

Kwaliteit van accountantsdiensten: de markt aan het woord

Prof. Dr. R.J.M. Dassen

1 Inleiding¹

Het onderwerp 'De kwaliteit van accountantsdiensten' verheugt zich in een grote belangstelling. Dit Maandblad was reeds het gremium voor een discussie over de kwaliteit van dienstverlening door accountants (Blokdijs, 1993a; Dassen en Maijor 1993; Blokdijs, 1993b) en heeft in 1995 zelfs een heus themanummer rondom dit onderwerp het licht doen zien. Ook binnen de beroepsorganisatie heeft het onderwerp kwaliteit nadrukkelijk de aandacht, zoals blijkt uit het Beleidsprogramma 1993-1998 'Kwaliteit en Samenwerking' en uit het studierapport 'Accountant en ISO-certificering'.

Op zich is deze belangstelling niet nieuw, gezien de aandacht die bijvoorbeeld reeds Limperg aan dit onderwerp heeft gegeven. Nieuw is echter het inzicht, dat kwaliteit met name wordt gedetermineerd door percepties van de gebruikers van die diensten. Gebruikmakend van moderne inzichten in de marketingliteratuur op het gebied van het meten van verwachtingen en waarnemingen door consumenten van diensten, heeft de auteur een (promotie)onderzoek gedaan naar de beleving van kwaliteit op de accountantsmarkt. Voorafgaande aan de beschrijving van opzet en bevindingen van dit onderzoek wordt een korte beschouwing gewijd aan het traditionele denken over kwaliteit in accountantsland.

2 Vertrouwensleer: kwaliteit avant la lettre?

Volgens opvattingen in de moderne internationale marketingliteratuur wordt kwaliteit bepaald door de mate waarin de verwachtingen van de consument worden waargemaakt door de (gepercipieerde) prestaties van de dienstverlener. Parasuraman et al. (1986, p. 6) definiëren kwaliteit in dit verband als:

'... Perceived quality is the degree and direction of discrepancy between customer's perceptions and expectations.'

Spiegeling van deze definitie aan de door Limperg (1932, 1933) geconcipieerde Leer van het Gewekte Vertrouwen doet vermoeden, dat Limperg wederom fors voor de muziek is uitgelopen. Immers, de accountant dient op grond van de Leer zijn werkzaamheden zodanig in te richten, dat de verwachtingen van 'de verstandige leek' worden waargemaakt. De Leer van het Gewekte Vertrouwen als een vroegtijdige exponent van het moderne kwaliteitsdenken? Op het eerste oog wel, bij nadere beschouwing toch weer niet. Zoals reeds eerder is geconstateerd (Dassen, 1989; Van de Poel en Schilder, 1991) heeft Limperg met zijn introductie van de verstandige leek in feite het maatschappelijk verkeer 'doodgeknufteld', ondanks zijn oprechte (en waarschijnlijk succesvolle) streven om de kwaliteit van de beroepsuitoefening op een hoger plan te brengen. In tegenstelling tot bijvoorbeeld Dijksterhuis, die actief de markt op wilde om te achterhalen welke verwachtingen leefden bij cliënten en maatschappelijk verkeer (Van de Poel en Schilder, 1991), achtte Limperg het noodzakelijk dat de accountants zelf

Prof. Dr. R.J.M. Dassen RA is partner bij Deloitte & Touche Registeraccountants. Daarnaast is hij directeur van de Postdoctorale opleiding accountancy aan de Universiteit Maastricht en is hij verbonden aan het Maastricht Accounting and Auditing Research Centre (MARC).

de hoogte van de lat bepaalden. De verstandige leek was daarmee niet het resultaat van empirisch onderzoek, maar een *fictie* van het accountantsberoep, die vanuit de ivoren toren de verwachtingen van cliënten en maatschappelijk verkeer normeerde. Bespiegelingen over de toekomst van de accountantsfunctie, hoe interessant en soms vernieuwend ook, waren in de eerste decennia na de Leer dan ook meestal een product van introspectie, niet van dialoog met de consumenten van dienstverlening. Het is grappig om vast te stellen, dat deze trend is omgebogen door het instituut. dat zijn naam ontleent aan degene die de trend heeft ingezet. Het nog vaak aangehaalde rapport Opvattingen over Accountants van, jawel, het *Limperg*-Instituut (1987) was voor Nederlandse begrippen vernieuwend, door het geven van een systematische aanzet om de in ons land levende verwachtingen en opvattingen aangaande accountants scherp in beeld te brengen.

3 Het belang van verwachtingen bij de bepaling van kwaliteit

In de marketingliteratuur heeft het conceptualiseren en meten van de kwaliteit van dienstverlening met name in de jaren tachtig een hoge vlucht genomen.

Een belangrijk element in deze conceptualisering van kwaliteit is het belang van de *verwachtingen* van consumenten ten aanzien van de dienstverlening voor de beleving van kwaliteit. Zeithaml et al. (1991) onderscheiden in dit verband verwachtingen op het *aanvaardbare* niveau en verwachtingen op het *ideale* niveau. Verwachtingen op het aanvaardbare niveau geven als het ware de minimumeisen aan van de respondent. Het niet voldoen aan die normen heeft in beginsel een negatieve uitwerking op de beleving van kwaliteit. Verwachtingen op het ideale niveau geven aan welk niveau van dienstverlening de consument zou verwachten in een ideale situatie. Indien het werkelijke niveau van dienstverlening zich bevindt tussen deze twee extremen, bevindt de dienstverlening zich binnen de 'zone of tolerance' (Zeithaml et al., 1991). Onderschrijding van deze zone leidt tot een negatieve, overschrijding tot een zeer positieve kwaliteitsbeleving. Nemen wij het voorbeeld van een kapper. Idealiter zou u wellicht willen, dat u onmiddellijk bij binnenkomst wordt geholpen. De wachttijd zou voor u onaanvaardbaar worden zodra deze de 40 minuten

overschrijdt. Tussen 0 en 40 minuten bevindt de kwaliteit van de dienstverlening zich derhalve binnen de zone of tolerance.

Zeithaml et al. (1990), die een wezenlijke aanzet hebben gegeven tot het modelleren van de kwaliteit van dienstverlening, hebben zich met name gebaseerd op het verschil tussen het verwachte *ideale* kwaliteitsniveau en de werkelijke prestatie. het P-D (perceived performance minus desired expectations) model. Door een aantal onderzoekers wordt evenwel beweerd, dat de beleving van kwaliteit uitsluitend is gebaseerd op de (perceptie van de) werkelijke prestaties en dat verwachtingen hiertoe derhalve niet relevant zijn (zie bijvoorbeeld Cronin en Taylor, 1992 en 1994). Deze discussie woedt nog immer voort in de marketingliteratuur, reden waarom in dit onderzoek meerdere modellen zijn gehanteerd (zie later).

4 Dimensies van dienstenkwaliteit

Een belangrijk element in de conceptualisering van dienstenkwaliteit was voorts de onderkenning, dat de consument van een dienst een integraal onderdeel vormt van het dienstverlenende *proces*. Productie en consumptie van een dienst vinden gelijktijdig plaats, zodat het proces van totstandkoming van de dienst - anders dan in het geval van de vervaardiging van een fysiek product - voor de consument waarneembaar is en van invloed op zijn beleving van de geboden kwaliteit. Grönroos (1984) maakt in dit verband onderscheid tussen *technische* en *functionele* kwaliteit. Technische kwaliteit staat voor de kwaliteit van de *uitkomst* van het proces, terwijl functionele kwaliteit betrekking heeft op de kwaliteit van het *proces zelf*. Een eenvoudig voorbeeld kan dit onderscheid verhelderen. Uw beleving van de kwaliteit van de dienstverlening door een kapper wordt stellig beïnvloed door de mate waarin uw haardracht na afloop van de behandeling correspondeert met uw verwachtingen en met de gemaakte afspraken (technische kwaliteit). Echter, ook de behandeling zelf is relevant voor uw kwaliteitsbeleving. Wachttijd, kwaliteit en geluidsniveau van de muziek, de draaglijkheid van de small-talk van kapper en andere cliënten. al deze elementen zijn van invloed op uw beleving van de kwaliteit van het proces, derhalve van de functionele kwaliteit.

