

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση
Επιχειρήσεων (MBA)**

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Η Επίδραση της Ικανοποίησης των Πελατών στα Κέρδη ενός
Λογιστικού Γραφείου**

Γεώργιος Πραμαγκιούλης

**Επιβλέπων Καθηγητής
Δημήτριος Αστερίου**

Μάιος 2020

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκησης

Επιχειρήσεων (MBA)

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Η Επίδραση της Ικανοποίησης των Πελατών στα Κέρδη ενός
Λογιστικού Γραφείου**

Γεώργιος Πραμαγκιούλης

**Επιβλέπων Καθηγητής
Αστερίου Δημήτριος**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) από τη Σχολή Οικονομικών και Επιστημών Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2020

Περίληψη

Τα λογιστικά γραφεία είναι υπεύθυνα για την αναπαράσταση της οικονομικής πραγματικότητας η οποία μπορεί να θεωρηθεί ως ένας μηχανισμός που επιτρέπει την οικονομική επικοινωνία σε σχέση με αυτές τις δραστηριότητες και τα γεγονότα. Η γλώσσα της λογιστικής και η χρήση της στην καθημερινή οικονομική επικοινωνία είναι επομένως ένας κύριος διάυλος διάδοσης της ιδεολογίας. Τα περιουσιακά στοιχεία, οι υποχρεώσεις, τα κόστη, τα έσοδα και τα έξοδα, τα κέρδη, οι ζημιές και το κεφάλαιο καθορίζουν αποφασιστικά την κατανόηση για οικονομικά θέματα, κατευθύνουν τη σκέψη και μεταφέρουν αυτό που είναι σημαντικό και τι δεν είναι, τι είναι σωστό και τι δεν είναι. Όλα αυτά είναι κοινωνικές δομές υπό την έννοια ότι δεν βασίζονται σε κανέναν φυσικό νόμο ή μη αναστρέψιμη λογική. Παρόλα αυτά, αποτελούν όλο και πιο σημαντικό στοιχείο των καθημερινών μας οικονομικών σκέψεων. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να μελετήσει πως επηρεάζει η ικανοποίηση πελατών λογιστικών γραφείων τα κέρδη τους και να διερευνήσει τους παράγοντες που επηρεάζουν τα κέρδη των λογιστικών γραφείων και τον βαθμό ικανοποίησης των πελατών. Με βάση τον σκοπό της μελέτης διεξήχθη μία ποσοτική έρευνα στην οποία συμμετείχαν 121 άτομα, στην πλειοψηφία τους λογιστές ή βοηθοί λογιστή. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες πελάτες καθώς και οι επιχειρήσεις-πελάτες των λογιστικών γραφείων είναι πολύ ικανοποιημένοι από την έκδοση μισθοδοσίας, έκδοση και υποβολή ΦΠΑ, τήρηση βιβλίων και καταχωρήσεων λογιστικών εγγραφών, έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων, σύνταξη και υποβολή φορολογικών καταστάσεων, έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων, γνωμοδοτήσεις σε θέματα φορολογίας και κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού.

Λέξεις Κλειδιά: Λογιστικά Γραφεία, Πελάτες, Ικανοποίηση

Summary

Accounting firms are responsible for representing the economic reality which can be seen as a mechanism that allows economic communication in relation to these activities and events. The language of accounting and its use in everyday economic communication is therefore a major channel for the spread of ideology. Assets, liabilities, costs, income and expenses, profits, losses and capital decisively determine understanding of financial matters, direct thought and convey what is important and what is not, what is right and what is not. All of these are social structures in the sense that they are not based on any natural law or irreversible logic. Nevertheless, they are an increasingly important element of our daily economic thinking. The purpose of this study is to study how the satisfaction of accounting firm customers affects their profits and to investigate the factors that affect the earnings of accounting firms and the degree of customer satisfaction. Based on the purpose of the study, a quantitative survey was conducted in which 121 people participated, mostly accountants or assistant accountants. The results of the survey showed that freelancers as well as business clients of accounting firms are very satisfied with the issuance of payroll, issuance and submission of VAT, keeping books and records of accounting records, issuing annual and periodic accounting statements, writing and submitting tax returns. statements, issuance and submission of withheld taxes, opinions on tax issues and the preparation and implementation of tax planning.

Keywords: Accounting Offices, Customers, Satisfaction

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής μου διατριβής, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα άτομα χωρίς την υποστήριξη των οποίων η εργασία αυτή δεν θα είχε περατωθεί.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Δημήτριο Αστερίου για την καθοδήγηση στον τρόπο αντιμετώπισης του θέματος, τις συμβουλές του, την άμεση ανταπόκρισή του στα ερωτήματά μου, το άριστο κλίμα συνεργασίας που αναπτύχθηκε καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας, καθώς και την αμέριστη υπομονή του.

Επίσης, θα ήθελα να απευθύνω ευχαριστίες σε όλους τους καθηγητές μου κατά τη διάρκεια του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών για τις γνώσεις και εμπειρίες που αποκόμισα, καθώς και στο διοικητικό προσωπικό του τμήματος για την πολύτιμη αρωγή τους σε οποιαδήποτε ερωτήματα ή προβλήματα προέκυψαν.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη και την αγάπη μου στους γονείς μου Χρήστο και Σοφία, στον αδερφό μου Παντελή και τη σύντροφό μου Δέσποινα για την ηθική και ψυχολογική στήριξη, τις συμβουλές και την κατανόηση που έδειξαν.

Περιεχόμενα

Περίληψη	iii
Summary	iv
Ευχαριστίες	v
1. Η Έννοια και οι Λειτουργίες του Λογιστικού Γραφείου	8
1.1 Βασικές Λειτουργίες Λογιστικών Γραφείων	8
1.2 Καθήκοντα και Αρμοδιότητες Λογιστών.....	10
1.3 Λογιστικά Κέντρα Ευθύνης	12
1.3.1 Λογιστικό Κέντρο Ευθύνης Κόστους	13
1.3.2 Λογιστικό Κέντρο Ευθύνης Κερδών	13
1.3.3 Λογιστικό Κέντρο Ευθύνης Επενδύσεων	14
1.4 Λογιστική και η Έννοια της Τιμολόγησης Μεταφοράς	15
2. Η Συμβολή των Λογιστικών Γραφείων στην Κοινωνία και την Οικονομία.....	19
2.1 Ο Ρόλος και Σημασία της Λογιστικής σε μια Κοινωνία.....	21
2.2 Η Λογιστική ως Πολιτική Πρακτική και Ιδεολογία στην Οικονομία	23
3. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση Μελετών για την Επίδραση της Ικανοποίησης των Πελατών στα Κέρδη των Λογιστικών Γραφείων.....	29
4. Μεθοδολογία Έρευνας	36
4.1 Ερευνητικός Σκοπός-Ερωτήματα	36
4.2 Σχεδιασμός Έρευνας	37
4.3 Πληθυσμός-Δείγμα	37
4.4 Εργαλείο-Διαδικασία Συλλογής Δεδομένων.....	37
4.5 Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης	38
4.6 Ηθικά Ζητήματα	39
4.7 Αξιοπιστία Δεδομένων.....	39
4.8 Περιορισμοί Έρευνας.....	39
5. Αποτελέσματα.....	41
5.1 Περιγραφική Στατιστική.....	41

5.1.1 Δημογραφικά στοιχεία.....	41
5.1.2 Στοιχεία Επιχείρησης.....	44
5.1.3 Ικανοποίηση ιδιωτών.....	48
5.1.4 Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών.....	50
5.1.5 Ικανοποίηση επιχειρήσεων.....	52
5.2 Μελέτη ερευνητικών ερωτημάτων.....	55
5.2.1 1ο ερευνητικό ερώτημα.....	55
5.2.2 2ο ερευνητικό ερώτημα.....	56
5.2.3 3ο ερευνητικό ερώτημα.....	64
6. Συμπεράσματα.....	66
Βιβλιογραφία	69
Παράρτημα-Ερωτηματολόγιο.....	78

Κεφάλαιο 1

Η Έννοια και οι Λειτουργίες του Λογιστικού Γραφείου

1.1 Βασικές Λειτουργίες Λογιστικών Γραφείων

Η λογιστική αποτελεί το θεμέλιο της οικονομικής υγείας μιας εταιρείας και επομένως είναι εξαιρετικά σημαντικό για τις επιχειρήσεις να εκτελούν αποτελεσματικά τα καθήκοντα που σχετίζονται με τους λογαριασμούς. Ωστόσο, πολλές εταιρείες αργότερα προτιμούν να αναθέτουν τις λογιστικές τους απαιτήσεις σε λογιστικές εταιρείες λόγω των δυσκολιών που συνδέονται με την πρόσληψη ενός εσωτερικού επαγγελματία λογιστή πλήρους απασχόλησης. Επίσης, η πιθανότητα σφαλμάτων που προκύπτουν από τις λογιστικές πρακτικές που εκτελούνται από έναν εσωτερικό λογιστή θα έχει σοβαρές συνέπειες για την εταιρεία (DiGabriele, 2014).

Μια λογιστική εταιρεία με την ομάδα των πεπειραμένων και πολύ έμπειρων πιστοποιημένων λογιστών μπορεί να εκτελέσει μια ποικιλία λογιστικών λειτουργιών της,

οι οποίες διαφορετικά θα ήταν αποθαρρυντικό έργο για έναν εσωτερικό λογιστή. Επιπλέον, η έκθεση που διαθέτουν τέτοιες εταιρείες τους επιτρέπει να παρέχουν επαγγελματικές λογιστικές υπηρεσίες σύμφωνα με τα λογιστικά πρότυπα της Σιγκαπούρης. Ως εκ τούτου, αυτή η διατύπωση στοχεύει στις διάφορες λειτουργίες που εκτελούν οι λογιστικές εταιρείες στη Σιγκαπούρη, ώστε να απαλλάξει το βάρος μιας τέτοιας κρίσιμης μη βασικής αποστολής μιας εταιρείας (Collins et al., 2012).

- Οι λογιστικές υπηρεσίες για επιχειρήσεις που προσφέρονται από τις λογιστικές εταιρείες εκτελούν την πιο σημαντική λειτουργία της διατήρησης και σύνταξης των οικονομικών καταστάσεων μιας εταιρείας.
- Τέτοιες εταιρείες καταγράφουν επίσης όλες τις χρηματοοικονομικές συναλλαγές μιας εταιρείας που περιλαμβάνουν καταστάσεις αποτελεσμάτων, ισολογισμό, διατήρηση γενικού καθολικού κ.λπ.
- Η προετοιμασία της έκθεσης του διευθυντή μιας εταιρείας αποτελεί επίσης βασική λειτουργία αυτών των εταιρειών.
- Η διαδικασία διενέργειας εσωτερικών και εξωτερικών ελέγχων με σκοπό τον έλεγχο των λειτουργιών και των οικονομικών καταστάσεων ενός οργανισμού είναι ζωτικής σημασίας λειτουργία μεταξύ του πλήθους των λογιστικών υπηρεσιών για μικρές επιχειρήσεις που παρέχονται από τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών.
- Οι λογιστικές εταιρείες παρέχουν καθοδήγηση και εμπειρογνωμοσύνη σε φορολογικά θέματα. Οι λογιστές τέτοιων εταιρειών έχουν σημαντική εμπειρία και γνώση σχετικά με όλους τους φορολογικούς νόμους και έτσι επιτρέπουν στις εταιρείες να αποφεύγουν την καταβολή υπερβολικών φόρων.
- Τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, οι υπηρεσίες παροχής συμβουλών για επιχειρήσεις τέτοιων εταιρειών που περιλαμβάνουν συμβουλευτικές υπηρεσίες για συγχωνεύσεις, εξαγορές, πωλήσεις και επεκτάσεις επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να ακμάζουν και να ανταγωνίζονται με τις καλύτερες.

Ανεξάρτητα από το ποιες είναι οι απαιτήσεις σας ως επιχειρηματική οντότητα, με τη χρήση τέτοιων λογιστικών εταιρειών Σιγκαπούρης για τις μη βασικές λογιστικές σας ανάγκες, είστε υποχρεωμένοι να επωφεληθείτε όχι μόνο όσον αφορά την οικονομική κατάσταση αλλά και τα συνολικά κέρδη που παράγετε κατά τη διαδικασία εστιάζοντας στις βασικές σας δραστηριότητες της επιχείρησης (Brown, 2014).

1.2 Καθήκοντα και Αρμοδιότητες Λογιστών

Η λογιστική ενσωματώνει μια μεγάλη ποικιλία καθηκόντων και ευθυνών. Ενώ οι λογιστές μπορούν να μοιράζονται βασικά χαρακτηριστικά, όπως ισχυρές οικονομικές δεξιότητες, προσοχή στη λεπτομέρεια και σαφή κατανόηση της επιχειρηματικής ηθικής, το επάγγελμα περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές ειδικότητες. Αυτά κυμαίνονται από την προετοιμασία φορολογικών δηλώσεων και τη διενέργεια ανεξάρτητων ελέγχων έως τη διερεύνηση απάτης και την καθοδήγηση των εταιρειών σε περιόδους δυσκολίας.

Όποιος και αν είναι ο τομέας εμπειρογνωμοσύνης ενός λογιστή, η καλή γνώση και τα σεβαστά προσόντα είναι απαραίτητα. Η απόκτηση μιας σεβαστής φήμης και αξιοπιστίας απαιτεί χρόνο και αφοσίωση, αλλά αυτή είναι μόνο η αρχή: καθ' όλη τη διάρκεια της σταδιοδρομίας ενός λογιστή, δίνεται μεγάλη έμφαση στον εμπλουτισμό δεξιοτήτων και γνώσεων μέσω της ετήσιας συνεχούς επαγγελματικής ανάπτυξης. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα προσόντα που απαιτούνται για να ακολουθήσει μια καριέρα στη λογιστική, τους τομείς ειδικότητας που είναι ανοιχτοί στους λογιστές και τη σημασία της ηθικής και της συνεχούς επαγγελματικής ανάπτυξης (DiGabriele, 2014).

Η προσοχή στη λεπτομέρεια και η ικανότητα των μαθηματικών είναι προφανώς βασικά χαρακτηριστικά του λογιστικού επαγγέλματος αλλά τα επαγγελματικά προσόντα είναι επίσης απαραίτητα. Στις Η.Π.Α., δεν είναι απαραίτητη η κατοχή πτυχίου λογιστικής για την εξάσκηση του επαγγέλματος, αλλά το πιστοποιητικό της “Ένωση Τεχνικών Λογιστικής (Association of Accounting Technicians - AAT)” θεωρείται ως το ελάχιστο επίπεδο προσόντων που απαιτείται για μια καριέρα λογιστικής. Το AAT περιλαμβάνει τρία επίπεδα, από το Επίπεδο 2, το οποίο παρέχει τη βάση σε βασικά λογιστικά θέματα, στο Επίπεδο 4, το οποίο καλύπτει υψηλότερες λογιστικές εργασίες, όπως η σύνταξη οικονομικών καταστάσεων και η διαχείριση προϋπολογισμών. Πέρα από αυτό, υπάρχουν τρία βασικά

προσόντα λογιστικής, καθένα από τα οποία μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικές καριέρες (Collins et al., 2012):

- Πιστοποίηση ACA: Η πιστοποίηση ACA είναι ένα από τα πιο προηγμένα προγράμματα μάθησης και επαγγελματικής ανάπτυξης λογιστικής και αποτελεί τη διαδρομή για να γίνει κάποιος Ορκωτός Λογιστής. Το προσόν, κάτι που συνήθως διαρκεί από τρία έως πέντε χρόνια για να ολοκληρωθεί, περιλαμβάνει τέσσερα βασικά στοιχεία: εργασιακή εμπειρία, εξετάσεις, επαγγελματική ανάπτυξη και ηθική και επαγγελματικό σκεπτικισμό. Οι υποψήφιοι πρέπει να έχουν μια συμφωνία εκπαίδευσης ACA με έναν εξουσιοδοτημένο οργανισμό. Τα προσόντα ACA είναι κατάλληλα για άτομα που επιθυμούν να ακολουθήσουν καριέρα στον έλεγχο ή να εργαστούν σε μία από τις τέσσερις μεγάλες εταιρείες λογιστικής.
- Προσόντα “Ένωσης Πιστοποιημένων Λογιστών (Association of Chartered Certified Accountants - ACCA)”. Τα προσόντα ACCA περιλαμβάνουν επίπεδο ίδρυσης, οπότε μπορούν να ληφθούν τόσο από πτυχιούχους πανεπιστημίου όσο και για άτομα που δεν έχουν πτυχίο. Ανάλογα με τη διαδρομή που ακολουθήθηκε, το προσόν απαιτεί τουλάχιστον 36 μήνες επαγγελματικής εμπειρίας και 14 εξετάσεις. Τα προσόντα ACCA είναι μια ευρύτερη επιλογή που μπορεί να οδηγήσει σε καριέρα σε μια σειρά διαφορετικών τομέων.
- Επαγγελματικά προσόντα “Πιστοποίησης Ινστιτούτου Μάνατζμεντ και Λογιστικής (Certified Institute of Management Accountants - CIMA)”. Αποτελεί ένα ειδικό προσόν για όσους επιθυμούν να ακολουθήσουν μια καριέρα στη λογιστική διαχείριση, τα προσόντα CIMA οδηγούν στον ορισμό του “Παγκόσμια Πιστοποιημένου Ορκωτού Λογιστή (Chartered Global Management Accountant - CGMA)”. Οι σπουδαστές πρέπει να ολοκληρώσουν 12 εξετάσεις σε τρεις πυλώνες και σε τρία επίπεδα. Η CIMA προσφέρει επίσης ένα Πιστοποιητικό στη Λογιστική Επιχειρήσεων (Cert BA) το οποίο αποτελεί μια διαδρομή εισόδου στο Επαγγελματικό Προσόν CIMA.

Εκτός από αυτά τα σεβαστά προσόντα, οι λογιστές μπορούν επίσης να αποκτήσουν εξειδικευμένα προσόντα όπως τα προσόντα της “Ένωσης Φοροτεχνικών (Association of

Taxation Technicians - ATT)” και του “Πιστοποιημένου Φοροτεχνικού Συμβούλου (Chartered Tax Adviser - CTA)” (Avram & Tzogoe, 2012).

