,428)	
COHESIE_AANGEPAST * SOCIALE WAARDE				0,005 (0,058)	
PRIJS WAARDE					0,243 (1,638)
COHESIE_AANGEPAST * PRIJS WAARDE					-0,035 (0,062)
Controle variabelen					
NIET_FAMILIALE MANAGERS	2,381 (1,981)	2,408 (2,002)	2,381 (1,989)	2,334 (2,027)	2,646 (2,141)
EIGENAARS	0,105 (0,077)	0,110 (0,080)	0,118 (0,082)	0,105 (0,080)	0,137 (0,084)
LEVERAGE	2,235 (2,184)	2,436 (2,268)	1,923 (2,407)	2,183 (2,215)	2,370 (2,188)
GROOTTE	1,443 (0,633)**	1,451 (0,644)**	1,197 (0,644)*	1,422 (0,641)**	1,683 (0,668)**
ROA	-4,304 (7,015)	-3,600 (7,212)	-3,818 (7,362)	-4,285 (7,110)	-3,444 (7,149)
GROEP	-0,931 (0,962)	-0,917 (0,968)	-0,622 (1,015)	-0,951 (0,971)	-1,054 (1,012)
INDUSTRIE	17,752 (8869,923)	12,549 (728,279)	12,971 (739,122)	12,726 (729,118)	13,097 (702,895)
HANDEL	17,283 (8869,923)	12,185 (728,279)	12,474 (739,123)	12,267 (729,119)	12,405 (702,895)
Intercept	-34,156 (8869,925)	-29,133 (728,304)	-27,498 (739,152)	-28,862 (729,144)	-32,022 (702,925)
Log Likelihood	45,706	45,334	44,288	45,657	44,023
Chi-square	20,425**	20,797**	21,843**	20,475**	22,108**
McFadden R ²	0,309	0,314	0,330	0,310	0,334

Tabel 7: Bijkomstige Logistische regressie.

***, ** en * geven significantie aan op respectievelijk de niveaus 1%, 5% en 10%.

Opmerking: Deze tabel geeft de resultaten van de logistische regressie weer. Zowel de bèta coëfficiënten als de robuuste standaardfouten (tussen haakjes) worden weergegeven per variabele in elk model. Alsook kan in deze tabel de Log Likelihood, de Chi-square statistieken en McFadden R² worden teruggevonden voor elk model.

5. Conclusies

5.1 Samenvatting

Deze masterproef heeft als doel om na te gaan of de CEO's perceptie inzake het nut van auditing een invloed heeft op de negatieve relatie tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor. Daarbij werden er twee hypothesen onderzocht. Enerzijds werd er onderzocht in welke mate de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor wordt bepaald door familiale cohesie in een familiebedrijf waarbij familiale cohesie een indicator is voor de aanwezige intrafamiliale *agency* conflicten. Meer specifiek werd er verondersteld dat indien er sprake is van zeer lage samenhang tussen de familieleden, zullen deze familieleden geen of in beperkte mate belangen en activiteiten delen (Schulze et al., 2003a). Hierdoor zullen er intrafamiliale *agency* conflicten optreden tussen de familieleden. Deze *agency* conflicten kunnen worden vermeden of aangepakt door het aanstellen van een externe (kwaliteitsvolle) auditor. Een externe auditor is namelijk een onafhankelijke partij die een frisse blik kan werpen op de werking binnen een (familie-)bedrijf (Branson et al, 2017). Lage cohesie tussen familieleden leidt tot een hogere auditvraag en omgekeerd. Daarom werd de eerste hypothese verondersteld over het negatief verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor. Deze eerste hypothese werd aanvaard in de eerste hypothesetest waarbij familiale cohesie werd berekend op basis van een formule gesuggereerd door Olson (2000), met name is cohesie gelijk aan de optelsom van *balanced* en *enmeshed* verminderd met *disengaged*. En waarbij een auditor van de *big4* werd gezien als een kwaliteitsvolle auditor.