Leefflang en Willenborg (1995) hebben reeds inzicht gegeven in belangrijke aspecten van het

conceptualiseren en meten van functionele kwaliteit. Zij hebben het SERVQUAL-model beschreven, dat is ontwikkeld door de researchgroep van Parasuraman, Zeithaml en Berry en uitvoerig is behandeld in het hiervoor reeds genoemde boek van Zeithaml et al. (1990). Alhoewel zeker niet onomstreden (zie bijvoorbeeld Cronin en Taylor, 1992 en 1994; Teas, 1993 en 1994), heeft dit model in de marketingliteratuur brede erkenning en navolging ondervonden (Brown en Swartz, 1989; Bolton en Drew, 1991). Op grond van uitgebreid onderzoek onder de gebruikers van zeer verschillende vormen van dienstverlening heeft dit researchteam een vragenlijst ontwikkeld, bestaande uit 22 items, waarmee is getracht om het gehele spectrum van dienstverleningskwaliteit te beschrijven. Met behulp van factoranalyse is vervolgens in SERVQUAL een factorstructuur ontwikkeld, waarvan Zeithaml et al. (1990) claimen dat deze *generiek* is, met andere woorden toepasbaar voor elke vorm van dienstverlening. Deze structuur bestaat uit de volgende factoren:

- Uiterlijke kenmerken;
- Betrouwbaarheid;
- Alertheid;
- Zekerheid;
- Inlevingsvermogen.

Door een groot aantal onderzoekers zijn evenwel, op basis van empirisch onderzoek, twijfels geuit ten aanzien van deze claim van generieke toepasbaarheid (zie bijvoorbeeld Carman, 1990). Deze onderzoekers zijn van oordeel dat consumenten bij het beoordelen van de kwaliteit van diensten criteria aanleggen die sterk afhankelijk zijn van de aard van die dienst. Gegeven deze twijfels is voor het onderhavige onderzoek een specifieke factorstructuur ontwikkeld. Voorts geldt, dat de vijf factoren alle een *functioneel* karakter hebben (Lapierre en Filia-trault, 1995). Teneinde het gehele domein van kwaliteit voor een bepaalde vorm van dienstverlening in beeld te brengen, dienen derhalve ook specifieke *technische* vragen en factoren te worden ontwikkeld.

5 Accountantskwaliteit

Vertaald naar accountantsdiensten kunnen eveneens functionele en technische accountantskwaliteit worden onderkend. *Functionele accountantskwaliteit* wordt gedefinieerd als de mate

waarin het controleproces en de communicatie van de bevindingen tegemoet komen aan de verwachtingen van de consumenten (gebruikers van accountantsdiensten). Ten dele gebruikmakend van de definitie van DeAngelo (1981), is *technische accountantskwaliteit* gedefinieerd als de mate waarin de accountantscontrole tegemoet komt aan de verwachtingen van de consumenten met betrekking tot het ontdekken en rapporteren van onjuistheden en onregelmatigheden ten aanzien van de gecontroleerde onderneming en haar jaarrekening.

Voor de functionele accountantskwaliteit wordt het vertrekpunt gevormd door de vijf factoren die zijn onderscheiden door Zeithaml et al. (1990). Gegeven het feit, dat het generieke karakter van deze factorstructuur evenwel ter discussie staat (zie hiervoor), is denkbaar dat uit het empirische onderzoek een andersoortige factorstructuur blijkt. Ten aanzien van de elementen die de technische accountantskwaliteit determineren, is aansluiting gezocht bij het onderzoek dat in diverse landen is uitgevoerd ter identificatie van mogelijke verwachtingskloven (Commission on Auditor's Responsibilities/Cohen Commission, 1978; Hunger, 1981; Limperg Instituut, 1987; CICA, 1988; Humphrey et al., 1991; Porter, 1993). Uit deze onderzoeken komt naar voren, dat er een breed vertegenwoordigd verwachtingspatroon bestaat ten aanzien van uiteenlopende taken van de openbare accountant, die alle samenhangen met het ontdekken (*detectievaardigheid*) en rapporteren (*onafhankelijkheid*) door de accountant van de volgende onregelmatigheden:

- Onjuistheden in de verantwoording (inclusief winstverschuiving);
- Onzekerheid omtrent de continuïteit van de gecontroleerde huishouding;
- Lacunes in de administratieve organisatie en interne controle van de gecontroleerde huishouding;
- Fraude binnen de gecontroleerde huishouding;
- Onwettig handelen binnen de gecontroleerde huishouding.

Op basis van de verantwoordelijkheden van de registeraccountants ten tijde van het onderzoek, alsmede op basis van de bevindingen van voorgaand onderzoek op het gebied van verwachtingskloven, zijn de eerste drie verantwoordelijkheden aangemerkt als traditionele taken en de resterende als niet-traditionele taken.

6 Onderzoeksofzet

De volgende twee vragen stonden centraal binnen het promotieonderzoek:

- 1 Welke technische en functionele kwaliteitsattributen met betrekking tot accountantsdiensten worden gepercipieerd door cliënten en bankiers en wat is hun relatie met, en invloed op, de algemene oordelen over de kwaliteit van accountantsdiensten door deze twee groepen?
- 2 Wat is de invloed van de relatiekarakteristieken op de percepties van technische accountantskwaliteit van cliënten en bankiers?

De eerste onderzoeksvraag is betrekkelijk nieuw binnen het gebied van audit research. Op internationale schaal is het onderzoek in dit verband zeer beperkt, zowel in aantal als soms qua opzet (Shockley en Holt, 1983; Schroeder et al., 1986; Carcello et al., 1992; Scott en Van der Walt, 1995). Binnen Nederland is het reeds genoemde onderzoek van Leeftang en Willenborg (1995) zeer lezenswaardig. Evenwel is dit onderzoek beperkt tot functionele kwaliteit en wordt bovendien de generieke factorstructuur van Zeithaml et al. (1990) gehanteerd, hetgeen door sommige onderzoekers als minder gewenst wordt aangemerkt (zie hiervoor).

Aan de hand van de tweede onderzoeksvraag is bestudeerd in hoeverre kenmerken van de relatie tussen de accountant en zijn cliënt van invloed zijn op de perceptie van technische kwaliteit. In dit verband is het effect van de volgende relatiekarakteristieken onderzocht:

- Grootte van het accountantskantoor;
- Grootte van de cliënt;
- Financiële gezondheidstoestand van de cliënt;
- Duur van de relatie tussen het accountantskantoor en de cliënt;
- Hoeveelheid adviesdiensten van het accountantskantoor aan de cliënt.

Anders dan in het meeste bestaande onderzoek op dit gebied, is in dit onderzoek gekozen voor een opzet waarbij de *percepties* van het management van de gecontroleerde cliënten (cliënten) en van de account managers van banken (bankiers) konden worden gemeten aan de hand van *bestaande* controleopdrachten. Onderstreept wordt, dat het hier *perceptie*onderzoek betreft. Niet de 'objectieve' kwaliteit (zo die bestaat), maar de *beleving* van kwaliteit door de consument staat derhalve centraal.

Teneinde een vergelijking te kunnen maken tussen de kwaliteitsoordelen van cliënten en bankiers is ernaar gestreefd, om per controleopdracht zowel een oordeel te krijgen van de betrokken cliënt als van de bankier die bij de betreffende cliënt als huisbankier geldt. Om dit te bewerkstelligen is de medewerking gevraagd van een aantal banken bij de benadering van de cliënten en de hierbij betrokken account managers van de bank. De selectie van opdrachten vond in beginsel at random plaats door de participerende banken, evenwel binnen de volgende randvoorwaarden:

- 1 Het moest een cliënt betreffen waar een registeraccountant een opdracht tot *controle* van de jaarrekening had;
- 2 De betreffende bank moest ten minste 20% van het balanstotaal financieren. Deze voorwaarde was ingebouwd teneinde te bewerkstelligen dat de bankier een belangrijke stakeholder zou zijn.