Ενώ η προετοιμασία και ο έλεγχος χρηματοοικονομικών εγγράφων είναι ένα κρίσιμο μέρος της αρμοδιότητας του λογιστή, η λογιστική ενσωματώνει ένα ευρύ φάσμα εξειδικευμένων υπηρεσιών, όπως (DiGabriele, 2014):

- Οι φορολογικοί λογιστές συμβουλεύουν επιχειρήσεις και ιδιώτες σχετικά με τις φορολογικές τους απαιτήσεις, καθώς και τη συμπλήρωση και υποβολή φορολογικών δηλώσεων και την πλοήγηση στις κανονιστικές αλλαγές.
- Έλεγχος και διασφάλιση. Οι ελεγκτές αξιολογούν τις λειτουργίες των πελατών και ελέγχουν τα αρχεία τους για να εκτιμήσουν εάν η οικονομική δραστηριότητα αντιπροσωπεύεται με ακρίβεια. Παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο στον εντοπισμό και την ανάλυση των κινδύνων και συμβουλεύουν τις εταιρείες για τον καλύτερο τρόπο διαχείρισης αυτών των κινδύνων.
- Οι ειδικοί σε θέματα αφερεγγυότητας υποστηρίζουν εταιρείες εν μέσω οικονομικών δυσκολιών. Αυτό περιλαμβάνει τη βοήθεια των επιχειρήσεων να ανακάμψουν από τις προκλήσεις, καθώς και την καθοδήγηση των επιχειρήσεων μέσω της διαδικασίας αφερεγγυότητας.
- Ιατροδικαστική λογιστική. Οι εγκληματολόγοι λογιστές ερευνούν δραστηριότητες όπως απάτη, ξέπλυμα χρήματος και χρηματοδότηση της τρομοκρατίας. Υποστηρίζουν επίσης νομικές διαδικασίες.
- Εταιρική χρηματοδότηση. Με έμφαση στη βοήθεια των εταιρειών να επιτύχουν τη βέλτιστη δομή χρηματοδότησης, οι ειδικοί εταιρικής χρηματοδότησης παίζουν σημαντικό ρόλο στη συγκέντρωση χρηματοδότησης, στηρίζοντας τις επιχειρήσεις μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών και συμβουλεύοντας για βελτιώσεις των επιχειρήσεων.

1.3 Λογιστικά Κέντρα Ευθύνης

Λογιστική υπευθυνότητας όπως ορίζεται από το Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) είναι ένα σύστημα λογιστικής που διαχωρίζει τα έσοδα και τα έξοδα σε τομείς προσωπικής ευθύνης προκειμένου να εκτιμήσει την απόδοση που επιτυγχάνεται από άτομα στα οποία έχει ανατεθεί η αρχή. Η λογιστική υπευθυνότητας μπορεί επίσης να αναφέρεται ως λογιστική δραστηριότητας. Χρησιμοποιείται για μέτρα αξιολόγησης και παρακολούθησης της διαδικασίας αποκέντρωσης (Collins et al., 2012).

Η λογιστική υπευθυνότητας στοχεύει στην παροχή λογιστικών εκθέσεων. Αυτό δίνει τη δυνατότητα σε κάθε διευθυντή να γνωρίζει όλα τα στοιχεία, τα οποία εμπίπτουν στον τομέα εξουσίας του. Ως εκ τούτου, το σύστημα λογιστικής διακρίνει μεταξύ ελεγχόμενου και μη ελεγχόμενου κόστους (Albu et al., 2011).

Με τη λογιστική υπευθυνότητας, είναι δυνατό να προσδιοριστεί ή να αναγνωριστεί το κέντρο αποφάσεων εντός ενός οργανισμού με σκοπό τον εντοπισμό του κόστους σε μεμονωμένους διαχειριστές που είναι επιφορτισμένοι με την ευθύνη λήψης αποφάσεων σχετικά με το κόστος και τα έσοδα σε έναν οργανισμό (DiGabriele, 2014).

Μέσα στην έννοια της τμηματικής αξιολόγησης της απόδοσης, υπάρχουν τρεις τύποι κέντρων ευθύνης που μπορούν επίσης να αναφέρονται ως λογιστικές μονάδες υπευθυνότητας, αυτό είναι το κέντρο κόστους, το κέντρο κερδών και το επενδυτικό κέντρο (Brown, 2014).

1.3.1 Λογιστικό Κέντρο Ευθύνης Κόστους

Το κέντρο κόστους ορίζεται ως τοποθεσία, λειτουργία, τμήμα ή ενότητα για την οποία μπορεί να εξακριβωθεί το κόστος και σχετίζεται με μονάδες κόστους μόνο για σκοπούς ελέγχου. Το κέντρο κόστους αποτελεί τη βάση για τη δημιουργία αρχείων κόστους για τη μέτρηση του κόστους, τον προϋπολογισμό και τον έλεγχο. Οι διαχειριστές λειτουργικών τμημάτων μπορούν να αντιμετωπίζονται ως κέντρα κόστους και να είναι υπεύθυνοι για το κόστος τους, π.χ., το τμήμα συντήρησης μετριέται με ανάλυση διακύμανσης.

1.3.2 Λογιστικό Κέντρο Ευθύνης Κερδών

Ένα κέντρο κερδών είναι οποιαδήποτε υπο-ενότητα κάθε οργανισμού που είναι υπεύθυνη για τα έσοδα, το κόστος και τα κέρδη. Είναι μια μονάδα στην οποία κατανέμονται τόσο τα έσοδα όσο και το κόστος, έτσι ώστε να μπορεί να μετρηθεί η αποδοτικότητα της υπομονάδας. Οι ακόλουθες προϋποθέσεις πρέπει να υπάρχουν πριν από την υιοθέτηση των κέντρων κέρδους (Albu et al., 2011):

- Πρέπει να υπάρχει μια μονάδα του οργανισμού στην οποία τόσο τα έσοδα όσο και το κόστος μπορούν να κατανεμηθούν χωριστά
- Τα έσοδα ενδέχεται να προέρχονται από εξωτερικές πηγές μέσω πωλήσεων αγαθών ή υπηρεσιών ή από εσωτερικές εργασίες για άλλα κέντρα κερδών για τα οποία μπορεί να χρεωθεί η τιμή μεταφοράς.
- Θα πρέπει να υπάρχει επαρκής αποκέντρωση εξουσίας εντός της εταιρείας ώστε να επιτρέπεται στους διαχειριστές κέντρων κέρδους να λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με τις τιμές πώλησης (συμπεριλαμβανομένων των τιμών μεταφοράς) και τα επίπεδα παραγωγής σε αυτές τις τιμές.

1.3.3 Λογιστικό Κέντρο Ευθύνης Επενδύσεων

Είναι μια μονάδα ενός οργανισμού όπου ένας διευθυντής τμήματος επιτρέπεται να διαθέτει κάποια διακριτική ευχέρεια σχετικά με το ποσό των επενδύσεων που πραγματοποιεί το τμήμα. Κατά την αξιολόγηση του αποτελέσματος του κέντρου, το κέρδος που κερδίζεται πρέπει να σχετίζεται με το ποσό του επενδυμένου κεφαλαίου. Η απόδοση εδώ μετριέται με την απόδοση του απασχολούμενου κεφαλαίου (ROLE) που αναφέρεται διαφορετικά ως απόδοση επένδυσης (ROI) (DiGabriele, 2014).

Οι ακόλουθες προϋποθέσεις πρέπει να υπάρχουν πριν υιοθετηθεί ένα κέντρο ως επενδυτικό κέντρο (Brown, 2014):

- Το κέντρο πρέπει να κάνει χρήση περιουσιακών στοιχείων που μπορούν να αποδοθούν ξεχωριστά σε αυτό.

- Το κέντρο πρέπει να κάνει χρήση περιουσιακών στοιχείων τα οποία ο διαχειριστής του κέντρου ελέγχει όσον αφορά την απόφαση αντικατάστασης περιουσιακών στοιχείων νέας επενδυτικής απόφασης και τα λοιπά.
- Όλες οι προϋποθέσεις που αναφέρονται στο κέντρο κερδών παραπάνω.

Τα χαρακτηριστικά ενός λογιστικού κέντρου κέρδους και επενδύσεων είναι:

- Ο διαχειριστής του κέντρου κόστους έχει τον έλεγχο των ελεγχόμενων στοιχείων κόστους
- Ο διαχειριστής του Κέντρου Κερδών έχει τον έλεγχο του κόστους, της τιμής πώλησης και του όγκου παραγωγής και καθίσταται υπεύθυνος για το κέρδος που επιτεύχθηκε.
- Ο διαχειριστής του κέντρου επενδύσεων έχει τον έλεγχο του κόστους, της τιμής πώλησης, του όγκου παραγωγής και των επενδύσεων σε πάγια και κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία.

Το κέντρο κόστους σχετίζεται με τον προσδιορισμό του κόστους για σκοπούς ελέγχου και αποτελεί τη βάση για την αύξηση του κόστους λεπτομερώς. Το κέντρο κερδών είναι υπεύθυνο για τα έσοδα, το κόστος και τα κέρδη (Albu et al., 2011). Με άλλα λόγια, είναι μια μονάδα στην οποία κατανέμονται τόσο τα έσοδα όσο και το κόστος. Ο διαχειριστής του κέντρου κέρδους έχει την ευθύνη της μεγιστοποίησης των εσόδων εστιάζοντας στις επαναλαμβανόμενες δαπάνες. Η απόδοση συνήθως μετριέται με τον όγκο του κέρδους. Το επενδυτικό κέντρο, όπως ορίζεται από το CIMA, είναι ένα κέντρο κερδών στο οποίο οι εισροές αποτιμώνται σε όρους δαπανών και η παραγωγή μετριέται σε όρους εσόδων όπου μετριέται και το ενεργητικό που χρησιμοποιείται. Η υπέρβαση των εσόδων από τις δαπάνες σχετίζεται με τα περιουσιακά στοιχεία που χρησιμοποιούνται (DiGabriele, 2014).

1.4 Λογιστική και η Έννοια της Τιμολόγησης Μεταφοράς

Ο όρος τιμολόγηση μεταφοράς έχει οριστεί διαφορετικά από διαφορετικούς συγγραφείς. Ο Okoye (1997), όρισε την τιμή μεταφοράς ως «τιμή που χρησιμοποιείται για τη μέτρηση της αξίας αγαθών ή υπηρεσιών που παρέχονται από ένα τμήμα σε άλλο τμήμα εντός μιας εταιρείας». Το Adendiji (2005) το όρισε ως «τη νομισματική αξία που συνδέεται με αγαθά που κατασκευάζονται από μια συγκεκριμένη μονάδα λήψης αποφάσεων και στη συνέχεια μεταφέρεται σε άλλο τμήμα με σκοπό να χρησιμοποιηθεί για το τμήμα τελικού προϊόντος». Ενώ οι Dean et al. (2008), είναι της άποψης ότι η τιμολόγηση αγαθών και υπηρεσιών μεταβιβάζεται μεταξύ μελών της εταιρικής οικογένειας συμπεριλαμβανομένης της μητρικής εταιρείας σε θυγατρική, θυγατρικής σε μητρική εταιρεία και μεταξύ θυγατρικών. Η τιμολόγηση μεταφοράς όπως ορίζεται από το “Βρετανικό Ινστιτούτο Διοικητικής Λογιστικής (Chartered Institute of Management Accountants - CIMA)” είναι μια τιμή που σχετίζεται με αγαθά ή άλλες υπηρεσίες που μεταφέρονται από μια διαδικασία ή τμήμα σε άλλο ή από ένα μέλος μιας ομάδας σε άλλο. Η τιμολόγηση μεταφοράς είναι απαραίτητη για να εκτιμηθεί η ξεχωριστή απόδοση των τμημάτων όπως επίσης χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση των εσόδων που προκύπτουν από το τμήμα πωλήσεων και του κόστους ή των εξόδων που πραγματοποιούνται από το τμήμα αγοράς. Η γενική ανησυχία για την τιμολόγηση μεταφοράς αφορά όχι μόνο τον αντίκτυπο στην απόδοση των τμημάτων αλλά και τον αντίκτυπο στα κέρδη σε ολόκληρη την επιχείρηση όπως και τον αντίκτυπο στην αυτονομία των τμημάτων.

Οι κύριοι στόχοι της πολιτικής τιμολόγησης μεταφοράς πληρούν τα ακόλουθα γενικά κριτήρια. Το πρώτο είναι η συμφωνία στόχου. Το σύστημα τιμολόγησης μεταβίβασης ενός οργανισμού θα πρέπει να ενθαρρύνει κάθε τμήμα να λαμβάνει αποφάσεις που δεν είναι μόνο επωφελείς για το τμήμα αλλά και ωφέλιμες για ολόκληρο τον οργανισμό. Η πολιτική τιμολόγησης μεταφοράς δεν πρέπει να ενθαρρύνει τη μη βέλτιστη λήψη αποφάσεων. Η υπο-βελτιστοποίηση είναι η μεγιστοποίηση των τμηματικών στόχων εις βάρος των εταιρικών στόχων. Το δεύτερο κριτήριο είναι η αξιολόγηση απόδοσης. Η τιμολόγηση μεταφοράς θα πρέπει να είναι τέτοια που θα επιτρέπει στην κεντρική διοίκηση να προσδιορίζει αποτελεσματικά τη συμβολή κάθε τμήματος στο εταιρικό κέρδος. Αυτό θα επέτρεπε να γίνει αξιόπιστη αξιολόγηση της τμηματικής απόδοσης. Το τελευταίο κριτήριο είναι η αυτονομία. Η τιμή μεταφοράς θα πρέπει να επιδιώκει να διατηρήσει τη μέγιστη αυτονομία των τμημάτων, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται το όφελος της αποκέντρωσης. Το κέρδος ενός τμήματος δεν πρέπει να εξαρτάται από τη δράση άλλων τμημάτων. Κατά τον

καθορισμό μιας τιμής μεταφοράς, η οποία είναι ιδιαίτερη για όλους τους διαχωρισμένους οργανισμούς όπου οι δραστηριότητες χωρίζονται σε αυτόνομες μονάδες και πολλές εξουσίες ανατίθενται στους επικεφαλής των τμημάτων, είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι καμία μέθοδος μεταφοράς τιμολόγησης δεν είναι κατάλληλη σε όλες τις περιπτώσεις. Η μέθοδος τιμής μεταφοράς που θα υιοθετηθεί εξαρτάται από την πολιτική διαχείρισης στο δεδομένο χρονικό σημείο. Η βέλτιστη τιμή μεταφοράς είναι το κόστος ευκαιρίας για ολόκληρο τον οργανισμό και όχι απαραίτητα το κόστος ευκαιρίας για οποιοδήποτε από τα τμήματα που αγοράζουν ή πουλούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι καθορισμού της τιμής μεταφοράς. Ο πρώτος τρόπος είναι η μέθοδος τιμολόγησης μεταφοράς βάσει κόστους. Σύμφωνα με την Aguomoaghe & Atu (2010) και τη μέθοδο βάσει κόστους, η τιμή μεταφοράς ισούται με το μοναδιαίο κόστος παραγωγής στο τμήμα πωλήσεων και υπευθυνότητας. Το κόστος θα μπορούσε να παραμείνει μεταβλητό, τυπικό ή συνολικό κόστος. Αυτή η μέθοδος είναι καλή για την απλότητά της στη λήψη πληροφοριών κόστους. Η μέθοδος βάσει κόστους έχει μερικά πλεονεκτήματα, μεταξύ των οποίων είναι ότι βοηθά στη μέτρηση της αποδοτικότητας της παραγωγής συγκρίνοντας το πραγματικό κόστος με το προϋπολογισμένο κόστος, ότι η τιμολόγηση μεταφοράς θα μπορούσε να καθοριστεί και να συμφωνηθεί εκ των προτέρων χωρίς να υπόκειται σε εξωτερική λειτουργία και είναι χρήσιμη στην ανάλυση λήψης αποφάσεων ειδικά με τη χρήση της προσέγγισης οριακού κόστους. Ωστόσο, στα μειονεκτήματα περιλαμβάνεται η έλλειψη ελέγχου κόστους από το τμήμα πωλήσεων. Δεδομένου ότι το πραγματικό κόστος παραγωγής χρησιμοποιείται ως τιμή μεταβίβασης, εκτός εάν χρησιμοποιούνται τυπικά κόστη, θα συνεχίσουν να συμβαίνουν διακυμάνσεις από μήνα σε μήνα και η αποδοτικότητα των αυτόνομων τμημάτων δεν μπορεί να μετρηθούν αποτελεσματικά καθώς τα έσοδα αγνοούνται πλήρως.

Άλλος τρόπος καθορισμού είναι η μέθοδος τιμολόγησης μεταφοράς βάσει αγοράς. Είναι απλώς η τιμή στην οποία προσφέρονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες στην ελεύθερη αγορά. Συνιστάται για την απόδοση της οικονομικής αξιολόγησης και όπου υπάρχουν διαφορετικοί αγοραστές και πωλητές. Αυτή η προσέγγιση για τη μεταφορά τιμολόγησης χρησιμοποιείται όταν η πολιτική διαχείρισης παρέχει αυτονομία στα τμήματα αγοράς και πώλησης για αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών εσωτερικά ή εξωτερικά. Υπάρχουν μερικά μειονεκτήματα κατά τη χρήση αυτής της μεθόδου στα οποία περιλαμβάνονται τα

εξής: Υπάρχει ομαλικός στόχος, καθώς κάθε τμήμα που λαμβάνει η τμηματική διαχείριση χρησιμοποιώντας μέθοδο αγοράς μεταβίβασης τιμών δεν θα είναι μόνο προς το συμφέρον του τμήματος, αλλά και εκείνου σε ολόκληρη την οργάνωση, διατηρείται η αυτονομία των τμημάτων και είναι κατάλληλη για τη μέτρηση της απόδοσης και την παρακίνηση των διαχειριστών.

Ωστόσο, υπάρχουν επίσης ορισμένα μειονεκτήματα στη χρήση μιας τιμής μεταφοράς βάσει της αγοραίας τιμής τα οποία περιλαμβάνουν το γεγονός ότι μπορεί να υπάρχει πρόβλημα εάν αυτά τα εμπορεύματα που μεταφέρονται δεν έχουν ήδη τιμή αγοράς. Επίσης, στη σημερινή ρυθμιζόμενη οικονομία, οι απόλυτα ανταγωνιστικές αγορές είναι πολύ σπάνιες και αυτό μπορεί να επηρεάσει την τιμή της αγοράς καθιστώντας την ανεφάρμοστη ως αποτελεσματική τιμή. Επιπλέον, δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι η τιμή αγοράς ενός προϊόντος είναι αυστηρά συγκρίσιμη από άποψη ποιότητας και άλλων σχετικών χαρακτηριστικών και ότι μπορεί να προκύψει μια κατάσταση στην οποία η τιμή αγοράς είναι μια τιμή κινδύνου (Adediran, 2006).

Κεφάλαιο 2

Η Συμβολή των Λογιστικών Γραφείων στην Κοινωνία και την Οικονομία

Η συνεισφορά των Λογιστικών Γραφείων συγκαλύπτει την παραδοσιακή αντίληψη για το ρόλο της λογιστικής σε μια κοινωνία ως δραστηριότητα ανεξάρτητης και αμερόληπτης μέτρησης και παρουσίασης πραγματικών οικονομικών φαινομένων με την εκτεταμένη άποψη της λογιστικής ως κοινωνικοπολιτικής πρακτικής και ιδεολογίας. Δείχνει επίσης πώς η τελευταία άποψη επηρεάζει την κατανόηση του ρόλου της λογιστικής και των αντιδράσεών της υπό το φως της πρόσφατης παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης.