Anderzijds werd de hypothese verondersteld met betrekking tot de perceptie van de CEO die de relatie tussen de familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle audit matigt. Meer specifiek, indien de CEO een negatief beeld heeft over auditing, dan zwakt het negatief verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor af. Zo kan de CEO een negatieve perceptie hebben ten opzichte van auditing wanneer hij/zij enkel kijkt naar de kostprijs ervan. Ook kan de CEO de komst van een auditor tegenwerken wanneer hij/zij angst heeft voor de onthulling van zijn of haar inferieure prestaties. Voordat de logistische regressies werden toegepast, werd de waardeperceptie van de CEO afgeleid door middel van het uitvoeren van een factoranalyse gebaseerd op de vier waardedimensies (functionele waarde, emotionele waarde, sociale waarde en prijs waarde) van Sweeney en Soutar (2001). Aan de hand van dit onderscheid werd het modererend effect van de CEO's perceptie op de negatieve relatie tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor getest. Echter kan de tweede hypothese niet worden aanvaard doordat er geen significant modererend effect werd waargenomen in de verschillende modellen.

Aangezien familiale cohesie gebaseerd is op de schaal van Olson (2000) en bijgevolg uit drie elementen bestaat, met name *balanced*, *enmeshed* en *disengaged*, werden er bijkomstige logistische regressies uitgevoerd met de onafhankelijke variabele cohesie. Er werden enkele aanpassingen gedaan aan de samenstelling van de formule voor cohesie (Olson, 2011) of cohesie werd vervangen door *disengaged* in een bijkomstige hypothesetest en door *balanced* in een andere bijkomstige test. Echter, werd er steeds geen significant effect waargenomen met betrekking tot de vooropgestelde hypothesen, waardoor enkel kan worden geconcludeerd dat er een negatief verband is tussen familiale cohesie en de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor (afgeleid uit de eerste hypothesetest

hierboven), maar het modererend effect van de CEO's waardeperceptie inzake het nut van auditing op dit negatief verband kan niet worden bevestigd.

5.2 Beperkingen en sturing voor toekomstig onderzoek

Een reden, waarom er geen significant effect wordt waargenomen met betrekking tot de moderatie-analyses, zou kunnen liggen in het feit dat er enkel rekening wordt gehouden met private familieondernemingen die verplicht een auditor aanstellen. Meer specifiek, de onderneming moet verplicht een auditor aanstellen wanneer minstens twee van de wettelijke groottecriteria zijn overschreden. Deze groottecriteria zijn: de onderneming heeft minstens vijftig werknemers in dienst, de onderneming behaalt een omzet van negen miljoen euro per jaar en/of de onderneming heeft een balanstotaal van minstens 4,5 miljoen euro per jaar. Ook is een onderneming verplicht een audit te laten uitvoeren wanneer er meer dan honderd werknemers zijn tewerkgesteld (Branson et al., 2017). Dit zijn relatief lage drempels voor het aanstellen van een auditor, waardoor vrijwillige vraag naar auditors vrij zeldzaam is (Corten et al., 2017a). Aangezien de onderneming reeds wettelijk verplicht is beroep te doen op een auditor, zou men kunnen veronderstellen dat de (negatieve) waardeperceptie van de CEO inzake het nut van auditing geen invloed heeft op de aanstelling van een externe auditor. Op die manier zou het interessanter zijn om te kijken naar private familiebedrijven die vrijwillig een auditor aanstellen om te onderzoeken of de negatieve perceptie van de CEO invloed zou kunnen uitoefenen op het negatieve verband tussen familiale cohesie en de vraag naar een externe auditor.

Wat mogelijk nog een reden is waarom er niet-significante resultaten worden waargenomen in de analyses, ligt in het feit dat er gebruik wordt gemaakt van een zeer beperkte dataset om de twee hypothesen te onderzoeken. De gebruikte dataset in deze masterproef bevat namelijk 135 *samples*. Zo zijn enkele onderzoekers er over eens dat een te kleine steekproef een negatieve invloed heeft op de kwaliteit en nauwkeurigheid van het onderzoek (Barlett, Kotrlik & Higgins, 2001; Krejcie & Morgan, 1970).