De cliënten en account managers die uit de bestanden van de bankiers waren geselecteerd, kregen een vragenlijst toegestuurd, die in beginsel is ontleend aan het SERVQUAL-onderzoeksinstrument. Belangrijkste aanpassingen betroffen de toevoeging aan de lijst van items op het gebied van technische kwaliteit en van items die door de onderzoekers - mede op basis van de uitgevoerde pretests - als specifiek relevant voor de dienstverlening door accountants werden aangemerkt. Door inschakeling van een notariskantoor kon tenslotte de anonimiteit van de respondenten gegarandeerd worden, hetgeen gelet op de gevoeligheid van de gevraagde informatie gewenst was. De respons van cliënten (66 vragenlijsten, 36%) en bankiers (89 vragenlijsten, 48%) is acceptabel, mede gezien de gevoeligheid van de verlangde informatie en de omvang van de vragenlijsten.

7 Het data-materiaal

Tabel 1 geeft de karakteristieken van de cliënt-accountant-relaties die door de bankiers uit hun bestanden zijn geselecteerd.

Hieruit blijkt een redelijke spreiding in de waarnemingen, zij het dat de maximale waarde van het omzetsniveau aangeeft dat de categorie van zeer grote ondernemingen in het onderzoek ontbreekt. Opvallend is voorts, dat de onderzochte waarnemingen ook zeer kleine ondernemingen

Tabel 1: Relatiekarakteristieken

Relatiekarakteristiek	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Standaarddeviatie
Omzet (NLG)	500.000	600.800.000	50.140.000	107.870.000
Balanstotaal (NLG)	600.000	456.800.000	34.170.000	79.130.000
Aantal werknemers	1	3.894	189,59	562,02
Financiële toestand (1-5)	1 (uitstekend)	5 (slecht)	1,92	1,04
Controledaclaratie (NLG)	4.800	520.000	60.280	71.510
Adviesdaclaratie (NLG)	0	300.000	23.650	51.320
Duur relatie (jaren)	1	40	11,95	8,81

omvatten, die zich kennelijk vrijwillig - althans: niet op grond van de wet - aan accountantscontrole onderwerpen.

Uit een eerste analyse van het datamateriaal blijkt, dat het gemiddelde totaaloordeel van zowel cliënten als bankiers over de kwaliteit van het functioneren van de accountant positief is (5,42 respectievelijk 5,47, op een 7-puntsschaal). Op individuele attributen blijft de prestatie van de accountants over het algemeen beneden het *ideale* verwachtingenniveau, doch dit beeld is in overeen-

stemming met de uitkomsten van SERVQUAL-onderzoek ten aanzien van andere vormen van dienstverlening. Opmerkelijk is echter, dat de prestatie in een aantal gevallen ook achterblijft bij het niveau van de *aanvaardbare* verwachtingen. Hierbij wordt opgemerkt, dat het onderzoek op het gebied van meting van aanvaardbare verwachtingen nog zeer schaars is. Nader onderzoek is gewenst teneinde meer inzicht te krijgen in de conceptualisering van dit niveau en in de betekenis ervan voor kwaliteitspercepties.

Tabel 2A: Gemiddelden en standaarddeviaties per vraag: technische kwaliteit

Technische variabele	Bankier/ Cliënt	Gemiddelde en standaarddeviatie		
		Performance	Performance minus Desired	Performance minus Adequate
* Ontdekken van onjuistheden in de jaarrekening	B	5.55 (0.97)	-0.89 (1.03)	-0.66 (1.18)
	C	5.08 (1.36)	-0.80 (1.53)	-0.74 (1.36)
Rapporteren van onjuistheden in de jaarrekening	B	5.65 (1.09)	-0.87 (1.10)	-0.84 (1.21)
	C	5.52 (1.18)	-0.41 (0.99)	-0.27 (1.05)
**Ontdekken van resultaatverschuiving in de jaarrekening	B	5.60 (0.97)	-0.86 (0.98)	-0.53 (1.19)
	C	4.81 (1.43)	-0.65 (1.20)	-0.20 (1.13)
**Rapporteren van resultaatverschuiving in de jaarrekening	B	5.56 (0.95)	-0.85 (0.99)	-0.73 (1.00)
	C	4.86 (1.45)	-0.48 (1.28)	0.09 (1.09)
Ontdekken van continuïteitsproblemen	B	6.03 (1.02)	-0.79 (1.02)	-0.74 (1.02)
	C	5.78 (1.14)	-0.58 (1.01)	-0.33 (1.52)
**Rapporteren van continuïteitsproblemen in de verklaring	B	5.54 (1.11)	-0.83 (1.14)	-0.70 (1.00)
	C	4.96 (1.64)	-0.11 (1.08)	-0.02 (1.23)
**Ontdekken van tekortkomingen in de interne organisatie	B	5.47 (1.06)	-0.39 (1.02)	-0.56 (0.92)
	C	4.86 (1.41)	-0.45 (1.27)	-0.18 (1.37)
**Rapporteren in de verklaring van tekortkomingen in de interne organisatie	B	5.33 (1.26)	-0.64 (1.20)	-0.56 (1.04)
	C	4.33 (1.64)	-0.27 (1.48)	0.09 (1.72)
Ontdekken van fraude	B	5.83 (0.87)	-0.81 (0.88)	-0.66 (0.88)
	C	5.60 (1.36)	-0.55 (1.14)	-0.30 (1.50)
* Rapporteren in de verklaring van fraude waardoor het bedrijf schade heeft geleden	B	5.09 (1.37)	-0.43 (1.22)	-0.21 (1.32)
	C	4.42 (1.98)	-0.11 (1.07)	0.09 (1.22)
* Rapporteren van fraude aan de Belastingdienst	B	4.75 (1.52)	-0.40 (1.48)	-0.16 (1.34)
	C	4.17 (2.02)	-0.09 (1.20)	-0.09 (0.72)
**Ontdekken van onwettig handelen	B	4.74 (1.27)	-0.51 (1.12)	-0.26 (1.09)
	C	4.10 (1.70)	-0.48 (1.11)	-0.55 (1.48)
Rapporteren van onwettig handelen in de verklaring	B	4.99 (1.27)	-0.56 (1.20)	-0.33 (1.14)
	C	4.69 (1.65)	-0.09 (0.85)	0.00 (0.82)