Η έναρξη της τελευταίας παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης έχει προωθήσει τη διαμόρφωση ορισμένων κρίσιμων απόψεων σχετικά με τη λογιστική καθώς και τις εκκλήσεις για εμπειριστατωμένες αλλαγές. Αυτές οι απόψεις προέρχονται όχι μόνο από τους κυβερνητικούς εκπροσώπους των ισχυρότερων παγκοσμίων οικονομιών (Zhang

& Andrew 2014) αλλά και από παγκοσμίου φήμης οικονομολόγους (Krugman, 2009). Πρέπει να σημειωθεί ότι έχουν προκύψει πιέσεις για τις αλλαγές ατομικών λογιστικών λύσεων όσο και για τις ερωτήσεις σχετικά με την ευθύνη του επαγγέλματος για την ίδια την εμφάνιση της κρίσης και κυρίως όσον αφορά τους ρόλους της λογιστικής της εύλογης αξίας, του ελέγχου, της χρηματοδότησης εκτός ισολογισμού και της λογιστικής ρύθμισης (Arnold, 2009; Cooper, 2015; Laux & Leuz, 2009; Magnan, 2009; Sikka, 2009). Επιπλέον, η εμπιστοσύνη στην ικανότητα των φορέων καταμέτρησης των λογιστικών προτύπων παγκοσμίως έχει υπονομευθεί σοβαρά (Walker, 2010).

Το επάγγελμα ανταποκρίθηκε στις κρίσεις και τις πιέσεις που προκάλεσε η κρίση με αλλαγές που στοχεύουν κυρίως στη μεγαλύτερη διαφάνεια στην υποβολή εκθέσεων, την καλύτερη λειτουργικότητα των υφιστάμενων λύσεων (π.χ. όσον αφορά τις μετρήσεις της εύλογης αξίας) και την ενίσχυση των διαδικασιών εναρμόνισης για τις διεθνώς σημαντικότερες εννοιολογικές λογιστικές λύσεις (Arnold, 2012; Cooper, 2015; Henry & Holzmann, 2009; Mala & Chand, 2012; Power, 2010). Το θεμελιώδες ζήτημα της συμβολής σε αυτά τα ζητήματα είναι πώς να κατανοήσουμε τον ρόλο της λογιστικής στο πλαίσιο αυτής της κρίσης και της αντίδρασής της σε αυτήν. Ο ευκολότερος τρόπος θα ήταν απλώς να απορριφθούν οι καταγγελίες κατά της λογιστικής σε σχέση με την τελευταία κρίση, καταλήγοντας στο ότι «απλώς έπαιξε το ρόλο του παροιμιώδους αγγελιοφόρου που τώρα πυροβολείται» (Turner, 2008; Vernon, 2008, όπως αναφέρεται στο Laux & Leuz, 2009, σελ. 826). Ωστόσο, αυτή είναι μόνο μία από τις πολλές πιθανές απόψεις που βασίζονται στην αρχή της λογιστικής ως ενός εξαρτημένου και αμερόληπτου παρατηρητή της οικονομικής πραγματικότητας.

Εκτός από αυτήν την άποψη, υπάρχουν και άλλες, εναλλακτικές απόψεις βασισμένες σε πολύ ευρύτερους ορισμούς αλλά και στην κατανόηση της λογιστικής ως κοινωνικής και θεσμικής πρακτικής. Ένας από αυτούς θεωρεί την λογιστική ως ενεργό κοινωνικό παράγοντα όσον αφορά την πολιτική και την ιδεολογία (Gomes, 2008, Tinker, 1980, Walters, 2004). Από αυτή την άποψη, η αντίληψη του ρόλου της λογιστικής στην κρίση μπορεί να είναι αρκετά διαφορετική. Σκοπός της μελέτης αυτής είναι, λοιπόν, η έρευνα των απόψεων του αντιπροσωπευτικού ρεαλισμού σχετικά με τη λογιστική με τις εναλλακτικές κοινωνικοπολιτικές απόψεις και, συνεπώς, τη διεύρυνση της κατανόησης του ρόλου και

των ενεργειών του σε σχέση με την πρόσφατη παγκόσμια οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση.

2.1 Ο Ρόλος και Σημασία της Λογιστικής σε μια Κοινωνία

Σύμφωνα με το λογιστικό επάγγελμα και τους διαδεδομένους ορισμούς, η λογιστική θεωρείται πρωτίστως ως αμερόληπτος παρατηρητής και αντικειμενικός παράγοντας αναπαραγωγής κάποιας ανεξάρτητης οικονομικής πραγματικότητας που θεωρείται σημαντικός για τους χρήστες της (Solomons, 1991). Πρόκειται για μια σαφώς τεχνική - μηχανική άποψη που κατανοεί και ορίζει τη λογιστική ως απλή τεχνολογική λύση (λογιστική ως μέθοδο / μεθοδολογία, λογιστική ως τεχνική / τεχνολογία κλπ.) για το τεχνικό πρόβλημα της μέτρησης και τον έλεγχο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Gomes, 2008). Παρουσιάζεται έτσι ως θεμελιώδης παράγοντας και παρέχει στους οικονομικούς παράγοντες στοιχεία που απαιτούνται για τη λήψη των αποφάσεων στην αγορά και επομένως διαδραματίζει αποφασιστικό ρόλο στην αποτελεσματική λειτουργία των αγορών μεταφέροντας τες προς τη βέλτιστη ισορροπία (δηλαδή ισορροπία στην περίπτωση της τέλει πληροφόρησης) (Arnold, 2009). Επιπλέον, τονίζεται ο ρόλος της επιβεβαίωσης ή της διαβεβαίωσης της "πραγματικής και δίκαιης" άποψης των οικονομικών στοιχείων των συμμετεχόντων στην αγορά και της παροχής δεδομένων και πληροφοριών για τις ανάγκες των εθνικών λογαριασμών (Laux & Leuz, 2009; Mala & Chand, 2012). Στο πλαίσιο της λογιστικής διαχείρισης, επισημαίνεται η στήριξη της διαχείρισης των επιχειρηματικών αναλύσεων, του επιχειρηματικού σχεδιασμού και του προϋπολογισμού καθώς και η προετοιμασία επιχειρηματικών αποφάσεων σε περιόδους αβεβαιότητας (Anthony & Govindarajan, 2006). Φυσικά, ο κατάλογος των πιθανών χρήσεων της λογιστικής είναι μεγάλος.

Η θεωρία της λογιστικής και η λογιστική πρακτική ως αντανάκλασεις και εφαρμογές μιας συγκεκριμένης (κυρίαρχης) οικονομικής σκέψης (Klamer & McCloskey, 1992) ορίζονται κυρίως ως νεοκλασικά και με βάση την περιθωριακή θεωρία, υπογραμμίζοντας τα κλασικά πολιτικά και οικονομικά θεμέλια και τη φύση / την ιδιότητα της οικονομικής επιστήμης. Επομένως, η οικονομική ερμηνεία ενός λογιστικού φαινομένου είναι η μόνη σωστή και, ως

εκ τούτου, η λογιστική θεωρείται κυρίως ως ένα οικονομικό μοντέλο λήψης αποφάσεων. Σύμφωνα με τα λόγια του Dillard, «το λειτουργικό μοντέλο είναι η κυρίαρχη προοπτική για την εξέταση της λογιστικής, καθώς και η κυρίαρχη προοπτική στην κοινωνική επιστήμη. Η γλώσσα στην οποία σκεφτόμαστε και επικοινωνούμε, η λογιστική είναι αυτή της λειτουργικότητας» (Napier, 2006, σελ. 451-452). Η ιδεολογία των αφηρημένων, μη συνεκτικών και ελεύθερων μεταβλητών είναι το επίκεντρο αυτής της θετικιστικής ερευνητικής παράδοσης. Συνεπώς, η λογιστική θεωρείται απλώς ως καθήκον τεχνικής (ολικής) μετατροπής κάποιας ανεξάρτητης, αντικειμενικής οικονομικής πραγματικότητας σε λογιστικά δεδομένα και πληροφορίες. Η θεμελιώδης οντολογική παραδοχή των επικρατούντων εννοιολογικών πλαισίων της οικονομικής λογιστικής είναι συνεπώς «ότι η σχέση ανάμεσα στη χρηματοοικονομική λογιστική και την οικονομική πραγματικότητα είναι μια μονοκατευθυντική, ανταναικλαστική ή πιστή αναπαραγωγική σχέση: η οικονομική πραγματικότητα υπάρχει αντικειμενικά, ενδοσκοπικά, συγκεκριμένα και ανεξάρτητα από την οικονομική λογιστική· η χρηματοοικονομική λογιστική αντικατοπτρίζει, ανταναικλά, αντιπροσωπεύει ή μετρά αυτή την προϋπάρχουσα πραγματικότητα» (Hines, 1991, σελ. 315-316).

Στην ουσία, το επίκεντρο του ενδιαφέροντος είναι η ουδέτερη αντίληψη της συμμετοχής, η οποία μπορεί να οριστεί οντολογικά αλλά και αντικειμενικά όσον αφορά τόσο τη φύση του κόσμου που πρέπει να παρουσιάζει η λογιστική όσο και τη φύση ή το καθεστώς της λογιστικής. Στο πλαίσιο αυτό, η λογιστική παρουσιάζεται κυρίως και κατανοείται ως μαθηματικό μοντέλο (μεταβλητές, σχέσεις μεταβλητών κλπ.) και μεθοδολογία μέτρησης και ανάλυσης της ανεξάρτητης οικονομικής πραγματικότητας, ενώ δεν λαμβάνονται υπόψη οι άλλες επιπτώσεις της λογιστικής. Από αυτή την οπτική, η αντίδραση του επαγγέλματος στις επικρίσεις της λογιστικής κατά τη διάρκεια της χρηματοπιστωτικής κρίσης, όπως «απλώς έπαιξε το ρόλο του παρομιώδους αγγελιοφόρου που τώρα πυροβολείται» (Turner, 2008 & Vernon, 2008, όπως αναφέρεται στο Laux & Leuz, 2009, σελ. 826) είναι απολύτως λογική και κατανοητή.

Επιπλέον, ο κοινωνικός προσανατολισμός της λειτουργικοποιητικής άποψης σχετίζεται με τη διατήρηση του status quo, θεωρώντας ότι η ορμή της κοινωνίας κινείται προς ισορροπία και σύγκρουση (Dillard, 1991). Τότε γίνεται κατανοητός ο τρόπος με τον οποίο η αντιμετώπιση που βασίζεται σε ένα λειτουργικό παράδειγμα αντιδρά σε περιόδους κρίσης.

Πράγματι, αντιδρά με απλές επαφές μέσα στις υπάρχουσες εννοιολογικές λύσεις για να τις λειτουργήσει καλύτερα (Cooper, 2015). Μια καλή εικόνα αυτού είναι η έννοια της μέτρησης της εύλογης αξίας. Αν και η αξιοπιστία της αποδοτικής θεωρίας της αγοράς ως θεμελίωση ενός σημαντικού μέρους της λογιστικής θεωρίας (συμπεριλαμβανομένης της μέτρησης της εύλογης αξίας) έχει διαταραχθεί στην τελευταία οικονομική κρίση (McSweeney, 2009), παραμένει ένας από τους βασικούς χώρους πάνω στους οποίους βασίζονται οι προτάσεις αλλαγών και οι αντιδράσεις των επαγγελματιών λογιστών σε αυτές τις αλλαγές (Arnold, 2009; Cooper, 2015). Όσον αφορά τις θεσμικές λογιστικές λύσεις, η έννοια της εύλογης αξίας όχι μόνο διατηρήθηκε, αλλά και ενισχύθηκε με λεπτομερέστερες προδιαγραφές προσδιορισμού και μέτρησης (IASB, 2011; Laux & Leuz, 2009; Mala & Chand, 2012). Ένα υψηλότερο επίπεδο διαφάνειας και πιο λεπτομερείς κανόνες μέτρησης θα βοηθούσαν στην επίτευξη της επιθυμητής κοινωνικής ισορροπίας. Σε περιόδους κρίσης, η βασική εκτίμηση που βασίζεται σε αυτή την αντίληψη μπορεί - όπως εκφραζόταν καλά από τον Arnold (2009, σελ. 805) - «να προσκολληθεί στη δυσλειτουργική αντίληψη ότι η περισσότερη διαφάνεια θα αναζωπυρώσει κάπως την εμπιστοσύνη στις χρηματοπιστωτικές αγορές και να τους επιτρέψει να λειτουργήσουν αποτελεσματικά και πάλι».

Είναι εξαιρετικά δύσκολο να γίνει μια εις βάθος κοινωνική κριτική σε μια τέτοια κατανόηση της λογιστικής, διότι αυτή η άποψη καθιστά αδύνατο τον ορισμό της λογιστικής ως οποιουδήποτε (αυτόνομου) συμφέροντος των ενδιαφερομένων δεδομένου ότι θεωρείται ως τεχνική λύση για ένα τεχνικό πρόβλημα. Τα λάθη ή οι παρατυπίες στην εφαρμογή (π.χ. λογιστική απάτη, αμέλεια) είναι οι μόνοι τομείς που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο κριτικής. Έτσι, υπάρχει πολύ λίγο περιθώριο για οποιουδήποτε βαθύτερους κοινωνικούς λόγους. Οι διαστάσεις που πιθανότατα έχουν το μεγαλύτερο κοινωνικό δυναμικό της λογιστικής δεν προσδιορίζονται. Θα μπορούσαν να αποκαλυφθούν μόνο από μια θεμελιωδώς διαφορετική και ευρύτερη άποψη της λογιστικής ως κοινωνικής και θεσμικής πρακτικής, ιδιαίτερα μια άποψη που αντιλαμβάνεται την εκτίμηση ως πολιτική πρακτική και ιδεολογία.

2.2 Η Λογιστική ως Πολιτική Πρακτική και Ιδεολογία στην Οικονομία

Η λογιστική στην ουσία αποτελεί μια γλώσσα. Είναι ένας λόγος ή επικοινωνία (Funnell, 2007) και μια ρητορική (Walters, 2004). Η αναπαράσταση της οικονομικής πραγματικότητας μπορεί να θεωρηθεί ως ένας μηχανισμός που επιτρέπει την οικονομική ομιλία σε σχέση με αυτές τις δραστηριότητες και τα γεγονότα (Burchell et al., 1980). Αν και αυτές οι αναφορές μπορεί να φαίνονται πραγματικές, είναι ουσιαστικά ερμηνείες λογιστικής / αφηγήσεις / μεταφορές. Η γλώσσα της λογιστικής και η χρήση της στην καθημερινή οικονομική επικοινωνία είναι επομένως ένας κύριος δίαυλος διάδοσης της ιδεολογίας. Όπως ισχυρίστηκε ο Bryer (2012, σελ. 513), δεν είναι μόνο η «γλώσσα της πραγματικής ζωής που παρέχει συμβολικές δομές για κοινωνική δράση, που είναι μια γλώσσα πρακτικής στην επιχείρηση», αλλά και η γλώσσα ως μια πιθανή ενσωμάτωση και στρεβλωτική ιδεολογία (Bryer, 2012). Αναφορικά με τις προσκλήσεις για μεγαλύτερο έλεγχο, υπευθυνότητα, αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα, οι παρουσιάσεις αυτές αποτελούν την επικρατούσα λογιστική κοινωνική / οικονομική ρητορική (ή πολιτικό λόγο) και την κύρια πηγή της κοινωνικής της έλξης.

Έτσι, τα περιουσιακά στοιχεία, οι υποχρεώσεις, τα κόστη, τα έσοδα και τα έξοδα, τα κέρδη, οι ζημίες και το κεφάλαιο - ως πραγματικές οικονομικές και γλωσσικές μεταβλητές / μεταφορές - καθορίζουν αποφασιστικά την κατανόηση για οικονομικά θέματα, κατευθύνουν τη σκέψη και μεταφέρουν αυτό που είναι σημαντικό και τι δεν είναι, τι είναι σωστό και τι δεν είναι. Όλα αυτά είναι κοινωνικές δομές υπό την έννοια ότι δεν βασίζονται σε κανέναν φυσικό νόμο ή μη αναστρέψιμη λογική. Παρόλα αυτά, αποτελούν όλο και πιο σημαντικό στοιχείο των καθημερινών μας οικονομικών σκέψεων. Είναι λοιπόν τα προϊόντα των συμφωνημένων τεχνολογιών, μεθοδολογιών, θεωριών και μαθηματικών που επιτρέπουν στη λογιστική να κοινοποιεί ένα σύνολο αξιών, ιδανικών και αναμενόμενης συμπεριφοράς (Funnell, 2007) τουλάχιστον στον ίδιο βαθμό που του επιτρέπουν να επικοινωνεί με την ανεξάρτητη πραγματικότητα. Έτσι, η λογιστική είναι «η οικοδόμηση, η διατήρηση και η νομιμοποίηση πολιτικών και οικονομικών ρυθμίσεων, θεσμών και ιδεολογικών θεμάτων» (Guthrie & Parker, 1990, 166, όπως αναφέρεται στο Funnell, 2007, σ. 23). Όπως διαπίστωσε ο Macintosh (2009, σελ. 168), «η λογιστική γλώσσα δεν είναι ένα διαφανές μέσο αλλά μάλλον το υλικό που χρησιμοποιείται για την παραγωγή αληθειών».

Ο μηχανισμός αυτός εξηγείται λεπτομερέστερα από τον Walters (2004, σελ. 163), ο οποίος δήλωσε ότι: «η αποκλειστικότητα μιας ενιαίας μεταφοράς από την ευνοιοκρατία και το προνόμιο της [...] οδηγεί σε εξάλειψη της μεταφορικής της φύσης και, ως εκ τούτου, της τελικής κατάστασης της “αλήθειας”. Οι προνομιούχες μεταφορές χρησιμοποιούνται συχνά ως συνέπεια της αποκλειστικότητας τους, εξοικειωμένες και διακριτικές ως αποτέλεσμα της συνήθης χρήσης, σκληρές και σταθερές ως επακόλουθο του άναρχου καταναγκασμού και, τελικά, με συνήθεια ή σύμβαση, παρέχεται το καθεστώς των εννοιών της αλήθειας».

Η λογιστική είναι ακριβώς μια τέτοια μεταφορά. Οι αριθμοί, τα υπολογιστικά φύλλα και οι εξισώσεις δίνουν την εμφάνιση της ακρίβειας και της πεποίθησης της απόλυτης πραγματικότητας. Μπορεί να αμφισβητηθεί μόνο η εφαρμογή, αλλά ποτέ οι θεωρητικές και μεθοδολογικές αρχές επειδή είναι επιστημονικές. Το ιδεολογικό αποτέλεσμα μιας τέτοιας μεταφοράς, λοιπόν, δεν είναι μόνο στη θεμελιώδη επικοινωνία της, αλλά και στο γεγονός ότι «αποκλείει άλλες αφηγήσεις και αξίες» (Neu & Taylor, 1996, σελ. 437) με το προνομιακό της καθεστώς. «Περιορίζοντας τη γλώσσα της συζήτησης, οι κοινωνικές σχέσεις γίνονται αντιληπτές και αντικειμενικές και έτσι θεωρούνται ως ένα αντικειμενικό και αναλλοίωτο περιβάλλον μέσα στο οποίο πραγματοποιείται κάθε δράση» (Dillard, 1991, σελ. 19). «Οι καταστροφικές λογιστικές πράξεις μετατοπίζουν εναλλακτικές καταστάσεις που μπορούν να μετασχηματίζουν τη συνείδηση πολλών κοινωνικών φορέων και ίσως να συμβάλλουν στην αμφισβήτηση του καπιταλιστικού συστήματος των σχέσεων εξουσίας» (Gallhofer & Haslam, 1991, σελ. 492, όπως αναφέρεται στο Funnell, 2004, σελ. 60). Αυτό συμπληρώνει τον κύκλο της οικονομικής αλήθειας και ο λογιστής διορίζεται ως ο κύριος και αποκλειστικός αφηγητής του.