Deze studie heeft nog enkele interessante beperkingen die uitgesproken moeten worden en waar toekomstige onderzoekers rekening mee kunnen houden. Bij het interpreteren van de resultaten moet in het achterhoofd worden gehouden dat voor de afhankelijke variabele *Big 4* enkel rekening wordt gehouden met volgende auditingbedrijven: Ernst & Young, KPMG, PriceWaterhouseCoopers en Deloitte. Bijgevolg verkregen we een percentage van 6,70% van ondernemingen in deze steekproef die een auditor van de *Big 4* hebben aangesteld. Dit is een zeer laag percentage. In toekomstig onderzoek zou de interpretatie van kwaliteitsvolle auditor kunnen worden verruimd naar *Big4* en BDO, omdat de aanwezigheid van *Big 4* niet zo uitgesproken is in Belgische context. Bovendien is BDO de vijfde grootste auditingonderneming in België (Corten et al., 2017a).

Ook zou men het begrip van kwaliteitsvolle auditor op een andere manier kunnen invullen. In deze studie wordt er enkel gebruik gemaakt van *Big 4* ondernemingen als afhankelijke variabele. Voor toekomstig onderzoek zou het interessant kunnen zijn om het begrip kwaliteitsvolle auditor in te vullen door het aantal diensten die verschillende auditondernemingen aanbieden. Het is zo dat auditkwaliteit moeilijk te meten is (Collin et al., 2017) en het is al gebleken uit voorgaande studies

dat familieondernemingen eerder beroep doen op niet-*Big 4* auditondernemingen (Ho & Kang, 2013). Hieruit kan worden afgeleid dat familiebedrijven geen nood hebben aan de waargenomen auditkwaliteit van *Big 4* ondernemingen waardoor eerder het variërend aanbod van adviesdiensten meespelen in de keuze van auditor (Collin et al., 2017).

Ten derde, moet er nogmaals benadrukt worden dat de gegevens in deze steekproef resulteren uit antwoorden gegeven door de CEO van de onderneming. Met andere woorden kunnen de antwoorden beïnvloed zijn door de perceptie van de CEO ten opzichte van familiale cohesie en auditing. Met betrekking tot familiale cohesie kunnen de vragen aanzien worden als persoonlijk en daardoor ook vertrouwelijk. Deze kwestie wordt ook aangehaald in de studie van Corten et al. (2017a) betreffende de modererende rol van de raad van bestuur op de relatie tussen *agency* conflicten en auditvraag.

Ten vierde en verder ingaand op de invloed van de CEO, is er in realiteit zeer weinig geweten over hoe het management invloed heeft op de auditvraag (Corten et al., 2017b). Ondertussen is bekend door onderzoek van Cohen et al. (2010) dat het management (CEO, CFO) meeste invloed heeft op de aanwerving van een auditor, maar het is nog niet duidelijk op welke manier. Daarom is het aangeraden om in toekomstig onderzoek te analyseren hoe het management precies invloed uitoefent op de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor. Dit kan onder andere door te kijken naar interacties met partijen zoals de raad van bestuur en de shareholders (Corten et al., 2017b).

Een vijfde en laatste punt dat ik wil aanhalen is dat hier wordt gesproken over private familiebedrijven in een Belgische context die verplicht een auditor aanstellen. Vooral de Belgische context wil ik hier benadrukken. Er moet met een redelijke mate van voorzichtigheid worden omgegaan wanneer men de resultaten van dit onderzoek zou willen veralgemenen naar andere contexten, zoals bijvoorbeeld de Amerikaanse context. Belgische private familieondernemingen zijn relatief kleine ondernemingen in vergelijking met andere contexten. Dit kan een kwestie zijn in verband met de vraag naar een kwaliteitsvolle auditor, want Belgische bedrijven kunnen op die manier worden gezien als minder belangrijke cliënten voor *Big 4*-ondernemingen (Corten et al., 2017b).