Tabel 2B: Gemiddelden en standaarddeviaties per vraag: functionele kwaliteit

Functionele variabele	Bankier/ Cliënt	Gemiddelde en standaarddeviatie		
		Performance	Performance minus Desired	Performance minus Adequate
Tijdige levering	B	5.48 (1.18)	-0.71 (1.48)	-0.30 (1.42)
	C	5.34 (1.15)	-0.92 (1.64)	-0.52 (1.83)
Vertrouwenwekkend gedrag van medewerkers	B	5.81 (1.04)	-0.49 (1.22)	-0.36 (1.08)
	C	5.83 (1.02)	-0.50 (1.22)	-0.39 (1.30)
Werkdossier op orde	B	5.70 (0.97)	-0.84 (1.09)	-0.45 (1.10)
	C	5.83 (0.92)	-0.65 (1.00)	-0.27 (1.23)
**Toereikende notaspecificatie	B	4.86 (1.46)	-1.44 (1.80)	-1.10 (1.66)
	C	3.61 (1.77)	-2.73 (2.09)	-2.18 (2.10)
Verzorgd uiterlijk van medewerkers	B	5.86 (0.95)	-0.29 (1.30)	0.50 (1.20)
	C	5.96 (0.82)	0.09 (0.99)	0.86 (1.14)
Medewerkers hebben het nooit te druk om vragen van cliënten te beantwoorden	B	5.25 (0.95)	-0.25 (1.43)	-0.86 (1.05)
	C	5.48 (1.23)	-0.08 (1.41)	-0.44 (1.39)
Belang van de cliënt staat voorop	B	5.53 (0.99)	-0.64 (1.33)	-0.35 (1.35)
	C	5.51 (1.25)	-0.47 (1.54)	-0.55 (1.46)
* Belang van externe belanghebbenden (onder wie bankiers) staat voorop	B	4.17 (1.37)	-0.35 (1.22)	-0.10 (1.37)
	C	3.58 (1.53)	0.26 (1.52)	0.45 (1.29)
Medewerkers komen altijd op tijd	B	5.50 (1.01)	-0.33 (1.12)	-0.24 (1.43)
	C	5.52 (1.27)	-0.65 (1.57)	-0.56 (1.45)
Medewerkers hebben een hulpvaardige attitude	B	5.70 (0.86)	-0.54 (1.18)	-0.05 (1.07)
	C	5.95 (1.18)	-0.32 (1.20)	0.06 (1.15)
**Medewerkers zijn hoffelijk en vriendelijk tegenover cliënten	B	5.55 (0.83)	0.07 (1.39)	0.73 (1.09)
	C	6.04 (0.85)	0.35 (1.18)	1.01 (1.21)
* Medewerkers geven persoonlijke aandacht	B	5.67 (0.92)	-0.36 (1.02)	-0.18 (1.16)
	C	5.28 (1.02)	-0.97 (1.10)	-0.47 (1.26)
Medewerkers kennen de specifieke wensen van cliënten	B	5.53 (1.06)	-0.42 (1.50)	-0.01 (1.62)
	C	5.64 (1.12)	-0.35 (1.23)	-0.05 (1.57)
* Moderne technische uitrusting	B	6.00 (0.93)	-0.32 (1.18)	0.33 (1.32)
	C	5.63 (1.00)	-0.20 (1.27)	0.41 (1.25)
**Exacte planningsafspraken	B	5.40 (0.98)	-0.78 (1.16)	-0.07 (1.42)
	C	5.92 (1.10)	-0.39 (1.09)	0.23 (1.29)
Cliënt heeft één centraal aanspreekpunt	B	5.85 (1.23)	-0.66 (1.37)	0.41 (1.59)
	C	5.83 (1.37)	-0.29 (1.33)	0.65 (1.53)
Kennis om attentiepunten in fiscale sfeer te identificeren	B	5.80 (1.10)	-0.65 (1.17)	-0.13 (1.34)
	C	5.57 (1.18)	-0.70 (1.46)	-0.30 (1.35)
Kennis om attentiepunten in jaarverslaggeving te identificeren	B	5.91 (0.85)	-0.63 (0.84)	-0.44 (0.92)
	C	5.92 (0.98)	-0.50 (1.06)	-0.11 (1.20)
* Kennis om attentiepunten in ondernemingsfinanciering te identificeren	B	5.47 (1.14)	-0.90 (1.19)	-0.16 (1.16)
	C	4.93 (1.46)	-0.94 (1.32)	-0.30 (1.23)
* Kennis om attentiepunten op gebied van BIV/AO te identificeren	B	5.60 (1.11)	-0.53 (1.06)	-0.09 (1.00)
	C	5.23 (1.19)	-0.42 (1.53)	0.06 (1.36)
**Kennis om attentiepunten t.a.v. algemene bedrijfsvoering te identificeren	B	5.52 (1.01)	-0.35 (1.04)	0.11 (1.23)
	C	4.93 (1.42)	-0.18 (1.38)	0.12 (1.25)
Stabiele samenstelling controleteam	B	5.49 (1.15)	-0.37 (1.41)	0.41 (1.81)
	C	5.30 (1.60)	-0.61 (1.98)	0.02 (2.38)
Goed verzorgde brieven en rapporten	B	6.06 (0.82)	-0.49 (0.92)	-0.06 (1.03)
	C	6.22 (0.78)	-0.20 (0.79)	0.30 (0.99)
Medewerkers zijn voortdurend goed bereikbaar	B	5.19 (0.93)	-0.69 (1.13)	-0.08 (1.20)
	C	5.37 (0.99)	-0.39 (1.39)	0.32 (1.25)
Oprechte belangstelling voor problemen van cliënt	B	5.74 (0.96)	-0.64 (1.09)	-0.31 (1.09)
	C	5.96 (1.15)	-0.30 (1.26)	-0.09 (1.37)
**Dienstverlening in één keer goed	B	5.60 (0.84)	-0.51 (1.05)	0.45 (1.36)
	C	5.32 (1.16)	-0.81 (1.29)	-0.04 (1.62)
Prompte dienstverlening	B	5.50 (0.80)	-0.39 (1.00)	0.32 (1.13)
	C	5.51 (1.15)	-0.56 (1.30)	0.02 (1.29)
Cliënten voelen zich gerust bij het doen van zaken met accountantskantoor	B	5.83 (0.93)	-0.80 (0.96)	-0.39 (0.86)
	C	5.83 (0.95)	-0.42 (1.25)	-0.32 (1.43)
Bevindingen worden regelmatig besproken met management	B	5.45 (1.03)	-0.87 (1.13)	-0.53 (1.42)
	C	5.34 (1.43)	-0.65 (1.43)	-0.17 (1.74)
Accountantskantoor is gevestigd in een aantrekkelijk pand	B	5.55 (1.18)	0.83 (1.61)	1.66 (1.59)
	C	5.77 (1.29)	1.50 (1.72)	1.97 (1.72)

* = significant verschillend gemiddelde op performance-niveau tussen bankiers en cliënten bij $p = 0.05$

** = significant verschillend gemiddelde op performance-niveau tussen bankiers en cliënten bij $p = 0.01$

Een en ander is weergegeven in tabel 2, waarin de gemiddelden en standaarddeviaties van de antwoorden per item uit de vragenlijst zijn gerubriceerd op een drietal niveaus:

- (Perceived) performance-niveau (de perceptie van de werkelijke prestatie van de accountant);
- (Perceived) performance minus desired-niveau (de perceptie van de werkelijke prestatie minus de verwachting op ideaal-niveau);
- (Perceived) performance minus adequate-niveau (de perceptie van de werkelijke prestatie minus de verwachting op aanvaardbaar-niveau).

Uit deze tabel blijkt, dat bankiers zowel ten aanzien van detectievaardigheid ('ontdekken') als ten aanzien van onafhankelijkheid ('rapporteren') hogere verwachtingen hebben dan cliënten. Voor wat betreft de *onafhankelijkheid* van de accountants is zulks niet onverwacht. Op grond van de agencytheorie (Dassen, 1989) zullen cliënten de *schijn* van onafhankelijkheid van de accountant appreciëren. Echter, *feitelijke* onafhankelijkheid - de accountant rapporteert een onjuistheid/ onregelmatigheid, ondanks verzet van de cliënt - zal door de cliënt op zijn minst als lastig worden ervaren... De hogere verwachtingen van bankiers ten aanzien van de detectievaardigheid kan worden verklaard door (1) het feit dat bankiers meer dan cliënten voor hun informatievoorziening over de gang van zaken zijn aangewezen op rapportage door de accountant en (2) het feit dat bankiers, in tegenstelling tot cliënten, geen directe afweging behoeven te maken tussen controlekwaliteit en controleprijs.

Voorts valt op, dat de verwachtingskloven voor de niet-traditionele taken (fraude, onwettig handelen) van de accountant zeker niet groter zijn dan voor de traditionele taken. De alarmerende meldingen in voorgaand onderzoek over gapende verwachtingskloven op dit gebied worden derhalve - althans voor cliënten en bankiers - niet bevestigd.

Ten slotte blijkt uit deze eerste analyse, dat accountants de verwachtingen van met name cliënten op het gebied van uiterlijke kenmerken sterk overtreffen, zodanig zelfs dat dit een negatieve lading lijkt aan te nemen. Kennelijk zijn accountants in de ogen van *sommige* cliënten net even te chique en te vriendelijk en zijn hun gebouwen enigszins 'overdone'. Allerm minst overdone is daarentegen de specificatie van de

accountantsnota, die ver achterblijft bij de verwachtingen van cliënten en bankiers.