Στην ουσία, αυτή η άποψη σχετικά με το ρόλο της συμμετοχής στην πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση επισημαίνει μια άλλη συμφωνία μεταξύ κεφαλαίου και λογιστικής. Λόγω του γεγονότος ότι η πρόσφατη κρίση εντάθηκε από σημαντικές επενδύσεις σε ακραίες μορφές πλασματικού κεφαλαίου, η υιοθέτηση οικονομικών ορθολογισμών από το λογιστικό επάγγελμα βοήθησε να προωθηθεί η μορφή του χρηματοδοτούμενου νεοφιλελευθερισμού που κυριάρχησε την εποχή της κρίσης (Cooper, 2015). Έτσι, η «λογιστική, όταν διαμορφώθηκε, χρησιμοποιήθηκε και αναλύθηκε με τρόπους που βασίζονται στην άρνηση της αποτυχίας της χρηματοπιστωτικής αγοράς και ενίσχυσε τις συνθήκες που δημιούργησαν την κρίση» (McSweeney, 2009, σελ. 844) και ενθάρρυνε τις

(κερδοσκοπικές) δραστηριότητες των επιχειρήσεων γενικότερα και των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, ιδίως κατά την πορεία και μετά την κρίση (Cooper, 2015).

Αντίστοιχα, πρέπει να γίνει κατανοητό το έργο σύγκλισης μεταξύ των εννοιολογικών πλαισίων και των προτύπων των δύο διεθνώς σημαντικότερων αρχών χρηματοοικονομικής πληροφόρησης (δηλ. του IASB και του αμερικανικού FASB). Σύμφωνα με τον Zhang και τον Andrew (2014) πρέπει να δοθεί έμφαση στις ικανότητες να επικεντρωθεί εκ νέου η λογιστική πρακτική στις ανάγκες των κερδοσκόπων στις κεφαλαιαγορές. Από την άποψη αυτή, όπως στην περίπτωση του χρηματοπιστωτικού κεφαλαίου, δεν έχουν αλλάξει πολλά στον τομέα της λογιστικής (Cooper, 2015). Η λογιστική συνεχίζει να υποστηρίζει και να νομιμοποιεί τις φωνές που υποβαθμίζουν το μερίδιο των εργαζομένων στο εθνικό εισόδημα και τον πλούτο και, συνεπώς, τροφοδοτεί την οικονομική κρίση (Sikka, 2012). Οι εφαρμοζόμενες αλλαγές απλώς ενισχύουν την ψευδαίσθηση ότι μπορούν να υποκαταστήσουν ισχυρότερες μορφές εποπτείας και περιορισμούς στην οικονομική κερδοσκοπία (Arnold, 2012). Επιπλέον, εξακολουθούν να συμβάλλουν στην οικονομική αστάθεια, παρέχοντας ιδεολογική στήριξη σε επικίνδυνα επίπεδα χρηματοοικονομικής κερδοσκοπίας και ελάχιστης ρύθμισης (Arnold, 2012). Επίσης, όπως αναφέρθηκε από τον Arnold (2009, σελ. 808), «οι φαινομενικά ουδέτερες λογιστικές πρακτικές διευκόλυναν και συνεχίζουν να διευκολύνουν τις τεράστιες μεταβιβάσεις πλούτου που σηματοδοτούν αυτήν την εξαιρετική χρηματοοικονομική κρίση». Η θεσμική λογιστική θα μπορούσε επίσης να θεωρηθεί ως συνεργάτης σε αυτή την κρίση (Cooper, 2015). Εάν θεωρήσουμε ότι οι λογιστικοί κανονισμοί διεθνούς εμβέλειας καθορίζονται από οργανισμούς που χρηματοδοτούνται από ιδιωτικούς φορείς, τους σημαντικότερους παράγοντες του χρηματοδοτούμενου καπιταλισμού, δεν πρέπει να εκπλαγούμε από αυτή την άποψη. Όπως εξήγησε ο Cooper (2015, σελ. 1), «οι θεσμικές δομές της λογιστικής σημαίνουν ότι είναι δυνατόν να συλληφθούν από τους πιο ισχυρούς στην κοινωνία». Όσον αφορά την πρόσφατη κρίση, ο κ. Cooper σχολίασε και πάλι ότι «οι θεσμικές δομές του καθορισμού των λογιστικών προτύπων σημαίνουν ότι οι κανόνες που χρειάζονται για να βοηθήσουν στη ρύθμιση των αγορών και να περιορίσουν κάποιες από τις πιο επικίνδυνες μορφές κερδοσκοπίας» (2015, σελ. 13).

Η πρόσφατη παγκόσμια κρίση, στην οποία η λογιστική αντιμετώπιζε τόσο την πίεση για αλλαγή όσο και την εκτίμησή της για την ανάληψη ευθύνης για την εμφάνιση της κρίσης,

μας προσφέρει τη δυνατότητα να σκεφτούμε τις διάφορες δυνατότητες κατανόησης του ρόλου της λογιστικής στην κοινωνία καθώς και τα πολιτικά και οικονομικά θεμέλια αυτής. Η κύρια λογιστική και η θεσμική λογιστική έχουν ανταποκριθεί στις πιέσεις και τις προκλήσεις που προκαλεί η κρίση από την παραδοσιακή, λειτουργική και ουδέτερη άποψη του ρόλου των λογιστών στην κοινωνία (Arnold, 2012; Cooper, 2015; Henry & Holzmann 2009; Mala & Chand, 2012; Nölke, 2009; Power, 2010). Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να δοθεί έμφαση στην ύπαρξη και τη δυνατότητα πιστής απεικόνισης της ανεξάρτητης και αντικειμενικής οικονομικής πραγματικότητας, στους λογιστές ως αθώους αγγελιοφόρους των κακών ειδήσεων (Magnan, 2009).

Οι ευρύτερες απόψεις για τη λογιστική ως κοινωνική (και θεσμική) πρακτική απορρέουν από τη θεμελιώδη ιδέα (Hines, 1991) ότι δεν υπάρχει μια ανεξάρτητη και αμερόληπτη εκτίμηση και ότι δεν υπάρχει μια ανεξάρτητη και αντικειμενική οικονομική πραγματικότητα. Η πολιτική και οικονομική άποψη της λογιστικής (Arnold, 2009; Baker, 2005; Bryer, 2012; Collison, 2003; Cooper, 2015; Funnell, 2007; Rudkin, 2007; Sikka, 2012; Zhang & Andrew, 2014) αποκαλύπτει έτσι ότι το υπόβαθρο της λογιστικής τεχνολογίας είναι πάντα ιδεολογικό και ότι η λογιστική αντανακλά τόσο τις επικρατούσες κοινωνικοοικονομικές σχέσεις και τις αλλαγές μαζί τους. Αυτή η άποψη όχι μόνο αποκαλύπτει την τρέχουσα γενική λογιστική ως εργαλείο / τεχνολογία της καπιταλιστικής ηγεμονίας και ως μέσο για τη διάδοση των αρχών του καπιταλισμού, αλλά επίσης επικεντρώνει την προσοχή στην παγίδευση της θεσμικής λογιστικής και του λογιστικού επαγγέλματος σε αυτές τις αρχές.

Η πρόσφατη παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση δεν αποτελούσε σοβαρό σοκ για την (γενική) λογιστική. Αυτή η κρίση πιθανότατα δεν άλλαξε τη λογιστική, καθώς η λογιστική απλώς δέχθηκε μικρές επιπτώσεις (Arnold, 2009; Cooper, 2015) με τη μορφή της περαιτέρω ενίσχυσης του ελέγχου, της τελειοποίησης των κανόνων μέτρησης της εύλογης αξίας και της ενίσχυσης της ιδέας για διαφάνεια της αναφοράς με τα ολοένα και πιο εναρμονισμένα λογιστικά πρότυπα. Στην ουσία, αυτή ήταν στην πραγματικότητα μια ακόμη συμφωνία μεταξύ κεφαλαίου και λογιστικής. Επιπλέον, η διασύνδεση λογιστικής και κεφαλαίου ή η ενσωμάτωση των διεθνών λογιστών και λογιστικών εταιρειών στο επιχειρηματικό μοντέλο του καπιταλισμού (Baker, 2005; Boyce, 2014; Sikka, 2001; 2009) είναι πιθανώς ένας από τους λόγους για τους οποίους η πρόσφατη χρηματοπιστωτική

κρίση δεν θεωρείται σε μεγάλους λογιστικούς κύκλους ως η κρίση της λογιστικής. Στην πραγματικότητα, αυτή η κρίση παρουσιάζει στην πραγματικότητα μια ευκαιρία για λογιστική. Οι συζητήσεις για μεγαλύτερο έλεγχο, περισσότερη ρύθμιση, περισσότερη διαφάνεια και ευθύνη (Henry & Holzmann, 2009; Mala & Chand, 2012) είναι η γλώσσα και το επιχειρηματικό μοντέλο της υπάρχουσας θεσμοθετημένης λογιστικής. Από αυτή την άποψη, η λογιστική είναι περισσότερο ή λιγότερο η αντανάκλαση του επικρατούντος κοινωνικού κλίματος και των σχέσεων και επικεντρώνεται στη διατήρηση και υποστήριξη του καπιταλιστικού ελέγχου των μέσων παραγωγής (Dillard, 1991). Με άλλα λόγια, η πολιτική οικονομία της συμμετοχής ανήκει πάντα στις ελίτ της επικρατούσας κοινωνικής τάξης (Dillard, 1991; Tinker, 1980, 1991). Η εξάπλωση της συνειδητοποίησης του ρόλου της θεσμοθετημένης λογιστικής αλλά και η αυτοκριτική όσον αφορά την παγίδευση από το κεφάλαιο θα μπορούσαν να επιταχύνουν τις προαναφερθείσες διαδικασίες.

Κεφάλαιο 3

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Μελετών για την Επίδραση

της Ικανοποίησης των

Πελατών στα Κέρδη των

Λογιστικών Γραφείων

Η συνεισφορά των Λογιστικών Γραφείων συγκαλύπτει την παραδοσιακή αντίληψη για το ρόλο της λογιστικής σε μια κοινωνία ως δραστηριότητα ανεξάρτητη και αμερόληπτης μέτρησης και παρουσίασης πραγματικών οικονομικών φαινομένων με την εκτεταμένη άποψη της λογιστικής ως κοινωνικοπολιτικής πρακτικής και ιδεολογίας. Δείχνει επίσης πώς η τελευταία άποψη επηρεάζει την κατανόηση του ρόλου της λογιστικής και των αντιδράσεων της υπό το φως της πρόσφατης παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης.

Σήμερα η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που καταναλώνονται έχει μεγάλη σημασία. Είναι ευρέως αποδεκτό ότι η επιβίωση σε δύσκολες και ανταγωνιστικές συνθήκες μιας οικονομίας της αγοράς απαιτεί παραγωγή καλής ποιότητας. Για να κατανοηθούν και να αξιολογηθούν τα αποτελέσματα των προσπαθειών που πραγματοποιήθηκαν για παραγωγή καλής ποιότητας, η ποιότητα πρέπει να είναι μετρήσιμη. Ενώ η ποιότητα των αγαθών μπορεί εύκολα να μετρηθεί λαμβάνοντας υπόψη τις συγκεκριμένες φυσικές ιδιότητες, η μέτρηση για τις υπηρεσίες είναι μάλλον δύσκολη επειδή η ποιότητα στην περίπτωση αυτή εξαρτάται από μεγάλο αριθμό παραγόντων.

Παρά το γεγονός ότι έχουν γίνει προσπάθειες για τη μελέτη της ποιότητας των υπηρεσιών, δεν υπήρξε μέχρι στιγμής στη βιβλιογραφία γενική συμφωνία σχετικά με τη μέτρηση της έννοιας. Η πλειονότητα των εργασιών μέχρι σήμερα προσπάθησε να χρησιμοποιήσει τη μεθοδολογία SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985; 1988) σε μια προσπάθεια μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών (π.χ. Brooks et al., 1999; Edvardsson et al., 1997; Lings & Brooks 1998, Reynoso & Moore, 1995, Sahnay et al., 2004). Το SERVQUAL έχει επίσης αρχίσει να εφαρμόζεται για λογιστικές και ελεγκτικές εταιρείες (Kang & Bradley, 2002; Keng & Liu, 1998; Armstrong & Smith 1996; Hong & Wu, 2003). Όσον αφορά τη Βόρεια Κύπρο, δεν έχει εντοπιστεί κάποια μελέτη που να μετρά την ποιότητα των υπηρεσιών των λογιστικών εταιρειών.

Από αυτή την άποψη, ο σκοπός της μελέτης των Aga & Safakli (2007) είναι να εκτιμήσει την αντίληψη των πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών από μια εταιρεία λογιστικών υπηρεσιών. Ήταν μια μελέτη όπου διεξήχθησαν έρευνες που χρησιμοποιούν το SERVQUAL για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται σε πελάτες τοπικών λογιστικών εταιρειών στη Βόρεια Κύπρο (Aga & Safakli, 2007).

Πολλοί από τους ορισμούς της ποιότητας υπηρεσιών περιστρέφονται γύρω από την αναγνώριση και την ικανοποίηση του πελάτη ως προς τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του (Cronin and Taylor, 1992: 55-68). Οι Parasuraman et al. (1985) υποστηρίζουν ότι η ποιότητα των υπηρεσιών μπορεί να οριστεί ως η διαφορά μεταξύ των προβλεπόμενων, ή αλλιώς η αναμενόμενη εξυπηρέτηση (προσδοκίες πελατών) και αντιληπτή εξυπηρέτηση

(αντιλήψεις πελατών). Εάν οι προσδοκίες είναι μεγαλύτερες από την απόδοση, τότε η αντιληπτή ποιότητα είναι μικρότερη από ικανοποιητική και υλοποιείται το κενό ποιότητας υπηρεσίας. Αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι η υπηρεσία είναι χαμηλής ποιότητας αλλά μάλλον ότι δεν έχουν ικανοποιηθεί οι προσδοκίες των πελατών και ως εκ τούτου εμφανίζεται η δυσαρέσκεια των πελατών και προκύπτουν ευκαιρίες για καλύτερη ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών.

Η κλίμακα SERVQUAL είναι ένα βασικό μέσο στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ των υπηρεσιών για την αξιολόγηση της ποιότητας (Parasuraman et al., 1991; Parasuraman et al., 1988). Αυτό το όργανο έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως τόσο από τους διευθυντές (Parasuraman et al., 1991) όσο και από τους ακαδημαϊκούς (Babakus and Boller, 1992; Carman, 1990) για την εκτίμηση των αντιλήψεων των πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών για μια ποικιλία υπηρεσιών (π.χ. τράπεζες, πίστωση, εταιρείες καρτών, εταιρείες επισκευής και συντήρησης). Τα αποτελέσματα της αρχικής δημοσιευμένης αίτησης του οργάνου SERVQUAL έδειξαν ότι πέντε διαστάσεις ποιότητας υπηρεσίας εμφανίστηκαν σε μια ποικιλία υπηρεσιών. Αυτές οι διαστάσεις περιλαμβάνουν την αξιοπιστία, την ανταπόκριση, τη διασφάλιση και την ενσυναίσθηση (Zeithaml et al., 1990: 176; Brensinger & Lambert, 1990; Crompton & MacKay, 1989).

Η αξιοπιστία και η ανταπόκριση αφορούν την προθυμία ή την ετοιμότητα των εργαζομένων να παρέχουν υπηρεσίες, η διασφάλιση αντιστοιχεί στη γνώση και την ευγένεια των εργαζομένων και την ικανότητά τους να εμπνεύσουν την εμπιστοσύνη και στους πελάτες και τέλος, η ενσυναίσθηση αφορά τη φροντίδα, την εξατομικευμένη προσοχή την οποία μια εταιρεία παρέχει στους πελάτες της (Lassar et al., 2000: 245-46).