6. Bronnen

- Bammens, Y., Voordeckers, W. & Van Gils, A. (2009). The impact of family cohesion on behavioral board processes: an examination of family firm heterogeneity [Elektronische versie]. Geraadpleegd via <http://hdl.handle.net>
- Barlett, J. E., Kotrlik, J. W. & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning & Performance Journal*, 19(1), 43-50.
- Becker, C. L., Defond, M. L., Jiambalvo, J., & Subramanyam, K. R. (1998). The effect of audit quality on earnings management. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1-24.
- Berrone, P, Cruz, C., & Gomez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25(3), 258-279.
- Branson, J., Breesch, D., & Hardies K. (2017). *Auditing*. (1^e druk). Brugge: Die Keure.
- Buchanan, J. M. (1975). The Samaritan's dilemma. In E. S. Phelps (Ed.) *Altruism, morality and economic theory* (1^e druk). New York: Russell Sage Foundation.
- Carey, P., Simnett, R., & Tanewski, G. (2000). Voluntary demand for internal and external auditing by family businesses. *Auditing: a journal of practice & theory*, 19(1), 37-51.
- Cohen, J., Krishnamoorthy, G., & Wright, A. (2010). Corporate Governance in the Post-Sarbanes-Oxley Era: Auditors' Experiences. *Contemporary Accounting Research*, 27(3), 751-786.
- Collin, S.-O. Y., Ahlberg, J., Berg, K., Broberg, P., & Karlsson, A. (2017). The auditor as consigliere in family firm. *Journal of Family Business Management*, (7)1, 2-20.
- Collis, J. (2012). Determinants of voluntary audit and voluntary full accounts in micro- and non-micro small companies in the UK. *Accounting and Business Research*, 42(2), 441-468.
- Corten, M., Steijvers, T., & Lybaert, N. (2017a). The effect of intrafamily agency conflicts on audit demand in private family firms: the moderating role of the board of directors. *Journal of Family Business Strategy*, 8, 13-28.
- Corten, M., Steijvers, T., & Lybaert, N. (2017b). The influence of the CEO's value perception towards auditing on audit demand in private firms. *Accounting & Finance*, 1-37. Doi: 10.1111/acfi.12304
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183-199.
- Dopuch, N., & Simunic, D. (1980). The nature of competition in the auditing profession: a descriptive and normative view. *Regulation and the Accounting Profession*, 34(2), 283-289.
- Dries, R., Van Brussel L., & Willekens, M. (2011). *Handboek auditing*. (3^e druk). Antwerpen: Intersentia.

- Dyer, W. G. (2003). The family: The missing variable in organizational research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 401-416.
- Fama, E.F., & Jensen, M.C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law & Economics*, 26(2), 301-326.
- Fan, J. P. H., & Wong, T. J. (2005). Do external auditors perform a corporate governance role in emerging markets? Evidence from east Asia. *Journal of Accounting Research*, 43(1), 35-72.
- Firth, M., & Smith, A. (1992). Selection of auditor firms by companies in the new issue market. *Applied Economics*, 24(2), 247-255.
- Francis, J. R., & Yu, M. D. (2009). Big 4 office size and audit quality. *The accounting review*, 84(1), 1521-1552.
- Gómez-Mejia, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106-137.
- Gómez-Mejia, L. R., Núñez-Nickel, M., & Gutierrez, I. (2001) The role of family ties in agency contract. *Academy of Management Journal*, 44(1), 81-95.
- Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: an update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334-343.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach*. (1st Edition). New York: The Guilford Press.
- Hayes, R., Wallage, P., & Gortemaker, H. (2014). *Principles of Auditing: An introduction to international Standards on Auditing*. (3rd Edition). Harlow: Prentice Hall.
- Ho, J. L. & Kang, F. (2013). Auditor choice and audit fees in family firms: evidence from the S&P 1500. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 32(4), 71-93.
- Hope, O.-K., Langli, J. C., & Thomas, W. B. (2012). Agency conflicts and auditing in private firms. *Accounting, Organizations & Society*, 37(7), 500-517.
- Jensen, M. (1994). Self-interest, altruism, incentives & agency theory. *Journal of Applied Corporate Finance*, 7(2), 1-16.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Johnstone, K. M., Gramling, A. A., & Rittenberg, L. E. (2014). *Auditing: A risk based approach to conducting a quality audit*. (9e editie). South Melbourne: South Western.