8 Onderzoeksvraag 1: attributen van accountantskwaliteit

Met behulp van factoranalyse zijn de vragen zoals weergegeven in tabel 2 gecombineerd in een beperkt aantal factoren. Voor zowel cliënten als bankiers zijn hiertoe factorstructuren gecreëerd voor de drie onderscheiden kwaliteits-concepten:

- perceived performance;
- perceived performance minus desired expectations (P-D);
- perceived performance minus adequate expectations (P-A).

Teneinde tot een adequate interpretatie te geraken van de factoren voor elk onderscheiden kwaliteitsconcept, is in hoofdzaak gekeken naar de variabelen die een factor-loading van meer dan 0,5 voor de betreffende factor bleken te hebben. In de literatuur wordt algemeen onderkend, dat de identificatie van een benaming van factoren een subjectief karakter heeft. Boyd e.a. (1985, p. 643) stellen hierover, dat 'in some cases, the (...) statements associated with an identified factor may not give a clear indication as to how the factor should be named. The naming of the factors then becomes quite subjective, and this subjectivity is disturbing to many researchers.' Teneinde deze subjectiviteit niettemin zo sterk mogelijk terug te dringen, hebben twee onderzoekers afzonderlijk van elkaar de factoren benoemd. Gevallen waarin geen overeenstemming bestond, zijn voorgelegd aan een forum, bestaande uit een cliënt, een bankier, een accountant/partner en een tweetal hoogleraren accountancy. Gegeven de in dit forum bereikte hoge mate van consensus, lijkt de subjectiviteit van het benoemingsproces derhalve te zijn teruggedrongen.

Vervolgens is voor elk van deze factorstructuren een regressievergelijking opgezet, waarin het totale kwaliteitsoordeel de afhankelijke variabele en de factoren de onafhankelijke variabelen vormen. Het voordeel van het opnemen van factoren in plaats van individuele vragen als onafhankelijke variabelen is tweeledig. Enerzijds is het statistische voordeel, dat factoranalyse - mits op een bepaalde wijze uitgevoerd - factoren creëert die volstrekt ongecorrleerd zijn. Het

risico van multicollineariteit - aanzienlijk wanneer de individuele vragen worden gehanteerd - wordt daarmee voorkomen. Voorts biedt een dergelijke techniek het voordeel, dat de analyse aangaande de attributen van accountantskwaliteit op een hoger abstractieniveau kan plaatsvinden. Ten behoeve van de regressievergelijkingen is gebruik gemaakt van de stepwise selection, waarbij specifieke tests zijn uitgevoerd om mogelijke non-lineariteit of multi-collineariteit te detecteren, zonder overigens enig signaal op te leveren van de aanwezigheid hiervan.

In tabel 3 is een samenvatting gemaakt van de factoren die een significante invloed hebben op het totale kwaliteitsoordeel. Hiertoe zijn in deze tabel uitsluitend samengevat de factoren, die in de regressievergelijking een significante relatie hebben met het totale kwaliteitsoordeel. Met andere woorden, een hoge score op de betreffende factoren heeft tevens een (positief) effect op het totale kwaliteitsoordeel van de respondent.

Vergelijking met de factorstructuur van Zeithaml et al. (1990) leert, dat er weliswaar een zekere mate van overeenstemming bestaat tussen hun (generieke) factorstructuur en de factorstructuren volgens tabel 3, maar dat de meeste factoren in deze tabel toch het specifieke karakter van de markt voor accountantsdiensten weerspiegelen. Een vergelijking van de regressiemodellen van cliënten en bankiers levert een aantal interessante bevindingen op:

- *Cliënten* baseren hun totaaloordeel over de kwaliteit van de accountantsdienst met name op professionele (detectievaardigheid; meedenkfunctie, zijnde de vaardigheid van de accountant om attentiepunten voor het management te signaleren) en communicatieve (communicatie; alertheid; toegankelijkheid) vaardigheden. De accountant kan derhalve niet volstaan met het vinden van onjuistheden en onregelmatigheden, maar wordt ook geacht kansen en bedreigingen te identificeren ten behoeve van het management op een breed vlak. Daarnaast dient de accountant veel aandacht te geven aan de communicatie met de cliënt. Regelmatig bespreken van bevindingen, goed luisteren naar de wensen en de gedachtere wereld van de cliënt en een goede bereikbaarheid zijn in dit verband de kernbegrippen van professioneel ondernemerschap. Ten slotte valt op, dat cliënten onafhankelijkheid niet als een

significante determinant in hun totaaloordeel betrekken. De hiervoor reeds verwoorde gedachte, dat de schijn van onafhankelijkheid wél, maar feitelijke onafhankelijkheid niet op prijs wordt gesteld, past binnen deze bevinding.

- *Bankiers* baseren hun totaaloordeel over de kwaliteit van de accountantsdienst eveneens op professionele (meedenkfunctie; traditionele en niet-traditionele accountantstaken) en communicatieve (communicatie, toegankelijkheid) vaardigheden. Echter, daarnaast spelen onafhankelijkheid (een onderdeel van traditionele en niet-traditionele accountantstaken!) en uiterlijkheden een rol in dit beoordelingsproces. Het belang van onafhankelijkheid is niet onverwacht, aangezien de controlefunctie voor het maatschappelijk verkeer - en dus voor bankiers - in beginsel slechts relevantie heeft indien gesignaleerde onjuistheden/onregelmatigheden ook worden gerapporteerd. Het belang van de uiterlijkheden is enigszins verrassend. Waarschijnlijk leidt de betrekkelijk geringe frequentie waarmee bankiers een specifieke accountant ontmoeten ertoe, dat de 'eerste indruk' van groot belang is.

Onderlinge vergelijking van de 3 factorstructurentypen (performance, performance minus desired, performance minus adequate) laat enige verschillen zien. Hieruit kan voorzichtig worden afgeleid, dat verwachtingen slechts voor een aantal attributen van significante invloed zijn op het totale kwaliteitsoordeel. Zoals hiervoor reeds aangegeven, is het inzicht in de marketingliteratuur over het belang van verwachtingen voor kwaliteitspercepties nog in een ontwikkelingsfase. Een verdere discussie over de verschillen tussen de factorstructuur-typen is derhalve van zeer fundamentele aard, doch valt buiten het bestek van dit artikel.

Ten slotte is het interessant, om de bevindingen ten aanzien van cliënten (op performance-niveau) te vergelijken met de bevindingen van Leeflang en Willenborg (1995). Gebruikmakend van de generieke factorstructuur van SERVQUAL (waarin zoals reeds gesteld uitsluitend functionele kwaliteitsattributen voorkomen) vonden zij, dat respondenten deskundigheid en betrouwbaarheid als belangrijkste determinanten van service-kwaliteit door accountants classificeren, gevolgd