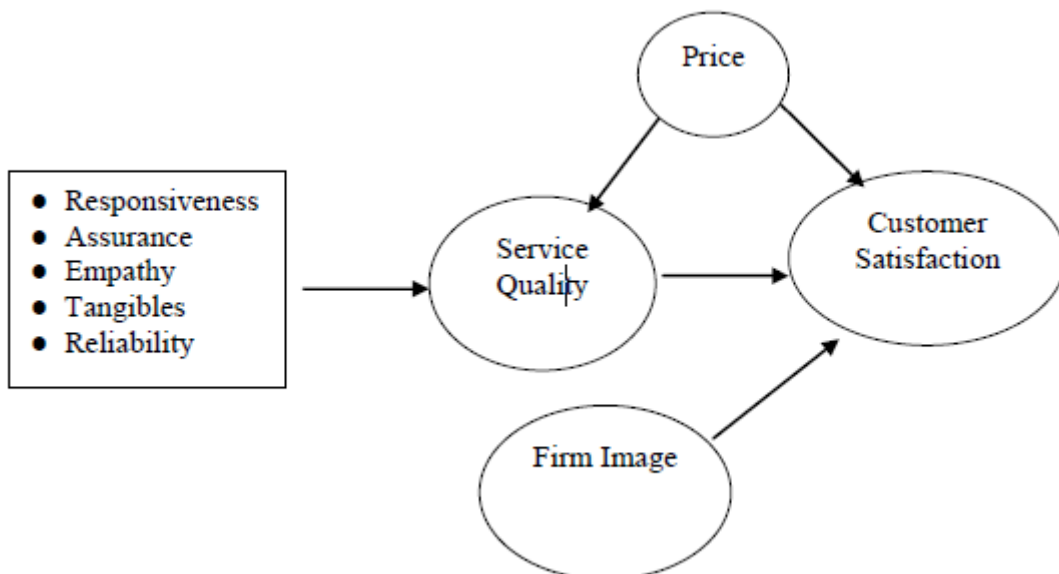
Στην αρχική του μορφή, το SERVQUAL περιέχει 22 ζεύγη δηλώσεων κλίμακας Likert με περίπου πέντε δομημένες διαστάσεις ποιότητας υπηρεσίας για τη μέτρηση της ποιότητας της (Cronin and Taylor, 1992). Κάθε δήλωση εμφανίζεται δύο φορές. Το ένα μετρά τις προσδοκίες των πελατών για μια συγκεκριμένη βιομηχανία υπηρεσιών, ενώ το άλλο μέτρα το αντιληπτό επίπεδο υπηρεσίας που παρέχεται από έναν μεμονωμένο οργανισμό σε αυτόν τον κλάδο. Τα 22 ζεύγη δηλώσεων έχουν σχεδιαστεί για να ταιριάζουν στις πέντε διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσίας. Η κλίμακα των επτά βαθμίδων κυμαίνεται ως εξής: «συμφωνώ απόλυτα» (7) έως «διαφωνώ απόλυτα» (1). Το «συμφωνώ απόλυτα» στο

τέλος της κλίμακας έχει σχεδιαστεί για να συσχετίζεται με υψηλές προσδοκίες και υψηλές αντιλήψεις. Η ποιότητα της υπηρεσίας εμφανίζεται όταν ικανοποιούνται οι προσδοκίες (ή υπερβαίνονται) ενώ το κενό στην υπηρεσία υλοποιείται εάν δεν ικανοποιούνται οι προσδοκίες. Η βαθμολογία χάσματος για κάθε δήλωση υπολογίζεται ως η βαθμολογία αντίληψης μείον το σκορ της προσδοκίας. Μια θετική βαθμολογία χάσματος υπονοεί ότι οι προσδοκίες έχουν επιτευχθεί ή ξεπεραστεί και μια αρνητική βαθμολογία σημαίνει ότι οι προσδοκίες δεν ικανοποιούνται. Οι βαθμολογίες κενών μπορούν να αναλυθούν για κάθε μεμονωμένη δήλωση και μπορεί να συγκεντρωθούν για να δώσουν μια συνολική βαθμολογία κενού για κάθε διάσταση (Parasuraman et al., 1988)

Η μελέτη των Aga & Safakli (2007) εφαρμόζει το μοντέλο που χρησιμοποίησαν οι Hong και Wu (2003). Το μοντέλο φαίνεται στο Σχήμα 3-1. Αυτό το μοντέλο ξεκινά με την κλίμακα μέτρησης SERVQUAL, που αποτελείται από πενταδιάστατη δομή (απόκριση, διασφάλιση, ενσυναίσθηση, απτά πράγματα και αξιοπιστία), για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών. Στη συνέχεια, οι Aga & Safakli (2007) ανέπτυξαν ένα σύνολο υποθέσεων που περιβάλλουν σημαντικές μεταβλητές όπως τιμή, σταθερή εικόνα, ποιότητα υπηρεσίας και ικανοποίηση πελατών. Ακολούθως εξέτασαν την επίδραση αυτών των μεταβλητών. Τέλος, παρουσίασαν στη συζήτηση της έρευνας τους την υποστήριξη της υποθετικής επίδρασης των διαφόρων μεταβλητών στην ποιότητα των υπηρεσιών και την ικανοποίηση των πελατών. Σύμφωνα με το μοντέλο, η ικανοποίηση των πελατών και η σταθερή εικόνα μπορούν να καθοριστούν και συσχετίστηκαν ως εξής (Aga & Safakli, 2007):

- «Η ικανοποίηση είναι η απάντηση στην ικανοποίηση του καταναλωτή. Είναι μια κρίση ότι ένα προϊόν ή υπηρεσία ή το ίδιο το προϊόν ή η υπηρεσία, που παρέχεται προσφέρει ένα ευχάριστο επίπεδο εκπλήρωσης που σχετίζεται με την κατανάλωση, συμπεριλαμβανομένων των επιπέδων...» (Oliver, 1997). Αν και υπάρχουν αντικρουόμενα στοιχεία (π.χ. Rosen & Suprenant, 1998), το μεγαλύτερο μέρος της βιβλιογραφίας τείνει να υποστηρίζει την ικανοποίηση ως ένα αποτέλεσμα ποιότητας υπηρεσίας (Brady & Robertson, 2001; Cronin & Taylor, 1994; Parasuraman et al., 1994; Taylor & Baker, 1994; Teas, 1994). Επομένως, η παραδοχή είναι ότι η αξιολόγηση της ποιότητας της παρεχόμενης υπηρεσίας καθορίζει, μαζί με άλλους παράγοντες, το επίπεδο ικανοποίησης του πελάτη από τον οργανισμό ή τον πάροχο των υπηρεσιών (Hurley & Estelami, 1998).

- «Η σταθερή εικόνα αναφέρεται στις αντιλήψεις μιας εταιρείας που αντανακλάται στις ενώσεις που διατηρούνται στον καταναλωτή (Keller, 1993). Η σταθερή εικόνα μπορεί να επηρεάσει τις αντιλήψεις της ποιότητας, της αξίας, της ικανοποίησης και της πίστης (Gronroos, 1990; Andreessen & Lindestand, 1998).
- «Από την άποψη του καταναλωτή η τιμή καθορίζεται σε τι παραιτείται ή θυσιάζεται για να αποκτηθεί ένα προϊόν ή μια υπηρεσία» (Zeithaml, 1988). Ακόμα κι αν η σχέση μεταξύ τιμής και ποιότητας θεωρείται θετική, η κατεύθυνση της σχέσης μεταξύ τιμής και ποιότητας μπορεί επίσης να είναι αρνητική (Peterson & Wilson, 1985). Από την άλλη πλευρά, ενώ αναφέρεται ότι οι αντιλήψεις των τιμών μετά την αγορά έχουν σημαντική, θετική επίδραση και ικανοποίηση (Voss et al., 1998), η τιμή της υπηρεσίας μπορεί να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις αντιλήψεις ποιότητας, ικανοποίησης και αξίας (Zeithaml & Bitner, 2000).



Σχήμα 3-1. Μοντέλο ικανοποίησης πελατών στο πλαίσιο λογιστικών υπηρεσιών - Πηγή: Hong, S.C. and Wu, H. (2003), "An Empirical Assessment of Service Quality and Customer Satisfaction in Professional Accounting Firms", *Thirty-Second Annual Meeting*, March 27-29, Northeast Decision Sciences Institute, Providence, Rhode Island, USA.

Στο πλαίσιο του παραπάνω μοντέλου, δοκιμάζονται μια σειρά υποθέσεων στη μελέτη των Aga & Safakli (2007), που σχετίζονται με την ποιότητα των υπηρεσιών έχουν θετικό άμεσο αντίκτυπο στην ικανοποίηση των πελατών, τη σταθερή εικόνα που έχει η θετική επίδραση

στην ικανοποίηση των πελατών, την τιμή της υπηρεσίας που επηρεάζει άμεσα την ικανοποίηση των πελατών και την τιμή της υπηρεσίας που επηρεάζει άμεσα την ποιότητα των υπηρεσιών.

Οι επιχειρηματικοί οργανισμοί κάνουν αξιοσημείωτη χρήση των επαγγελματικών υπηρεσιών. Ωστόσο, έχει λάβει λιγότερη προσοχή στο πλαίσιο των επαγγελματικών υπηρεσιών από ό,τι άλλες υπηρεσίες καταναλωτών. Ο σκοπός της μελέτης των Aga & Safakli (2007) ήταν να εξετάσει τις δυνατότητες του SERVQUAL, ενός μέσου που χρησιμοποιείται συχνά για την αξιολόγηση της ποιότητας των καταναλωτικών υπηρεσιών, σε επαγγελματικές λογιστικές εταιρείες και για τον εντοπισμό αυτών των διαχειριστικών ενεργών παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών. Επιπλέον, η μελέτη διερεύνησε τη σχέση μεταξύ ικανοποίησης πελατών, ποιότητας υπηρεσίας, σταθερής εικόνας και τιμής υπηρεσίας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας των Aga & Safakli (2007) υποδηλώνουν ότι (1) η ποιότητα των υπηρεσιών έχει θετική επίδραση στην ικανοποίηση των πελατών, (2) η συνολική σταθερή εικόνα έχει θετική επίδραση στην ικανοποίηση των πελατών, (3) η τιμή των υπηρεσιών σε σύγκριση με την ποιότητα έχει σημαντικό και θετικό αντίκτυπο στην ικανοποίηση των πελατών και (4) η τιμή της υπηρεσίας επηρεάζει άμεσα την ποιότητα της υπηρεσίας. Μεταξύ των συστατικών της ποιότητας της υπηρεσίας,

Η μελέτη των Aga & Safakli (2007) οδήγησε στο συμπέρασμα ότι μόνο η ενσυναίσθηση από τις πέντε διαστάσεις του SERVQUAL ήταν στατιστικά σημαντική σχετικά με την ικανοποίηση των πελατών. Αυτό δείχνει ότι οι λογιστικές εταιρείες πρέπει να φέρουν αυτό το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό εάν επιδιώκουν την ικανοποίηση των πελατών τους. Αυτή η μελέτη πρόσθεσε στην κατανόηση και την εφαρμογή του SERVQUAL εξετάζοντας την εγκυρότητα του μέσου στο πλαίσιο των λογιστικών εταιρειών. Επιπλέον, διερεύνησε τη σχέση μεταξύ ικανοποίησης πελατών, ποιότητας υπηρεσίας, σταθερής εικόνας και τιμής υπηρεσίας. Στην πραγματικότητα, αυτή είναι μια μοναδική μελέτη για τη διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών των λογιστικών εταιρειών με μια εμπειρική μελέτη από τη Βόρεια Κύπρο και την Τουρκία. Καθώς προχώρησαν περαιτέρω στα συστατικά της ποιότητας υπηρεσίας, διαπίστωσαν ότι μόνο μία από τις πέντε διαστάσεις του SERVQUAL

ήταν στατιστικά σημαντική σχετικά με την ικανοποίηση των πελατών: είναι η ενσυναίσθηση (Aga & Safakli, 2007).

Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι οι εταιρείες δείγματος δεν είναι αρκετά ευχαριστημένες με αυτόν τον τομέα. Συγκεκριμένα, οι Aga & Safakli (2007) καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι λογιστικές εταιρείες πρέπει να αναγνωρίσουν και να ανταποκριθούν αποτελεσματικά σε αυτόν τον τομέα (ενσυναίσθηση), εάν εξακολουθούν να θέλουν να διατηρήσουν τους πελάτες σε πολύ ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Η τιμή, η σταθερή εικόνα και η ποιότητα των υπηρεσιών είχαν θετική σχέση με την ικανοποίηση των πελατών. Ο αντίκτυπος στην ικανοποίηση από την υψηλότερη έως τη χαμηλότερη σειρά ήταν, συνολική σταθερή εικόνα, τιμή σε σύγκριση με την ποιότητα και την ποιότητα υπηρεσιών (ενσυναίσθηση), αντίστοιχα. Αυτό σημαίνει ότι η σταθερή εικόνα είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την ικανοποίηση των πελατών, την επόμενη τιμή και την ποιότητα των υπηρεσιών που διαρκούν από την άποψη των επιχειρήσεων. Από τα εμπειρικά αποτελέσματα συμπεραίνεται ότι οι πελάτες πιστεύουν ότι ανεξάρτητα από το ποια λογιστική εταιρεία επιλέγουν, θα πρέπει να έχουν έναν ορισμένο βαθμό ποιότητας υπηρεσίας εγγυημένο στον εξαιρετικά ανταγωνιστικό τομέα μάχης (Aga & Safakli, 2007).

Κεφάλαιο 4

Μεθοδολογία Έρευνας

4.1 Ερευνητικός Σκοπός-Ερωτήματα

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να μελετήσει πως επηρεάζει η ικανοποίηση πελατών λογιστικών γραφείων τα κέρδη τους. Επιπλέον, να διερευνήσει τους παράγοντες που επηρεάζουν τα κέρδη των λογιστικών γραφείων και τον βαθμό ικανοποίησης των πελατών. Τέλος, να μελετηθούν τα επίπεδα ικανοποίησης. Με βάση τον σκοπό της μελέτης διατυπώνονται παρακάτω τα ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποια τα επίπεδα ικανοποίησης των ιδιωτών, ελεύθερων επαγγελματιών και επιχειρήσεων;
- Ποιοι δημογραφικοί παράγοντες και παράγοντες που σχετίζονται με την επιχείρηση επηρεάζουν τα κέρδη των λογιστικών γραφείων και την ικανοποίηση των πελατών;
- Πως επηρεάζει η ικανοποίηση τα κέρδη των λογιστικών γραφείων;

4.2 Σχεδιασμός Έρευνας

Διεξήχθη μία ποσοτική έρευνα, πρωτογενής, περιγραφική και συσχέτισης με χρήση ερωτηματολογίου που περιελάμβανε κυρίως ερωτήσεις τύπου Likert. Η ποσοτική έρευνα κρίθηκε ιδανική για το υπό μελέτη θέμα λόγω των συσχετίσεων που απαιτείται να μελετηθούν, του μεγάλου μεγέθους δείγματος που συλλέχτηκε (N=121), αλλά και λόγω του γεγονότος ότι οι έννοιες που μελετώνται είναι μετρήσιμες (Cohen, Manion & Morrison, 2007). Σημαντικό πλεονέκτημα των ποσοτικών ερευνών είναι ότι αναλύουν τα δεδομένα με μαθηματικό τρόπο και για αυτόν τον λόγο μπορούν να εξάγουν γενικεύσιμα συμπεράσματα εφόσον η δειγματοληψία δεν είναι μεροληπτική (Creswell, 2013).

4.3 Πληθυσμός-Δείγμα

Πληθυσμός της έρευνας θεωρείται το σύνολο των υπαλλήλων ενός λογιστικού γραφείου στην Ελλάδα. Αναφορικά με το δείγμα, στην έρευνα συμμετείχαν 121 συμμετέχοντες, στην πλειοψηφία τους λογιστές ή βοηθοί λογιστή, ηλικίας κυρίως 23-55 ετών με εκπαιδευτικό επίπεδο ΤΕΙ-ΑΕΙ, ή μεταπτυχιακού. Στις μισές περίπου περιπτώσεις οι απαντήσεις προέρχονταν από ατομικές επιχειρήσεις. Οι περισσότερες επιχειρήσεις είχαν 1-5 εργαζομένους, έως 1000 πελάτες, κέρδη μέχρι 20.000 ευρώ τον χρόνο και περισσότερες από 8 ώρες λειτουργίας ημερησίως. Περίπου το μισό δείγμα ανέφερε ότι η επιχείρηση έχει οικονομική άνθιση τα τελευταία 3 χρόνια.

4.4 Εργαλείο-Διαδικασία Συλλογής Δεδομένων

Τα δεδομένα συλλέχτηκαν με χρήση ερωτηματολογίου 39 ερωτήσεων που ήταν χωρισμένο σε 5 ενότητες. Συγκεκριμένα η 1η ενότητα αναφέρεται στα δημογραφικά στοιχεία και αποτελείται από 5 ερωτήσεις, η 2η στα στοιχεία της επιχείρησης με 6 ερωτήσεις, η 3η στην ικανοποίηση των ιδιωτών με 8 ερωτήσεις, η 4η στην ικανοποίηση των ελεύθερων επαγγελματιών με 8 ερωτήσεις και η 5η στην ικανοποίηση επιχειρήσεων με 12 ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις της 3ης, 4ης και 5ης ενότητας είναι τύπου πενταβάθμιας κλίμακας Likert 1-5 (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ). Ο ερευνητής για την κατασκευή του ερωτηματολογίου βασίστηκε σε εργασία των Μίαρη Ε.-

Χριστοδούλη & Σταυρουλάκη Δ. (2020) καθώς και στις συνήθεις υπηρεσίες που προσφέρει ένα λογιστικό γραφείο σε ιδιώτες, ελεύθερους επαγγελματίες και επιχειρήσεις. Τα δεδομένα συλλέχτηκαν σε έντυπη μορφή από τον ερευνητή με απλή τυχαία δειγματοληψία. Η διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ήταν 10 λεπτά.

4.5 Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης

Ο ερευνητής αποδελτίωσε και αποκωδικοποίησε τις απαντήσεις σε βάση δεδομένων του IBM SPSS 24 στο οποίο έγινε και η στατιστική ανάλυση. Χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό Microsoft Office Excel για σχεδιασμό γραφημάτων.

Οι ποσοτικές μεταβλητές της έρευνας παρουσιάστηκαν με μέσες τιμές και τυπικές αποκλίσεις ενώ οι ποιοτικές με ποσοστά και συχνότητες. Για έλεγχο διαφοροποίησης μέσω των τιμών μεταξύ 2 μεγάλων δειγμάτων ($n \geq 30$), χρησιμοποιήθηκε ο παραμετρικός έλεγχος independent samples t-test. Η μηδενική υπόθεση του ελέγχου είναι ότι οι μέσες τιμές είναι ίσες και η εναλλακτική πως διαφέρουν. Για έλεγχο διαφοροποίησης μέσω βαθμίδων μεταξύ 3 ή περισσότερων μικρών δειγμάτων ($n < 30$), χρησιμοποιήθηκε ο μη παραμετρικός έλεγχος Kruskal Wallis. Η μηδενική υπόθεση του ελέγχου είναι ότι τα κ δείγματα ($k \geq 2$) προέρχονται από τον ίδιο πληθυσμό και η εναλλακτική ότι προέρχονται από διαφορετικούς. Ο έλεγχος κανονικότητας των μεταβλητών έγινε με χρήση του Shapiro Wilk. Η μηδενική υπόθεση του ελέγχου είναι ότι οι μεταβλητές ακολουθούν την κανονική κατανομή και η εναλλακτική πως δεν την ακολουθούν. Για έλεγχο συσχετίσεων μεταξύ μεταβλητών που δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Spearman. Η μηδενική υπόθεση του ελέγχου είναι ότι οι μεταβλητές είναι γραμμικά ασυσχέτιστες και η εναλλακτική πως είναι γραμμικά συσχετισμένες. Το είδος της συσχέτισης καθορίστηκε από το πρόσημο του συντελεστή που παίρνει τιμές στο διάστημα $[-1,1]$. Η στάθμη σημαντικότητας ορίστηκε στο 5%. Η μηδενική υπόθεση έγινε δεκτή για $p\text{-value} \geq 0,05$ ενώ απορρίφθηκε για $p\text{-value} < 0,05$. (Κολυβά-Μαχαίρα, Μπόρα-Σέντα & Μπράτσας, 2017).

4.6 Ηθικά Ζητήματα

Σε μία έρευνα ο ερευνητής οφείλει να προσέξει τα ηθικά ζητήματα που σχετίζονται με την ψυχολογία των συμμετεχόντων (Koocher, & Keith-Spiegel, 1998). Τα ηθικά ζητήματα και τα θέματα δεοντολογίας τηρήθηκαν όπως ορίζει η Αμερικανική ψυχολογική εταιρεία (APA, 2001) αλλά και η Βρετανική (BPS, 2014). Συγκεκριμένα:

- Οι υπάλληλοι του λογιστικού γραφείου πριν την συμμετοχή τους στην έρευνα ενημερώθηκαν για τη διαδικασία, τους ερευνητικούς σκοπούς, ότι η συμμετοχή τους θα είναι ανώνυμη, εθελοντική και ότι τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν μόνο για επιστημονικούς λόγους.
- Διασαφηνίστηκε το δικαίωμα αποχώρησης των συμμετεχόντων ή διαγραφής της συμμετοχής τους.
- Η διαδικασία συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων ξεκίνησε μετά τη γραπτή συγκατάθεση των εργαζομένων.