- Jones, C. D., Makri, M., & Gomez-Mejia, L. R. (2008). Affiliate Directors and Perceived Risk Bearing in Publicly Traded, Family-Controlled Firms: The Case of Diversification. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 32(6), 1007-1026.
- Kanodia, C., & Mukherji, A. (1994). Audit pricing, lowballing and auditor turnover: a dynamic analysis. *The Accounting Review*, 69(4), 593-615.
- Karra, N., Tracey, P., & Philips, N. (2006). Altruism and Agency in the Family Firm: Exploring the Role of Family, Kinship, and Ethnicity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(6), 861-877.
- Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. A. (2004). Feuding Families: When Conflict Does a Family Firm Good. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(3), 209-228.
- Knechel, W. R. (2016). Audit Quality and Regulation. *International Journal of Auditing*, 20, 215-223.
- Knechel, W.R., Krishnan, G. V., Pevzner, M., Shefchick, L. B., & Velury, U. K. (2013). Audit quality: Insights from the academic literature. *Auditing: A Journal of Practica & Theory*, 32(1), 385-421.
- Kouneski, E. F. (2000). *Studies using FACES and the circumplex model*.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Sample size determination table. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kueppers, R. J., & Sullivan, K. B. (2010). How and why an independent audit matters. *International Journal of Disclosure & Governance*, 7(4), 286-293.
- Lambrecht, J., & Lievens, J. (2008). Pruning the family tree: An unexplored path to family business continuity and family harmony. *Family Business Review*, 11(4), 295-313.
- Lawrence, A., Minutti-Meza, M., & Zhang, P. (2011). Can big 4 vs non-big 4 differences in audit-quality proxies be attributed to client characteristics. *The Accounting Review*, 86(1), 259-286.
- Lennox, C. (2005). Management ownership and audit firm size. *Contemporary Accounting Research*, 22(1), 205-227.
- Lubatkin, M. H., Schulze, W. S., Ling, Y., & Dino R. N. (2005). The effects of parental altruism on the governance of family-managed firms. *Journal of Organizational Behavior*, 26(3), 313-330.
- Niemi, L., Kinnunen, J., Ojala, H., & Troberg, P. (2012). Drivers of voluntary audit in Finland: To be or not to be audited? *Accounting and Business Research*, 42(2), 169-196.
- Niskanen, M., Karjalainen, J., & Niskanen, J. (2010). The role of auditing in small, private family firms: Is it about quality and credibility. *Family Business Review*, 23(3), 230-245.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd edition). New York: McGraw-Hill.
- Olson, D. H, Russell, C. S., & Sprenkle, D. H. (1983). The circumplex model of marital and family systems, VI: Theoretical update. *Family Process*, 22(1), 69-83.
- Olson, D. H. (2000). Circumplex model of marital and family systems. *Journal of Family Therapy*, 22(2), 144-167.

- Olson, D. H. (2011). Faces IV and the circumplex model: validation study. *Journal of Marital and Family Therapy*, 37(1), 64-80.
- Pallant, J. (2016). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. (6th edition). Maidenhead: McGraw-Hill Education.
- Piot, C. (2001). Agency costs and audit quality: Evidence from France. *European Accounting Review*, 10(3), 461-499.
- Poza, E. J., & Daugherty, M. S. (2014). *Family Business*. (4th Edition). Mason: South Western.
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., & Dino, R. N. (2003a). Exploring the agency consequences of ownership dispersion among the directors of private family firms. *Academy of Management Journal*, 46(2), 179-194.
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., & Dino, R. N. (2003b). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473-490.
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., Dino, R. N., & Buchholtz, A. K. (2001). Agency relationships in family firms: Theory and evidence. *Organization science*, 12(2), 99-116.
- Sieben, I. & Linssen, L. (2009). *Logistische regressie analyse: een handleiding*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Songini, L., & Gnan, L. (2015). Family Involvement and Agency Control Mechanisms in Family Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 748-779.
- Steijvers, T, Voordeckers W., & Vandemaele S. (2007). The ownership-performance puzzle: agency issues in small and medium-sized family firms. Geraadpleegd via: <http://hdl.handle.net>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. (6th edition). Harlow: Pearson Education Limited.
- Tagiuri, R., & Davis, J. A. (1992). On the Goals of Successful Family Companies. *Family Business Review*, 5(1), 43-62.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Westhead, P., & Cowling, M. (1998). Family firm research: the need for a methodological rethink. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(1), 31-56.
- Wright, P. M., Dunford, B. B., & Snell, S. A. (2001). Human resources and the resource based view of the firm. *Journal of Management*, 27(6), 701-721.