Tabel 3: Factorstructuur van factoren significant in regressievergelijkingen

Factoren	Significante factoren bij performance (factor-lading)		Significante factoren bij performance minus desired (P-D) (factor-lading)		Significante factoren bij performance minus adequate (P-A) (factor-lading)	
	C	B	C	B	C	B
Cliënten/Bankiers						
Inlevingsvermogen	0.200*⁽¹⁾ 1. Altijd op tijd (.75) 2. Hulpvaardige attitude (.71) 3. Werkdossier op orde (.60) 4. Kennen specifieke wensen cliënt (.58) 5. Persoonlijke aandacht (.53) 6. Vertrouwenwekkend gedrag (.52) 7. Oprechte belangstelling problemen cliënt (.51)					
Betrouwbaarheid		0.155* 1. Kennis om attentiepunten in jaarverslaggeving te identificeren (.81) 2. Moderne technische uitrusting (.75) 3. Goed verzorgde brieven en rapporten (.68) 4. Kennis om attentiepunten in fiscale sfeer te identificeren (.59) 5. Tijdige levering (.55) 6. Cliënten voelen zich gerust (.54)				
Alertheid			0.393*** 1. Tijdige levering (.84) 2. Prompte dienstverlening (.67) 3. Dienstverlening in één keer goed (.66) 4. Bevindingen regelmatig besproken (.62) 5. Oprechte belangstelling problemen cliënt (.58) 6. Goed bereikbaar (.55)			
Meedenkfunctie	0.290** 1. Kennis om attentiepunten in fiscale sfeer te identificeren (.83) 2. Kennis om attentiepunten BIV/AO te identificeren (.63) 3. Kennis om attentiepunten in ondernemingsfinanciering te identificeren (.59) 4. Cliënten voelen zich gerust (.57)			0.340*** 1. Kennis om attentiepunten in fiscale sfeer te identificeren (.76) 2. Kennis om attentiepunten BIV/AO te identificeren (.73) 3. Kennis om attentiepunten in ondernemingsfinanciering te identificeren (.67) 4. Kennis om attentiepunten in jaarverslaggeving te identificeren (.65) 5. Oprechte belangstelling problemen cliënt (.54) 6. Kennis om attentiepunten algemene bedrijfsvoering te identificeren (.53) 7. Moderne technische uitrusting (.52) 8. Goed verzorgde brieven en rapporten (.52)	0.228** 1. Kennen specifieke wensen cliënten (.76) 2. Kennis om attentiepunten BIV/AO te identificeren (.75) 3. Bevindingen regelmatig besproken (.51) 4. Stabiele samenstelling controleteam (.51) 5. Kennis om attentiepunten in jaarverslaggeving te identificeren (.51)	0.215** 1. Kennis om attentiepunten in fiscale sfeer te identificeren (.75) 2. Kennis om attentiepunten in jaarverslaggeving te identificeren (.62) 3. Eén aanspreekpunt (.61) 4. Oprechte belangstelling problemen cliënt (.59) 5. Kennis om attentiepunten in ondernemingsfinanciering te identificeren (.58)

Vervolg tabel 3: Factorstructuur van factoren significant in regressievergelijkingen

Factoren	Significante factoren bij performance (factor-lading)		Significante factoren bij performance minus desired (P-D) (factor-lading)		Significante factoren bij performance minus adequate (P-A) (factor-lading)	
	C	B	C	B	C	B
Cliënten/Bankiers						
Uiterlijkheden		0.421** 1. Komen op tijd (.80) 2. Verzorgd uiterlijk (.76) 3. Aantrekkelijk pand (.64) 4. Hoffelijk tegenover cliënten (.51)				
Communicatie	0.177* 1. Eén centraal aanspreekpunt (.70) 2. Bevindingen regelmatig besproken (.59) 3. Oprechte belangstelling problemen cliënt (.55)			0.278****1 1. Bevindingen regelmatig besproken (.75) 2. Nooit te druk voor vragen cliënten (.68)		0.215** 1. Vertrouwenwekend gedrag (.70) 2. Komen op tijd (.66) 3. Bevindingen regelmatig besproken (.65) 4. Nooit te druk voor vragen cliënten (.63) 5. Hulpvaardige attitude (.54) 6. Goed bereikbaar (.52) 7. Aantrekkelijk pand (.51)
Toegankelijkheid		0.175* 1. Toereikende notafspecificatie (.81) 2. Nooit te druk voor vragen cliënten (.58)			0.445*** 1. Goed bereikbaar (.71) 2. Tijdige levering (.66) 3. Toereikende notafspecificatie (.63) 4. Nooit te druk voor vragen cliënten (.56)	
Traditionele accountantstaken		0.266*** 1. Rapporteren continuïteitsproblemen (.83) 2. Rapporteren resultaatverschuiving (.76) 3. Rapporteren onjuistheden jaarrekening (.76) 4. Ontdekken continuïteitsproblemen (.75) 5. Ontdekken tekortkomingen interne organisatie (.69) 6. Ontdekken resultaatverschuiving (.61) 7. Rapporteren tekortkomingen interne organisatie (.60) 8. Ontdekken onjuistheden jaarrekening (.50)		0.282*** 1. Rapporteren continuïteitsproblemen (.86) 2. Rapporteren onjuistheden jaarrekening (.80) 3. Ontdekken resultaatverschuiving (.77) 4. Ontdekken continuïteitsproblemen (.76) 5. Rapporteren resultaatverschuiving (.72) 6. Rapporteren fraude aan Belastingdienst (.69) 7. Rapporteren tekortkomingen interne organisatie (.68)		0.292*** 1. Rapporteren onjuistheden jaarrekening (.76) 2. Ontdekken continuïteitsproblemen (.71) 3. Rapporteren continuïteitsproblemen (.66) 4. Ontdekken resultaatverschuiving (.66) 5. Rapporteren resultaatverschuiving (.60) 6. Rapporteren tekortkomingen interne organisatie (.58) 7. Ontdekken tekortkomingen interne organisatie (.57) 8. Ontdekken onjuistheden jaarrekening (.56)
Detectievaardigheid	0.476*** 1. Ontdekken onjuistheden jaarrekening (.71) 2. Ontdekken fraude (.63) 3. Ontdekken resultaatverschuiving (.62) 4. Kennis om attentiepunten in jaarrekening te identificeren (.60) 5. Dienstverlening in één keer goed (.56)				0.286*** 1. Kennis om attentiepunten in fiscale sfeer te identificeren (.64) 2. Ontdekken fraude (.61) 3. Ontdekken onjuistheden jaarrekening (.60) 4. Ontdekken onwettig handelen (.55) 5. Kennis om attentiepunten in ondernemingsfinanciering te identificeren (.52) 6. Ontdekken continuïteitsproblemen (.52) 7. Rapporteren fraude aan Belastingdienst (.51)	

Vervolg tabel 3: Factorstructuur van factoren significant in regressievergelijkingen

Factoren	Significante factoren bij performance (factor-lading)		Significante factoren bij performance minus desired (P-D) (factor-lading)		Significante factoren bij performance minus adequate (P-A) (factor-lading)	
	C	B	C	B	C	B
Cliënten/Bankiers		0.256*** 1. Rapporteren onwettig handelen (.83) 2. Ontdekken onwettig handelen (.73) 3. Rapporteren fraude (.64) 4. Rapporteren tekortkomingen interne organisatie (.63)				0.201** 1. Rapporteren onwettig handelen (.82) 2. Ontdekken onwettig handelen (.75) 3. Rapporteren fraude (.60) 4. Ontdekken fraude (.60) 5. Rapporteren tekortkomingen interne organisatie (.55) 6. Rapporteren continuïteitsproblemen (.50)
Degelijkheid		0.187* 1. Ontdekken onjuistheden jaarrekening (.77) 2. Dossiers in orde (.69) 3. Kennen specifieke wensen cliënt (.69) 4. Tijdige levering (.61) 5. Vertrouwenwekkend gedrag (.54)			0.350***⁽¹⁾ 1. Exacte afspraken (.74) 2. Dossiers in orde (.52)	
Zorgvuldige rapportage			0.264***⁽¹⁾ 1. Kennis om aandachtspunten in jaarverslaggeving te identificeren (.59) 2. Verzorgde rapporten en brieven (.53) 3. Rapporteren tekortkomingen interne organisatie (.52)			
Agent van de cliënt			0.292***⁽¹⁾ 1. Belang cliënt voorop (.66) 2. Niet rapporteren fraude aan Belastingdienst (-/-.65) 3. Verzorgd uiterlijk (.61)			
Adjusted R ²	0.331	0.343	0.306	0.235	0.399	0.207

⁽¹⁾ geeft aan de B-waarde van de betreffende factor als onafhankelijke variabele in de regressievergelijking, ofwel de gestandaardiseerde bijdrage van de betreffende factor aan het totale kwaliteitsoordeel, alsmede een indicatie van de significantie van de betreffende variabele in de regressievergelijking (* bij P = 0,10; ** bij P = 0,05; *** bij P = 0,01)

⁽²⁾ geeft aan dat de betreffende variabele een lage interne consistentie (Cronbach α) heeft. De interpretatie van deze factoren dient met omzichtigheid plaats te vinden

door begrip voor de klant, reactiesnelheid en tastbaarheden. Het grote belang van deskundigheid wordt weerspiegeld in het hoge significantieniveau van 'meedenkfunctie' in het onderhavige onderzoek, het gemiddelde belang van 'begrip voor de klant' door het redelijke significantieniveau van 'inlevingsvermogen'. Belangrijkste verschilpunt is het ontbreken van 'detectievaardigheid' bij Leeflang en Willenborg (1995), als gevolg van de concentratie op *functionele* kwaliteit.