4.7 Αξιοπιστία Δεδομένων

Η αξιοπιστία των δεδομένων ελέγχθηκε με χρήση του συντελεστή Cronbach Alpha, όπου γενικότερα ικανοποιητικές θεωρούνται οι τιμές άνω του 0,7 (Nunnally & Bernstein, 1994). Παρόλο που το εργαλείο ήταν πρωτότυπο, ο ερευνητής κατάφερε να εξάγει 3 παράγοντες οι οποίοι είχαν αξιοπιστία μεγαλύτερη του 0,840.

4.8 Περιορισμοί Έρευνας

Το μέγεθος του δείγματος της έρευνας δεν επέτρεψε την χρήση παραμετρικών ελέγχων σε κάθε περίπτωση. Ωστόσο η δημιουργία μικρών δειγμάτων οφείλεται και στην κατασκευή του εργαλείου όπου στις 2 πρώτες ενότητες και σε ορισμένες ερωτήσεις υπήρχαν αρκετές κατηγορίες απάντησης. Επιπλέον η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε σε μία και μόνο περιοχή. Ακόμη, ενδέχεται τα επίπεδα ικανοποίησης που παρατηρήθηκαν

να ήταν μεροληπτικά αυξημένα καθώς οι λογιστές πιθανόν να υπερεκτίμησαν τις υπηρεσίες τους.

Προτείνεται μελλοντική έρευνα σε μεγαλύτερο δείγμα από διαφορετικές περιοχές της Ελλάδας, όπου τα επίπεδα της ικανοποίησης θα μετριοούνται σύμφωνα με την γνώμη των πελατών. Επίσης προτείνεται τροποποίηση του εργαλείου στις 2 πρώτες ενότητες περιορίζοντας τις υποκατηγορίες σε κάθε ερώτηση.

Κεφάλαιο 5

Αποτελέσματα

5.1 Περιγραφική Στατιστική

5.1.1 Δημογραφικά στοιχεία

Στον Πίνακα 5-1 (και στα Γραφήματα 5-1 έως 5-5) παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων. Το 54,5% (N=66) ήταν άνδρες και το 45,5% (N=55) γυναίκες. Αναφορικά με την ηλικία του δείγματος, το 37,2% (N=45) ήταν μεταξύ 34-44 ετών, το 28,1% (N=34) μεταξύ 23-33, το 27,3% (N=33) 45-55 και το 7,4% (N=5) 56-64 ετών. Σχετικά με το επίπεδο σπουδών, το 52,9% (N=64) δήλωσε ΤΕΙ-ΑΕΙ, το 26,4% (N=32) μεταπτυχιακό, το 16,5% (N=20) ΙΕΚ και το 4,1% (N=5) διδακτορικό.

Όσον αφορά τη θέση στην επιχείρηση, το 44,6% (N=54) ήταν λογιστές, το 26,4% (N=32) βοηθοί λογιστή, το 15,7% (N=19) φοροτεχνικοί, το 8,3% (N=10) ανώτερα στελέχη διοίκησης και το 5% (N=6) οικονομικοί διευθυντές. Τέλος, σχετικά με τα έτη προϋπηρεσίας

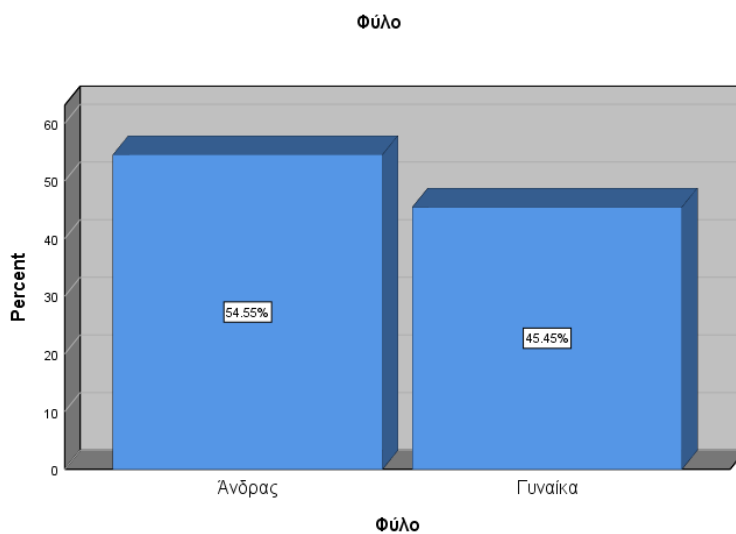
το 41,3% (N=50) δουλεύει 1-10 έτη, το 33,1% (N=40) 11-20, το 21,5% (N=26) 21-30 και το 4,1% (N=5) 31-41 έτη.

Πίνακας 5-1: Δημογραφικά στοιχεία

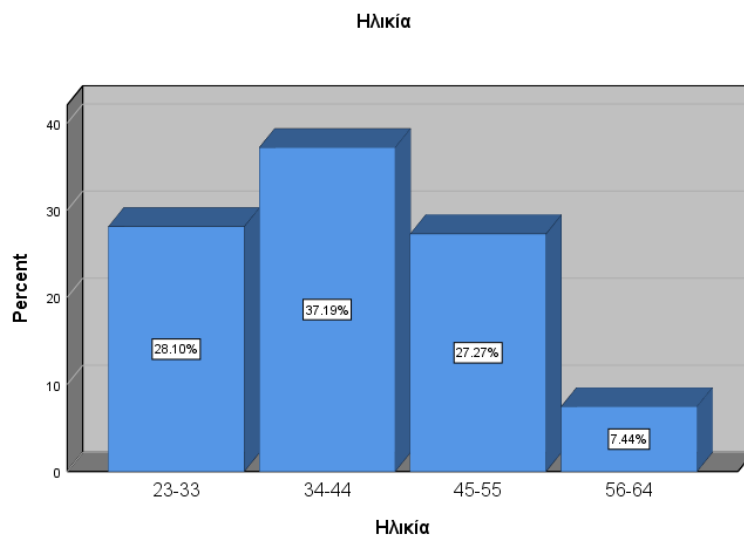
Στοιχείο	Κατηγορία	N	f%
Φύλο	Άνδρας	66	54,5
	Γυναίκα	55	45,5
Ηλικία	23-33	34	28,1
	34-44	45	37,2
	45-55	33	27,3
	56-64	9	7,4
Επίπεδο σπουδών	IEK	20	16,5
	TEI-AEI	64	52,9
	Μεταπτυχιακό	32	26,4
	Διδακτορικό	5	4,1
Θέση στην επιχείρηση	Λογιστής	54	44,6
	Βοηθός λογιστή	32	26,4
	Οικονομικός διευθυντής	6	5,0
	Φοροτεχνικός	19	15,7
	Ανώτερο στέλεχος διοίκησης	10	8,3
Έτη προϋπηρεσίας	1-10	50	41,3
	11-20	40	33,1
	21-30	26	21,5
	31-41	5	4,1

N: Συχνότητα

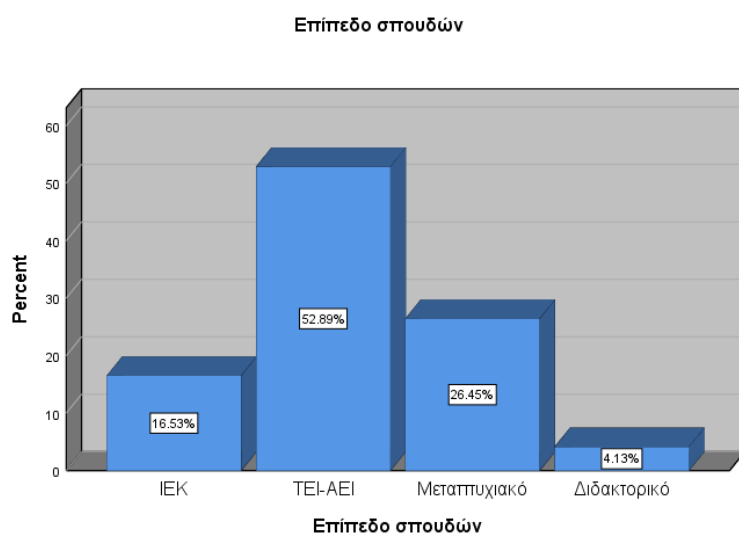
f %: Σχετική συχνότητα %



Γράφημα 5-1: Φύλο

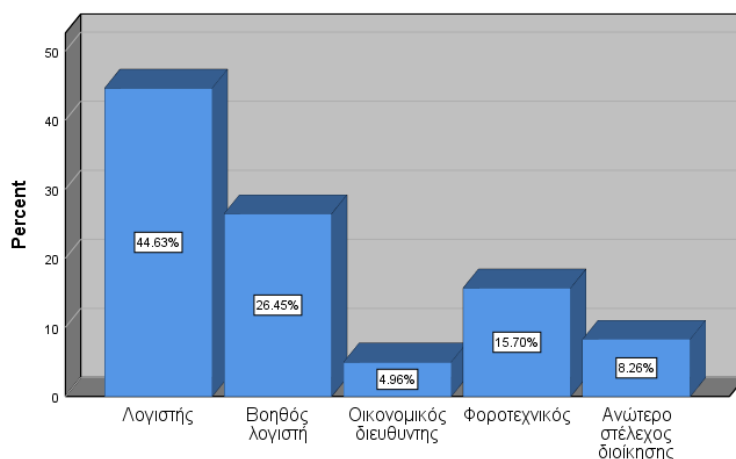


Γράφημα 5-2: Ηλικία



Γράφημα 5-3: Επίπεδο σπουδών

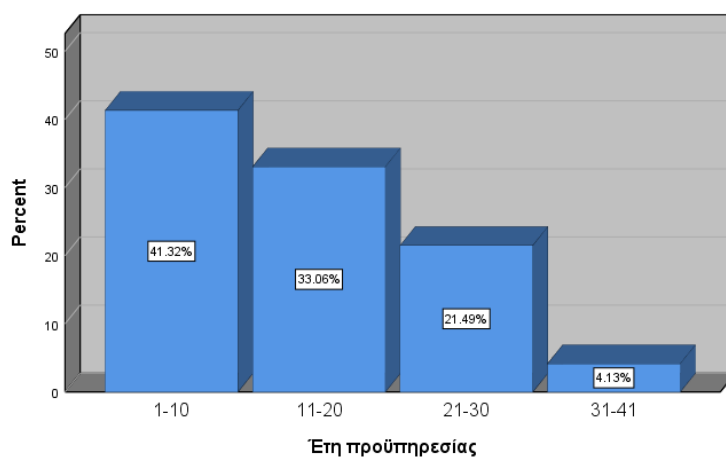
Θέση στην επιχείρηση



Θέση στην επιχείρηση

Γράφημα 5-4: Θέση στην επιχείρηση

Έτη προϋπηρεσίας



Γράφημα 5-5: Έτη προϋπηρεσίας

5.1.2 Στοιχεία Επιχείρησης

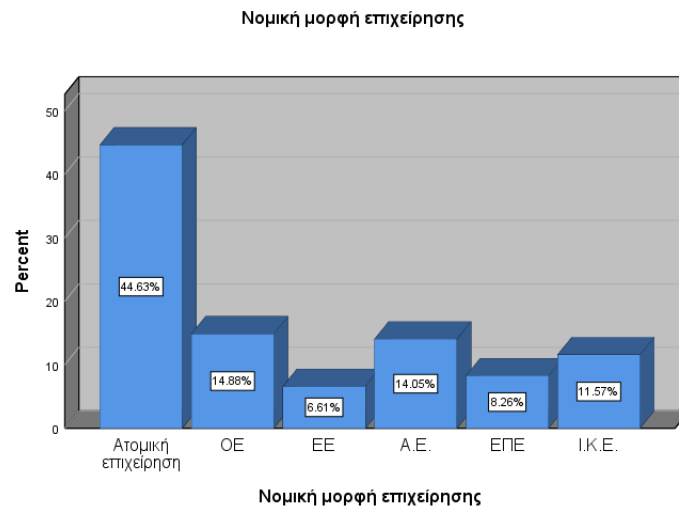
Στον Πίνακα 5-2 (και στα Γραφήματα 5-6 έως 5-11) παρατίθενται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με τα στοιχεία της επιχείρησης. Σχετικά με τη νομική μορφή επιχείρησης, το 44,6% (N=54) δήλωσε πως εργάζεται σε ατομική επιχείρηση, το 14,9% (N=18) σε ΟΕ, το 14,0% (N=17) σε Α.Ε., το 11,6% (N=14) σε Ι.Κ.Ε., το 8,3% (N=10) σε ΕΠΕ και το 6,6% (N=8) σε ΕΕ. Όσον αφορά τον συνολικό αριθμό εργαζομένων στην επιχείρηση, το 74,4% (N=90) δήλωσε πως έχει 1-5 εργαζόμενους, το 11,6% (N=14) 6-10, το 9,1% (N=11), 11-20 και το 5% (N=6) άνω των 20 εργαζομένων. Αναφορικά με τον αριθμό

πελατών, το 56,2% (N=68) δήλωσε ότι η επιχείρηση έχει 501-1000 πελάτες, το 19,8% (N=24) έως 500 πελάτες, το 14,9% (N=18) 1001-1500 πελάτες και το 9,1% (N=11) δήλωσε πως έχει περισσότερους από 1500 πελάτες. Σχετικά με τα κέρδη επιχείρησης, το 43,8% (N=53) δήλωσε 10.001-20.000 ευρώ, το 34,7% (N=42) έως 10.000 ευρώ, το 11,6% (N=14) 20001-30.000 ευρώ και το 9,9% (N=12) ανέφερε κέρδη άνω των 30.000 ευρώ. Αναφορικά με τις ώρες λειτουργίας της επιχείρησης, το 54,5% (N=66) ανέφερε 9-11 ώρες λειτουργίας επιχείρησης ημερησίως, το 23,1% (N=28) έως 8 ώρες και το 22,3% (N=27) 12-14 ώρες. Τέλος, το 47,1% (N=57) δήλωσε πως τα τελευταία 3 χρόνια, η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης του έχει βελτιωθεί αρκετά, το 27,3% (N=33) έχει παραμείνει ίδια, το 15,7% (N=19) έχει χειροτερέψει αρκετά, το 7,4% (N=9) έχει βελτιωθεί πολύ και το 2,5% (N=3) θεωρεί πως έχει χειροτερέψει πολύ.

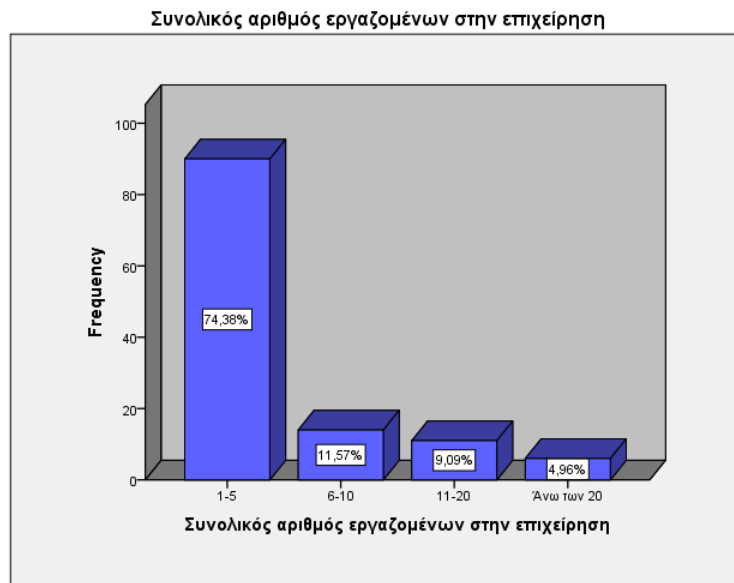
Πίνακας 5-2: Στοιχεία επιχείρησης

Στοιχεία	Κατηγορία	N	f%
Νομική μορφή επιχείρησης	Ατομική επιχείρηση	54	44,6
	ΟΕ	18	14,9
	ΕΕ	8	6,6
	Α.Ε.	17	14,0
	ΕΠΕ	10	8,3
	Ι.Κ.Ε.	14	11,6
Συνολικός αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση	1-5	90	74,4
	6-10	14	11,6
	11-20	11	9,1
	Άνω των 20	6	5,0
Αριθμός πελατών	Έως 500	24	19,8
	501-1000	68	56,2
	1001-1500	18	14,9
	Άνω των 1500	11	9,1
Κέρδη επιχείρησης	Έως 10000	42	34,7
	10001-20000	53	43,8
	20001-30000	14	11,6
	Άνω των 30000	12	9,9
Ώρες λειτουργίας επιχείρησης ημερησίως	Έως 8	28	23,1
	9-11	66	54,5
	12-14	27	22,3
Τα τελευταία 3 χρόνια, θα λέγατε ότι η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης	Έχει χειροτερέψει πολύ	3	2,5
	Έχει χειροτερέψει αρκετά	19	15,7
	Έχει παραμείνει η ίδια	33	27,3
	Έχει βελτιωθεί αρκετά	57	47,1

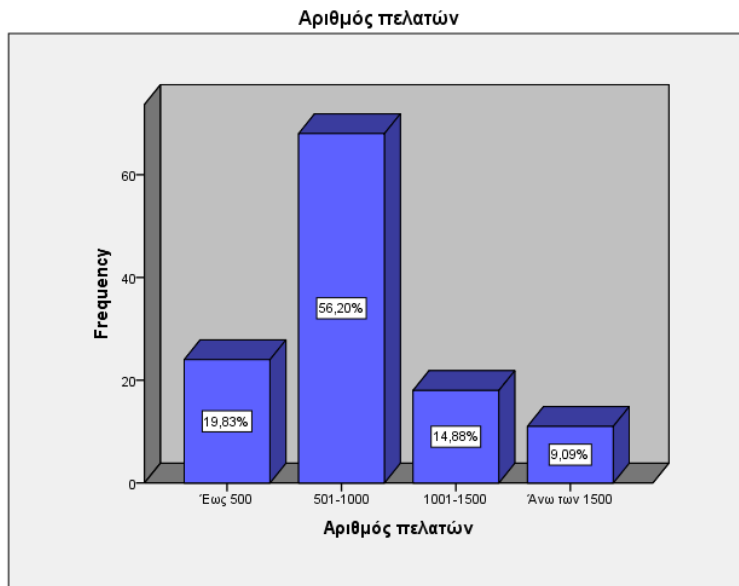
N: Συχνότητα,
f %:Σχετική συχνότητα %



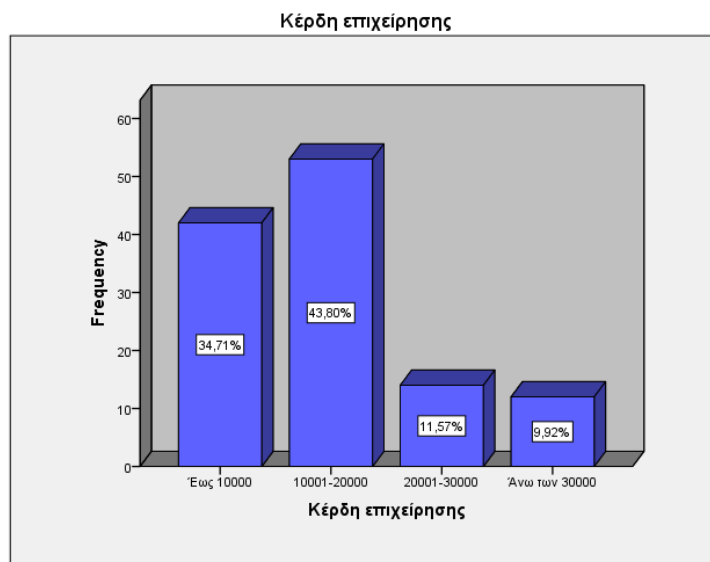
Γράφημα 5-6: Νομική μορφή επιχείρησης



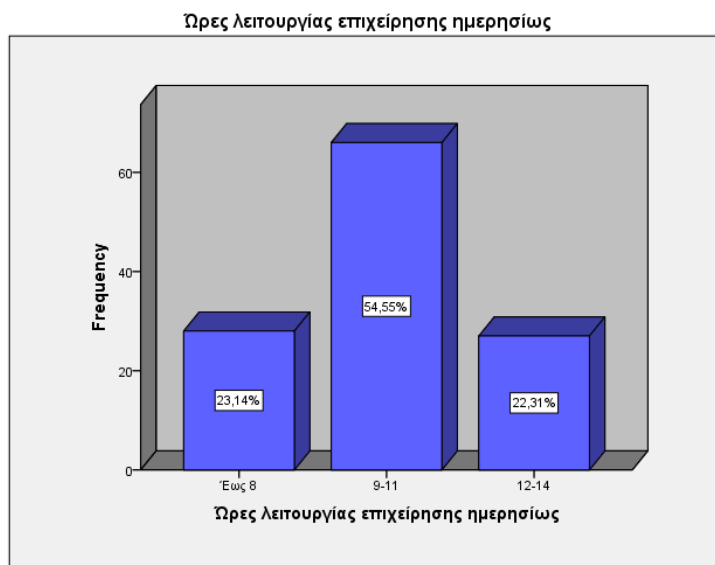
Γράφημα 5-7: Συνολικός αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση



Γράφημα 5-8: Αριθμός πελατών

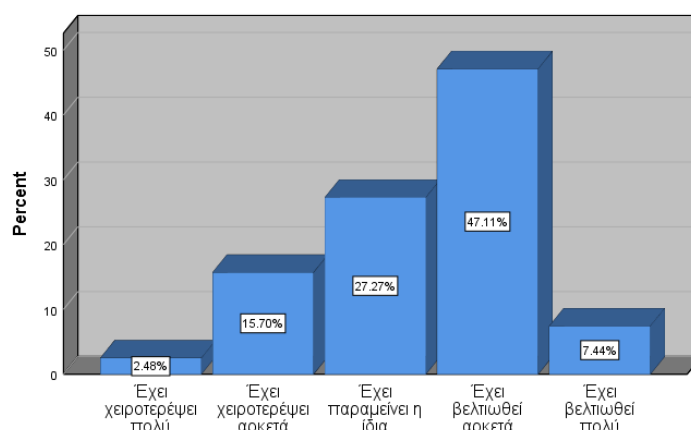


Γράφημα 5-9: Κέρδη επιχείρησης



Γράφημα 5-10: Ώρες λειτουργίας επιχείρησης ημερησίως

Τα τελευταία 3 χρόνια, θα λέγατε ότι η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης



Τα τελευταία 3 χρόνια, θα λέγατε ότι η οικονομική κατάσταση της ...

Γράφημα 5-11: Τα τελευταία 3 χρόνια, θα λέγατε ότι η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης

5.1.3 Ικανοποίηση ιδιωτών

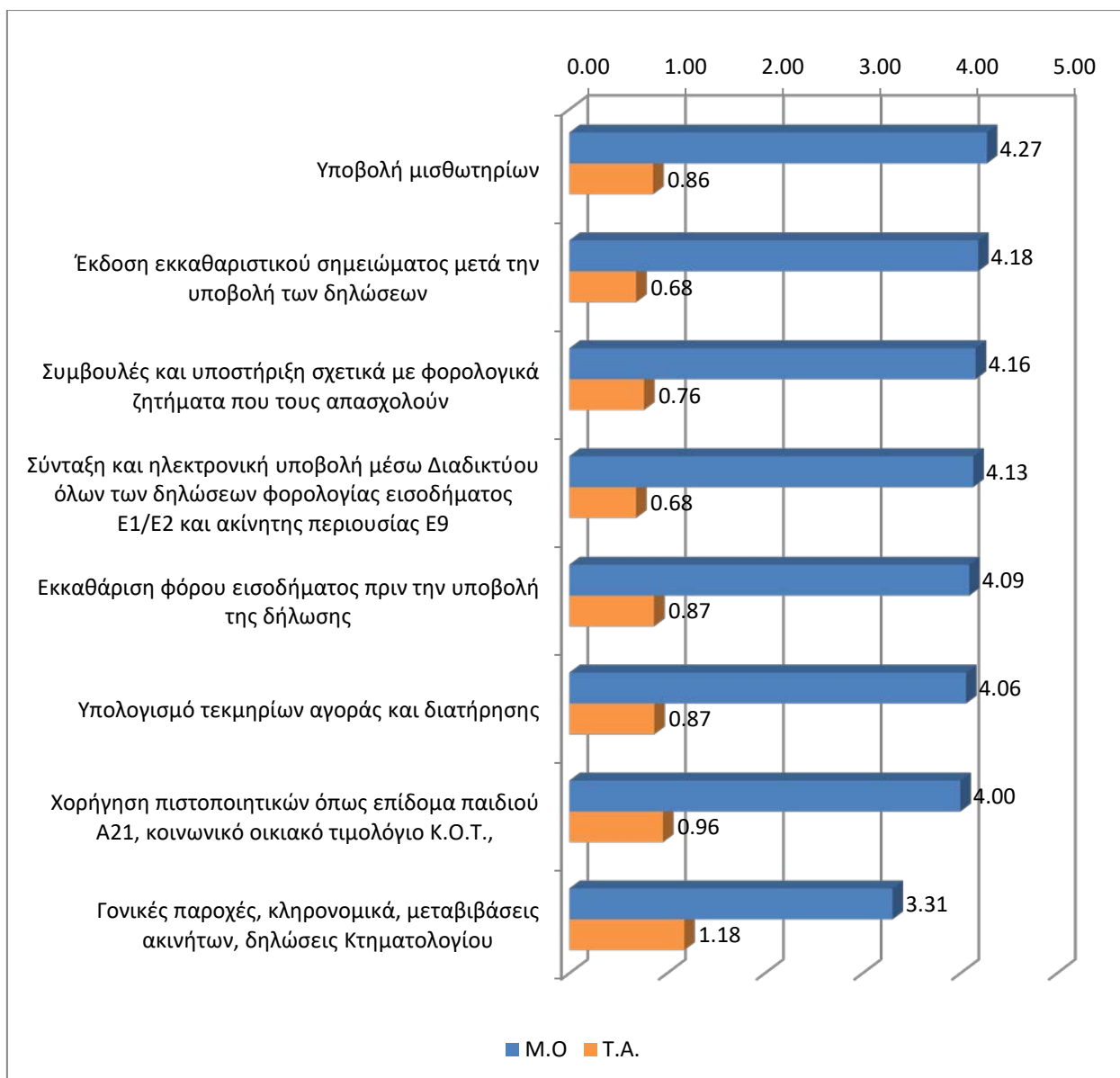
Στον Πίνακα 5-3 (και Γράφημα 5-12) παρατίθενται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων, οι οποίες σχετίζονται με την ικανοποίηση ιδιωτών. Οι ερωτηθέντες δηλώνουν το βαθμό συμφωνίας τους μέσω πενταβάθμιας κλίμακας ((1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα, οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι συμφωνούν πολύ πως οι ιδιώτες πελάτες τους είναι ικανοποιημένοι από την υποβολή μισθωτηρίων

(M.O.=4,27±0,86), την έκδοση εκκαθαριστικού σημειώματος μετά την υποβολή των δηλώσεων (M.O.= 4,18±0,68), τις συμβουλές και την υποστήριξη σχετικά με φορολογικά ζητήματα που τους απασχολούν (M.O.=4,16±0,76), τη σύνταξη και ηλεκτρονική υποβολή μέσω διαδικτύου όλων των δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος E1/E2 και ακίνητης περιουσίας E9 (M.O.=4,13±0,68), την εκκαθάριση φόρου εισοδήματος πριν την υποβολή της δήλωσης (M.O.=4,09±0,87), τον υπολογισμό τεκμηρίων αγοράς και διατήρησης (M.O.=4,06±0,87), καθώς και τη χορήγηση πιστοποιητικών όπως επίδομα παιδιού A21 και κοινωνικό οικιακό τιμολόγιο Κ.Ο.Τ. (M.O.=4,00±0,96). Τέλος, οι ερωτηθέντες δήλωσαν πως οι ιδιώτες πελάτες τους είναι μέτρια ικανοποιημένοι από τις γονικές παροχές, κληρονομικά, μεταβιβάσεις ακινήτων, δηλώσεις κτηματολογίου (M.O.=3,31±1,18).

Πίνακας 5-3: Ικανοποίηση ιδιωτών

Οι ιδιώτες πελάτες μου είναι ικανοποιημένοι από την/τον	M.O	T.A
Υποβολή μισθωτηρίων	4,27	0,86
Έκδοση εκκαθαριστικού σημειώματος μετά την υποβολή των δηλώσεων	4,18	0,68
Συμβουλές και υποστήριξη σχετικά με φορολογικά ζητήματα που τους απασχολούν	4,16	0,76
Σύνταξη και ηλεκτρονική υποβολή μέσω Διαδικτύου όλων των δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος E1/E2 και ακίνητης περιουσίας E9	4,13	0,68
Εκκαθάριση φόρου εισοδήματος πριν την υποβολή της δήλωσης	4,09	0,87
Υπολογισμό τεκμηρίων αγοράς και διατήρησης	4,06	0,87
Χορήγηση πιστοποιητικών όπως επίδομα παιδιού A21	4,00	0,96
Γονικές παροχές, κληρονομικά, μεταβιβάσεις ακινήτων, δηλώσεις Κτηματολογίου	3,31	1,18



Γράφημα 5-12: Ικανοποίηση ιδιωτών

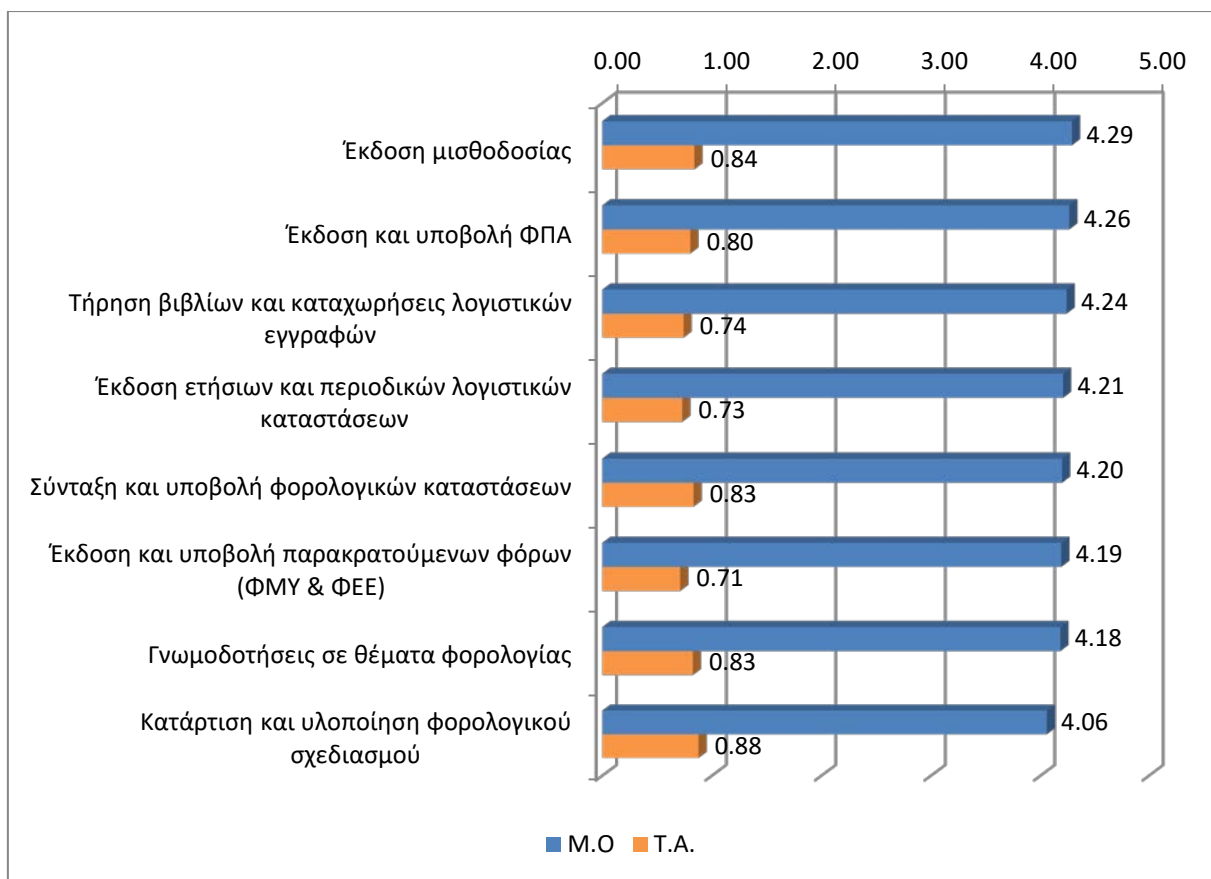
5.1.4 Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών

Στον Πίνακα 5-4 (και Γράφημα 5-13) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων, οι οποίες σχετίζονται με την ικανοποίηση των ελεύθερων επαγγελματιών πελατών τους. Οι ερωτήσεις απαντώνται σε κλίμακα 1 έως 5 (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ).

Οι ερωτηθέντες δήλωσαν πως συμφωνούν πολύ πως οι ελεύθεροι επαγγελματίες πελάτες τους είναι ικανοποιημένοι από την έκδοση μισθοδοσίας (Μ.Ο.=4,29±0,84), την έκδοση και υποβολή ΦΠΑ (Μ.Ο.=4,26±0,80), την τήρηση βιβλίων και τις καταχωρήσεις λογιστικών εγγραφών (Μ.Ο.=4,24±0,74), την έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων (Μ.Ο.=4,21±0,73) και τη σύνταξη και υποβολή φορολογικών καταστάσεων (Μ.Ο.=4,20±0,83). Ακολούθως θεωρούν πως οι ελεύθεροι επαγγελματίες πελάτες τους είναι πολύ ικανοποιημένοι από την έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων (ΦΜΥ & ΦΕΕ) (Μ.Ο.=4,19±0,71), τις γνωμοδοτήσεις σε θέματα φορολογίας (Μ.Ο.=4,18±0,83) και την κατάρτιση και υλοποίηση του φορολογικού σχεδιασμού (Μ.Ο.=4,06±0,88).

Πίνακας 5-4: Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών

Οι ελεύθεροι επαγγελματίες πελάτες μου είναι ικανοποιημένοι από την/τον	Μ.Ο	Τ.Α.
Έκδοση μισθοδοσίας	4,29	0,84
Έκδοση και υποβολή ΦΠΑ	4,26	0,80
Τήρηση βιβλίων και καταχωρήσεις λογιστικών εγγραφών	4,24	0,74
Έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων	4,21	0,73
Σύνταξη και υποβολή φορολογικών καταστάσεων	4,20	0,83
Έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων (ΦΜΥ & ΦΕΕ)	4,19	0,71
Γνωμοδοτήσεις σε θέματα φορολογίας	4,18	0,83
Κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού	4,06	0,88



Γράφημα 5-13: Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών

5.1.5 Ικανοποίηση επιχειρήσεων

Στον Πίνακα 5-5 (και Γράφημα 5-14) παρατίθενται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την ικανοποίηση των επιχειρήσεων-εταιρειών. Οι ερωτήσεις απαντώνται μέσω πενταβάθμιας κλίμακας (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ).

Οι ερωτηθέντες δήλωσαν πως συμφωνούν πολύ πως οι ιδιοκτήτες επιχείρησης πελάτες τους είναι ικανοποιημένοι από τη μισθοδοσία-εργατικά και τις ευέλικτες μορφές απασχόλησης (M.O.=4,25±0,83), τις φορολογικές δηλώσεις νομικών προσώπων (M.O.=4,22±0,80), την έκδοση και υποβολή ΦΠΑ (M.O.=4,21±0,83), τη σύνταξη οικονομικών καταστάσεων (M.O.=4,17±0,87), την έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων (ΦΜΥ & ΦΕΕ) (M.O.=4,17±0,82) και τις αξιόπιστες φοροτεχνικές συμβουλές σε σύνθετα προβλήματα (M.O.=4,17±0,90).

Ακολούθως, δήλωσαν πως οι ιδιοκτήτες επιχείρησης είναι πολύ ικανοποιημένοι από την τήρηση βιβλίων απλογραφικών και διπλογραφικών (M.O.=4,16±0,71), την έναρξη – λύση

- συγχώνευση εταιριών κάθε νομικής μορφής (Μ.Ο.=4,13±0,80), την κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού (Μ.Ο.=4,12±0,89), την έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων (Μ.Ο.=4,09±0,76), την υποστήριξη φορολογικών ελέγχων επιχειρήσεων (Μ.Ο.=4,06±0,97) και την οργάνωση-επίβλεψη και τον εσωτερικό έλεγχο λογιστηρίων (Μ.Ο.=4,00±0,90).

Πίνακας 5-5: Ικανοποίηση επιχειρήσεων

Οι ιδιοκτήτες επιχείρησης πελάτες μου είναι ικανοποιημένοι από την/τον	Μ.Ο	Τ.Α.
Μισθοδοσία -Εργατικά και ευέλικτες μορφές απασχόλησης	4,25	0,83
Φορολογικές δηλώσεις νομικών προσώπων	4,22	0,80
Έκδοση και υποβολή ΦΠΑ	4,21	0,83
Σύνταξη οικονομικών καταστάσεων	4,17	0,87
Έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων (ΦΜΥ & ΦΕΕ)	4,17	0,82
Αξιόπιστες φοροτεχνικές συμβουλές σε σύνθετα προβλήματα	4,17	0,90
Τήρηση βιβλίων απλογραφικών και διπλογραφικών	4,16	0,71
Έναρξη – Λύση – Συγχώνευση εταιριών κάθε νομικής μορφής	4,13	0,80
Κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού	4,12	0,89
Έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων	4,09	0,76
Υποστήριξη φορολογικών ελέγχων επιχειρήσεων	4,06	0,97
Οργάνωση - Επίβλεψη και Εσωτερικός Έλεγχος Λογιστηρίων	4,00	0,90



Γράφημα 5-14: Ικανοποίηση επιχειρήσεων

5.2 Μελέτη ερευνητικών ερωτημάτων

Στην ενότητα αυτή μελετώνται τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα

- Ποια τα επίπεδα ικανοποίησης των ιδιωτών, ελεύθερων επαγγελματιών και επιχειρήσεων;
- Ποιοι δημογραφικοί παράγοντες και παράγοντες που σχετίζονται με την επιχείρηση επηρεάζουν τα κέρδη των λογιστικών γραφείων και την ικανοποίηση των πελατών;
- Πως επηρεάζει η ικανοποίηση τα κέρδη των λογιστικών γραφείων;

5.2.1 1ο ερευνητικό ερώτημα

Ποια τα επίπεδα ικανοποίησης των ιδιωτών, ελεύθερων επαγγελματιών και επιχειρήσεων;

Ο Πίνακας 5-6 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων αξιοπιστίας για τους παράγοντες της ικανοποίησης. Προκύπτει ότι η αξιοπιστία είναι πολύ ικανοποιητική σε όλους τους παράγοντες. Συγκεκριμένα η «Ικανοποίηση ιδιωτών» έχει αξιοπιστία $\alpha=0,848$, η «Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών» $\alpha=0,938$ και η «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» $\alpha=0,959$.