9 Tweede onderzoeksvraag: determinanten van technische kwaliteit

Bij de tweede onderzoeksvraag is getracht om een verband te vinden tussen de relatiekarakteristieken en de technische kwaliteit (detectievaardigheid en onafhankelijkheid) van de accountant.

De *grootte van het accountantskantoor* blijkt niet systematisch samen te hangen met de technische kwaliteit. In de perceptie van cliënten zijn Big Six accountants iets beter in staat dan hun collegae van de kleinere kantoren om winstver-

schuivingen te ontdekken en om gebreken in de interne organisatie te ontdekken en te rapporteren. maar een systematische relatie tussen kantooromvang en technische kwaliteit kan niet worden onderkend. Dit is in overeenstemming met de bevindingen van Schilder (1994), die op basis van interviews met leidinggevende vertegenwoordigers van het maatschappelijk verkeer eveneens concludeerde dat onafhankelijkheid niet wordt gestuurd door de omvang van het accountantskantoor. Tegenover het nadeel, dat een cliënt van gelijke omvang bij een kleiner kantoor een belangrijker aandeel uitmaakt van de totale portfolio - het traditionele 'size argument' van DeAngelo (1981) - staat wellicht het voordeel, dat het kleinere kantoor een hechtere relatie met de ondernemer heeft.

De *omvang van de cliënt* blijkt bij bankiers een negatieve samenhang te vertonen met de perceptie van technische kwaliteit. Hoe groter de cliënt, des te kleiner de detectievaardigheid en de onafhankelijkheid van de accountant. Voor wat betreft de onafhankelijkheid is deze bevinding in overeenstemming met het hiervoor genoemde 'size argument'. Hoe groter het aandeel van de individuele cliënt in de portfolio van het accountantskantoor, des te beter is de betreffende cliënt in staat om de accountant met succes onder druk te zetten door te dreigen met beëindiging van de opdracht. De lagere detectievaardigheid van accountants naarmate de cliënt groter is duidt er wellicht op, dat bankiers sceptisch zijn over de toegevoegde waarde van de accountantscontrole bij grote, complexe organisaties en informatiesystemen. *Cliënten* zien daarentegen géén systematische relatie tussen hun eigen grootte en de technische kwaliteit. Alleen ten aanzien van de niet-traditionele taken zijn cliënten van mening, dat grote bedrijven meer succes hebben met het onder druk zetten van de accountant dan kleinere bedrijven.

De *financiële toestand van de cliënt* was goed voor een verrassing. Deze variabele - gemeten op basis van een kredietclassificatie door de bij het onderzoek betrokken bankiers - blijkt een zeer significante positieve determinant te zijn van technische accountantskwaliteit. Hoe beter de financiële toestand van de cliënt, des te beter is het in de ogen van bankiers gesteld met de technische (en overigens ook de functionele) kwaliteit van de accountantsdienst. Deze bevinding wijkt af van de hypothese op basis van de agency-theorie.

Op grond van deze theorie kan worden verwacht, dat de accountant een hoger afbreukrisico (claims, negatieve publiciteit) anticipeert in geval het slecht gaat met de cliënt. Immers, in geval van faillissement of betalingsmoeilijkheden kunnen benadeelde derden trachten om verhaal te halen bij de accountant. Derhalve is het redelijk om te veronderstellen, dat accountants in een dergelijke situatie hun controle nog grondiger zullen inrichten en hun onafhankelijkheid nog hoger in het vaandel voeren. Helaas, de *perceptie* van bankiers is anders. Wellicht veronderstellen zij, dat uitgerend in een dergelijke situatie de druk van de cliënt wordt opgevoerd om de zaken fraaier voor te stellen dan zij zijn. Ook is denkbaar, dat bankiers de accountant ten dele verantwoordelijk houden voor de teloorgang van de onderneming. Hij had wellicht eerder aan de bel moeten trekken bij het management... en bij de bankier! Cliënten zelf zien overigens geen relatie tussen de financiële toestand en de technische accountantskwaliteit.

De *duur van de relatie tussen het accountantskantoor en de cliënt* speelt volgens het onderzoek nauwelijks een rol van betekenis bij de perceptie van technische kwaliteit. In de theorie wordt soms verondersteld, dat de vaardigheid van de accountant om onjuistheden/onregelmatigheden op het spoor te komen in de eerste jaren toeneemt als gevolg van leereffecten en vervolgens weer afneemt als gevolg van 'inslaap-effecten'. Ten aanzien van de onafhankelijkheid wordt verondersteld, dat deze afneemt in de loop van de tijd, vanwege het feit dat de quasi-rents (het overrendement op een opdracht, zie DeAngelo, 1981) stijgen als gevolg van het opdoen van cliënt-specifieke leereffecten. Onder die aanname wordt het derhalve 'kostbaarder' om afscheid te nemen van een cliënt, naarmate de relatie langer duurt. Van leereffecten, inslapen of verminderde onafhankelijkheid blijkt echter in de ogen van cliënten en bankiers nauwelijks sprake. Slechts ten aanzien van de vaardigheid van de accountant om lacunes in de interne organisatie te vinden, menen cliënten enige 'slijtage' te ontdekken na verloop van tijd. Rotatie van accountants of accountantskantoren is in de ogen van cliënten en bankiers derhalve weinig zinvol.

Ook de *hoeveelheid adviesdiensten van het accountantskantoor aan de cliënt* blijkt nauwelijks van invloed. Over dit onderwerp is een trotse collectie empirisch onderzoek beschikbaar, met

vaak zeer uiteenlopende conclusies (Schilder, 1992). Ook de theoretische onderbouwing van de samenhang tussen het verstrekken van adviesdiensten en de detectievaardigheid/onafhankelijkheid van de accountant is zeer divers en soms tegenstrijdig (Dassen, 1995). Een significant verband kon in dit onderzoek dan ook niet worden aangetroffen. De regelmatig terugkerende roep in diverse gremia om het verlenen van advies- en controlediensten te scheiden lijkt dan ook weinig zinvol, althans in de ogen van de respondenten in dit onderzoek (bankiers en cliënten).

10 Samenvatting en conclusies

Het accountantsberoep in Nederland heeft een traditie van kwaliteit. Reeds in de eerste decennia van deze eeuw werd de noodzaak van aandacht voor kwaliteit onderkend. Echter, het was kwaliteit van 'binnenuit', kwaliteit als gevolg van introspectie door de beroepsgroep, veilig vanuit de ivoren toren. Toegegeven, door deze benadering is een beroepsgroep ontstaan met een grote mate van zelfdiscipline en met een respectabele vaktechnische status. De reeds jaren voortdurende discussie over kloven tussen verwachtingen van het publiek en prestaties door de beroepsgroep heeft evenwel de noodzaak van onderzoek bij cliënten en maatschappelijk verkeer onderstreept. De concepten en instrumenten om dergelijk onderzoek te verrichten zijn de laatste tien jaar met name vanuit de marketingliteratuur aangereikt, alwaar het inzicht in de beleving door consumenten van de kwaliteit van dienstverlening een belangwekkende ontwikkeling heeft doorgemaakt.

Met gebruikmaking van deze concepten en instrumenten is in dit onderzoek een inventarisatie gemaakt van de *functionele* (proces-gerelateerde) en *technische* (uitkomst-gerelateerde) attributen van accountantskwaliteit, in de beleving van (het management van) cliënten en van bankiers. Uit dit onderzoek komt naar voren, dat de kwaliteitsbeleving van cliënten met name wordt bepaald door de professionele en de communicatieve vaardigheden van de accountant. Voor bankiers zijn deze vaardigheden eveneens van groot belang, maar in hun beleving spelen ook onafhankelijkheid (niet relevant voor de kwaliteitsbeleving van cliënten!) en uiterlijke kenmerken (hoffelijkheid, kleding) een rol. Voor dit verschil in kwaliteitsbeleving zijn diverse verklaringen aangereikt.

Voorts is onderzocht of kenmerken van de

relatie tussen de accountant en zijn cliënt van invloed zijn op de kwaliteitsbeleving. Bankiers blijken met name te vrezen voor de technische kwaliteit van de accountantscontrole bij grote cliënten en bij cliënten in financiële moeilijkheden. Omvang van het accountantskantoor, duur van de relatie tussen accountantskantoor en cliënt en de hoeveelheid adviesdiensten die het accountantskantoor aan zijn cliënt levert, blijken niet of nauwelijks van invloed op de technische kwaliteitsperceptie.

Rest de vraag: wat leert ons dit alles? Om te beginnen leert het ons, dat het de moeite waard is om het oor te luisteren te leggen bij wat de gebruikers van accountantsdiensten te vertellen hebben. Het actief opzoeken van de dialoog met de cliënt en met groepen uit het maatschappelijk verkeer kan de afstemming van vraag en aanbod alleen maar ten goede komen. 'Auditing' als concept heeft nog altijd een indrukwekkend potentieel, alleen de *invulling* ervan vraagt om een extraverte benadering van de beroepsgroep. Het is goed om te constateren dat moderne opvattingen over de verbreding van de audit-functie, zoals verwoord in recente rapporten als COSO, Cadbury en CoCo, niet alleen de maatschappelijke behoefte illustreren aan een dergelijke houding, maar ook de bereidheid van het beroep om hieraan invulling te geven. En ten slotte is het woord ook aan de opleiders, om ervoor te zorgen dat reeds in een vroeg stadium de basis wordt gelegd voor het brede vaardighedenpakket dat van de moderne accountant wordt gevraagd. Wij moeten onze studenten niet opleiden tot wereldvreemde vaktechnici, maar... tot ondernemende professionals!²

L I T E R A T U U R

- Blokdijk, J.H., (1993a), Invloeden van de markt op de kwaliteit van accountantscontrole, *MAB*, april, pp. 141-147.
- Blokdijk, J.H., (1993b), Kwaliteitsverschillen tussen accountants zijn bij op derden gerichte opdrachten *ongewenst*, *MAB*, oktober, pp. 482-485.
- Bolton, R.N., Drew, J.H., (1991), A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value, *Journal of Consumer Research*, March.
- Boyd, H.W., Westfall, R., Stasch, S.F., (1985), *Marketing Research: Text and Cases*, 6th edition, Irwin, Homewood.

- Brown, S.W., Swartz, T.A., (1989), A Gap Analysis of Professional Service Quality, *Journal of Marketing*, April.
- Canadian Institute of Chartered Accountants, Macdonald Commission, (1988), *Report of the Commission to Study the Public's Expectations of Audits*, CICA, Toronto.
- Carcello, J.V., Hermanson R.H., McGrath, N.T., (1992), Audit Quality Attributes: The Perceptions of Audit Partners, Preparers, and Financial Statement Users, *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Spring.
- Carman, J.M., (1990), Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the Servqual Dimensions, *Journal of Retailing*, Spring.
- Commission on Auditor's Responsibilities, Cohen Commission, (1978), *Report, Conclusions and Recommendations*, New York, AICPA.
- Cronin, J.J., Taylor, S.A., (1992), Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, July.
- Cronin, J.J., Taylor, S.A., (1994), SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, January.
- Dassen, R.J.M., (1989), De leer van het gewekte vertrouwen: agency avant la lettre?, *MAB*, september, pp. 341-352.
- Dassen, R.J.M., *Audit Quality: An Empirical Study of the Attributes and Determinants of Audit Quality Perceptions*, University Maastricht, 1995
- Dassen, R.J.M., Maijoor, S.J., (1993), Invloeden van de markt op de kwaliteit van accountantscontrole: Kwaliteitsverschillen tussen accountants zijn bij op derden gerichte opdrachten in beginsel gewenst, *MAB*, oktober, pp. 478-482.
- DeAngelo, L.E., (1981), Auditor Size and Audit Quality, *Journal of Accounting and Economics*, December.
- Grönroos, C., (1984), A Service Quality Model and its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*.
- Humphrey, C., Moizer, P., Turley, S., (1991), *The Audit Expectation Gap in Britain - An Empirical Investigation*, Unpublished paper, University of Manchester.
- Hunger, J.R., (1981), *Die deutschen Wirtschaftsprüfer, Image und Selbstverständnis einer Profession*, IdW Verlag GmbH, Düsseldorf.
- Koninklijk Nederlands Instituut van Registeraccountants, (1993), *Kwaliteit en Samenwerking: Beleidsprogramma 1993-1998*, Amsterdam.
- Koninklijk Nederlands Instituut van Registeraccountants, (1995), *Studierapport: Accountant en ISO 9000-certificatie*, Amsterdam.
- Lapierre, J., Filiatrault, P., (1995), An Analysis of the Foundations of Research on the Quality of Professional Services to Organizations, in: Kunst, P.E.J., Lemmink, J.G.A.M. (eds.), *Managing Service Quality*, Series on Quality Management in Services, Vol. 2, Paul Chapman Publishing Ltd., London.
- Leefflang, P.S.H., Willenborg, G.B.W., (1995), Het meten van de kwaliteit van de accountantscontrole, *MAB*, juni, pp. 351-358.
- Limperg, Th., jr., (1932/1933), De functie van de accountant en de Leer van het gewekte vertrouwen, in: *Vijftig jaar MAB*, deel 2: Accountancy, pp. 222-251.
- Limperg Instituut, (1987), *Opvattingen over Accountants*, Amsterdam.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., (1986), *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality*, Report 86-108, Marketing Science Institute, Cambridge, Massachusetts, August.
- Poel, J.H.R., van de, Schilder, A., (1991), Normen voor accountants, deel 1, *De Accountant*, maart.
- Porter, B., (1993), An Empirical Study of the Audit Expectation-Performance Gap, *Accounting and Business Research*, Winter.
- Schilder, A., (1992), Auditor Independence: A Real Issue?, *Business Ethics, A European Review*, October.
- Schilder, A., (1994), *Auditor Independence, An Exploratory Study on Some Core Issues of Accountants' Ethics*, Woltersgroep, Groningen.
- Schroeder, M.S., Solomon, I., Vickrey, D., (1986), Audit Quality: The Perceptions of Audit-Committee Chairpersons and Audit Partners, *Auditing: A Journal of Theory and Practice*, Spring.
- Scott, D.R., Walt, van der, N.T., (1995), Choice Criteria in the Selection of International Accounting Firms, *European Journal of Marketing*, No. 1.
- Shockley, R.A., (1981), Perceptions of Auditor Independence: An Empirical Analysis, *The Accounting Review*, October.
- Teas, R.K., (1993), Expectations, Performance Evaluation, and Customers' Perceptions of Quality, *Journal of Marketing*, October.
- Teas, R.K., (1994), Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment, *Journal of Marketing*, January.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., Berry, L., (1990), *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.
- Zeithaml, V.A., Berry, L., Parasuraman, A., (1991), *The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service*, Marketing Science Institute, May.

NOTEN

1 Met dank aan Prof. Dr. A. Schilder voor zijn waardevolle commentaar bij een eerdere versie van dit artikel.

2 Reeds sinds 1988 de strijdkreet van de postdoctorale opleiding accountancy aan de Universiteit Maastricht.