Πίνακας 5-6: Ανάλυση αξιοπιστίας

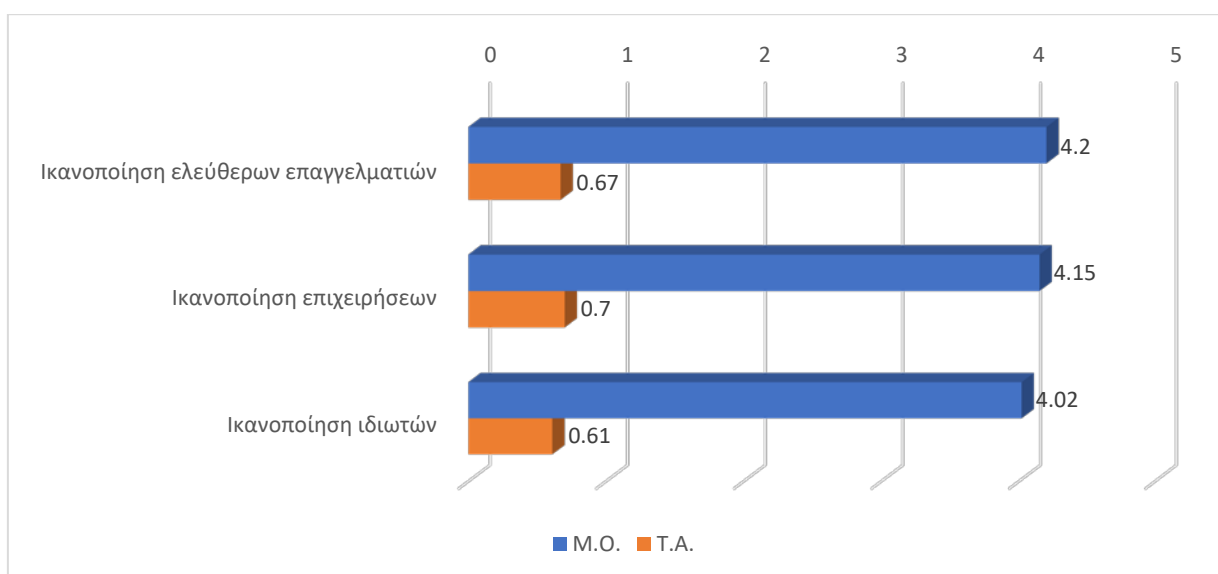
Παράγοντας	Ερωτήσεις	Cronbach Alpha
Ικανοποίηση ιδιωτών	12-19	0,848
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	20-27	0,938
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	28-39	0,959

Λόγω της υψηλής αξιοπιστίας, οι ερωτήσεις σε κάθε παράγοντα ομαδοποιήθηκαν με χρήση της μέσης τιμής και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 5-7 (Γράφημα 5-15). Δεδομένης της πενταβάθμιας κλίμακας 1-5 (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ), προκύπτει ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες είναι πολύ ικανοποιημένοι

(M.O.=4,20±0,57) όπως και οι επιχειρήσεις (M.O.=4,15±0,70) και οι ιδιώτες (M.O.=4,02±0,61).

Πίνακας 5-7: Μέσες τιμές και τυπικές αποκλίσεις για τους παράγοντες ικανοποίησης

Παράγοντες	M.O.	T.A.
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	4,20	0,67
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	4,15	0,70
Ικανοποίηση ιδιωτών	4,02	0,61



Γράφημα 5-15: Μέσες τιμές και τυπικές αποκλίσεις για τους παράγοντες της ικανοποίησης

5.2.2 2ο ερευνητικό ερώτημα

Ποιοι δημογραφικοί παράγοντες και παράγοντες που σχετίζονται με την επιχείρηση επηρεάζουν τα κέρδη των λογιστικών γραφείων και την ικανοποίηση των πελατών;

Φύλο

Ο Πίνακας 5-8 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων independent samples t-test των παραγόντων της ικανοποίησης και των κερδών ως προς το φύλο όπου δεν εντοπίστηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση ($p > 0,05$).

Πίνακας 5-8: Αποτελέσματα ελέγχων independent samples t-test παραγόντων ως προς το φύλο

Παράγοντας	t (119)	p-value
------------	---------	---------

Ικανοποίηση ιδιωτών	1,942	0,055
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	1,361	0,176
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	1,597	0,113
Κέρδη επιχείρησης	0,520	0,604

Ηλικία

Ο Πίνακας 5-9 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων κανονικότητας των παραγόντων της ικανοποίησης και των κερδών με χρήση του Shapiro Wilk test όπου η κανονικότητα δεν ικανοποιήθηκε σε καμία περίπτωση ($p > 0,05$).

Πίνακας 5-9: Αποτελέσματα ελέγχων κανονικότητας παραγόντων με χρήση του Shapiro Wilk

Παράγοντας	Shapiro Wilk p-value
Ικανοποίηση ιδιωτών	0,008
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	<0,001
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	<0,001
Κέρδη επιχείρησης	<0,001

Από τον Πίνακα 5-10 προκύπτει ότι δεν εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση των παραγόντων με την ηλικία ($p > 0,05$).

Πίνακας 5-10: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των παραγόντων με την ηλικία

Παράγοντες	Ηλικία
Ικανοποίηση ιδιωτών	-0,029
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	-0,069
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	-0,078
Κέρδη επιχείρησης	-0,038

* $p < 0,05$

Επίπεδο σπουδών

Ο Πίνακας 5-11 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων Kruskal Wallis των παραγόντων της ικανοποίησης και των κερδών ως προς το επίπεδο σπουδών όπου εντοπίστηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση μέσω βαθμίδων με τα «Κέρδη επιχείρησης» ($H(3)=13,447$, $p=0,004$).

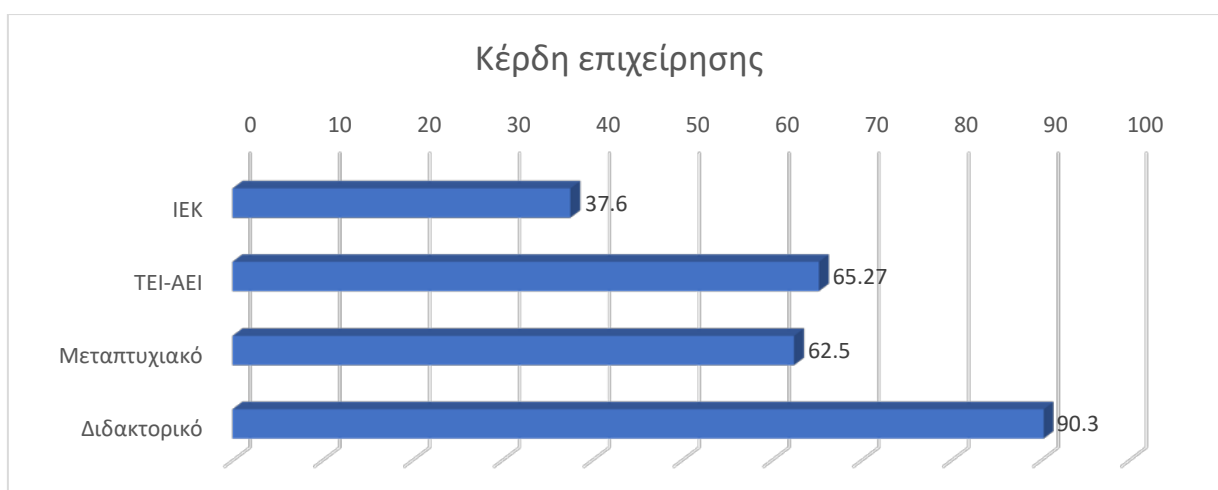
Πίνακας 5-11: Αποτελέσματα ελέγχων Kruskal Wallis των παραγόντων ως προς το επίπεδο σπουδών

Παράγοντας	H(3)	p-value
Ικανοποίηση ιδιωτών	5,067	0,167
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	3,403	0,334
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	5,566	0,135
Κέρδη επιχείρησης	13,447	0,004

Από τον Πίνακα 5-12 (Γράφημα 5-16) προκύπτει ότι στον παράγοντα «Κέρδη επιχείρησης» μικρότερη μέση βαθμίδα εμφανίζουν οι απόφοιτοι ΙΕΚ (Μ.Β.=37,60), ενδιάμεση οι απόφοιτοι ΤΕΙ-ΑΕΙ (Μ.Β.=65,27) και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού (Μ.Β.=62,50) ενώ μεγαλύτερη οι κάτοχοι διδακτορικού (Μ.Β.=90,30).

Πίνακας 5-12: Στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μέσω βαθμίδων για «Κέρδη επιχείρησης» * «Επίπεδο σπουδών»

Επίπεδο σπουδών	N	Μ.Β.	H(3)	p
ΙΕΚ	20	37,60	13,447	0,004
ΤΕΙ-ΑΕΙ	64	65,27		
Μεταπτυχιακό	32	62,50		
Διδακτορικό	5	90,30		



Γράφημα 5-16: Στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μέσω βαθμίδων για «Κέρδη επιχείρησης» * «Επίπεδο σπουδών»

Θέση στην επιχείρηση

Ο Πίνακας 5-13 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων Kruskal Wallis των παραγόντων της ικανοποίησης και των κερδών ως προς την θέση στην επιχείρηση όπου εντοπίστηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση μέσω βαθμίδων με τα «Κέρδη επιχείρησης» ($H(4)=23,905$, $p<0,001$).

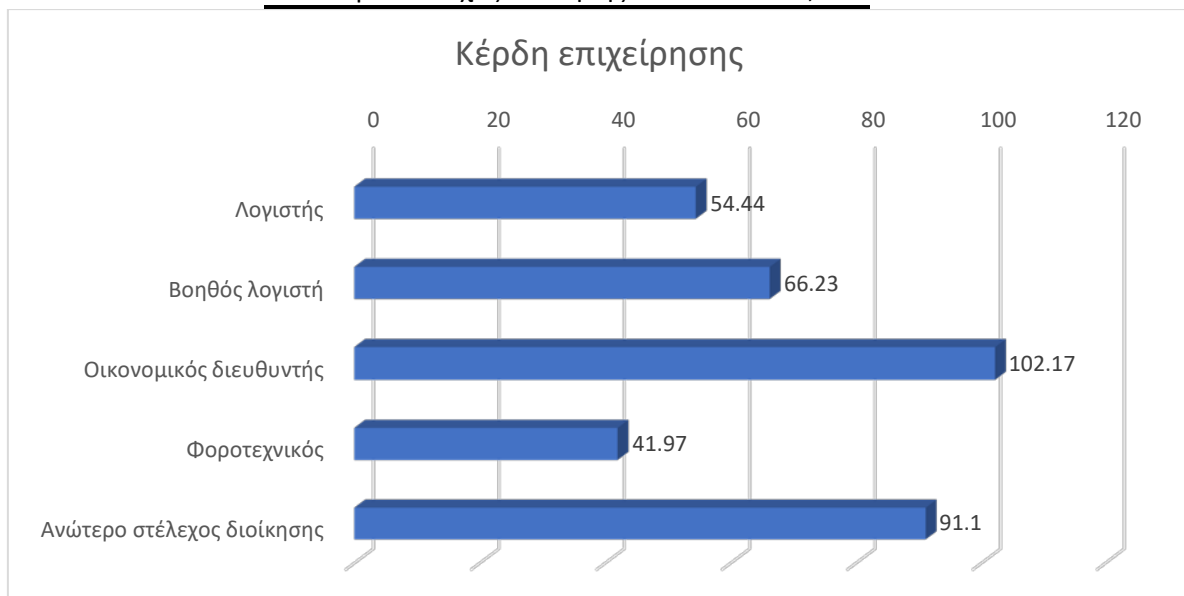
Πίνακας 5-13: Αποτελέσματα ελέγχων Kruskal Wallis των παραγόντων ως προς την θέση στην επιχείρηση

Παράγοντας	H(3)	p-value
Ικανοποίηση ιδιωτών	5,019	0,285
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	5,728	0,220
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	8,078	0,089

Από τον Πίνακα 5-14 (Γράφημα 5-17), προκύπτει ότι όσον στα «Κέρδη επιχείρησης» μεγαλύτερη μέση βαθμίδα εμφάνισαν οι οικονομικοί διευθυντές (M.B.=102,17) και τα ανώτερα στελέχη διοίκησης (M.B.=91,10), ενώ μικρότερα οι λογιστές (M.B.=54,44) και οι φοροτεχνικοί (M.B.=41,97).

Πίνακας 5-14: Στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μέσω βαθμίδων για «Κέρδη επιχείρησης» *
«Θέση στην επιχείρηση»

Θέση στην επιχείρηση	N	M.B.
Λογιστής	54	54,44
Βοηθός λογιστή	32	66,23
Οικονομικός διευθυντής	6	102,17
Φοροτεχνικός	19	41,97
Ανώτερο στέλεχος διοίκησης	10	91,10



Γράφημα 5-17: Στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μέσω βαθμίδων για «Κέρδη επιχείρησης» *
«Θέση στην επιχείρηση»

Έτη προϋπηρεσίας

Από τον Πίνακα 5-15 προκύπτει ότι δεν εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση των παραγόντων με τα έτη προϋπηρεσίας ($p > 0,05$).

Πίνακας 5-15: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των παραγόντων με τα έτη προϋπηρεσίας

Παράγοντες	Έτη προϋπηρεσίας
Ικανοποίηση ιδιωτών	-0,042
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	-0,049
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	-0,069
Κέρδη επιχείρησης	-0,001

* $p < 0,05$

Νομική μορφή επιχείρησης

Ο Πίνακας 5-16 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων Kruskal Wallis των παραγόντων της ικανοποίησης και των κερδών ως προς την νομική μορφή επιχείρησης όπου εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση μέσω βαθμίδων με τους παράγοντες «Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών» ($H(5)=15,045$, $p=0,010$), «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» ($H(5)=19,974$, $p=0,001$) και «Κέρδη επιχείρησης» ($H(5)=40,725$, $p < 0,001$).

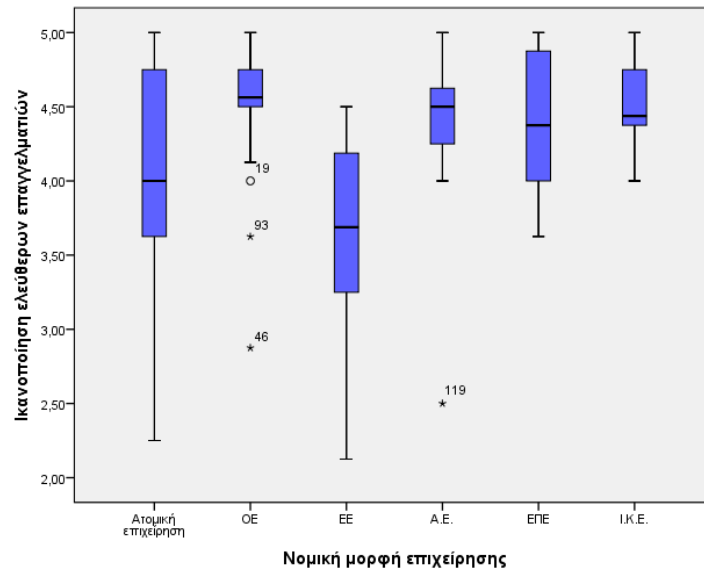
Πίνακας 5-16: Αποτελέσματα ελέγχων Kruskal Wallis των παραγόντων ως προς την νομική μορφή επιχείρησης

Παράγοντας	H(5)	p-value
Ικανοποίηση ιδιωτών	8,876	0,114
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	15,045	0,010
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	19,974	0,001
Κέρδη επιχείρησης	40,725	<0,001

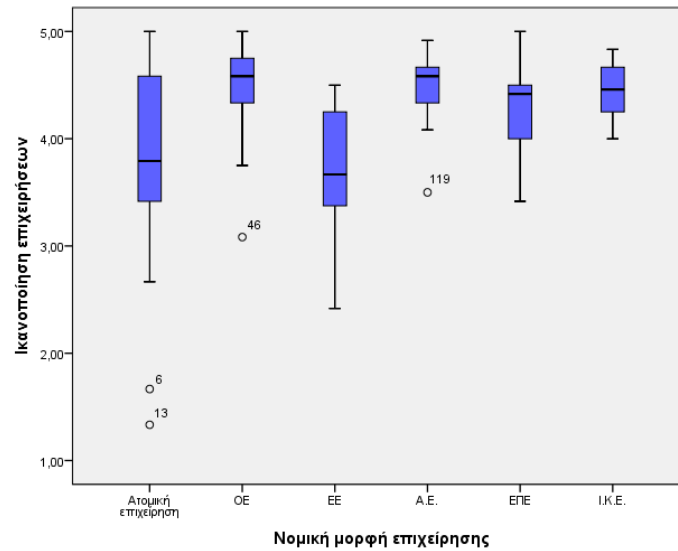
Από τον Πίνακα 5-17 (Γραφήματα 5-18 έως 5-20), προκύπτει ότι στον παράγοντα «Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών» μεγαλύτερη μέση βαθμίδα εμφανίζουν οι επιχειρήσεις ΟΕ (M.B.=75,67) και Ι.Κ.Ε. (M.B.=74,11) και μικρότερη οι ΕΕ (M.B.=31,81). Επίσης στον παράγοντα «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» μεγαλύτερη μέση βαθμίδα εμφανίζουν οι επιχειρήσεις ΟΕ (M.B.=80,11), Α.Ε. (M.B.=76,41) και Ι.Κ.Ε. (M.B.=72,82) και μικρότερη οι ΕΕ (M.B.=36,19). Τέλος στον παράγοντα «Κέρδη επιχείρησης» μεγαλύτερη μέση βαθμίδα εμφανίζουν οι επιχειρήσεις Α.Ε. (M.B.=98,91) και μικρότερη οι ατομικές επιχειρήσεις (M.B.=41,90) και ΕΕ (M.B.=52,63).

Πίνακας 5-17: Στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μέσω βαθμίδων των παραγόντων ως προς την νομική μορφή επιχείρησης

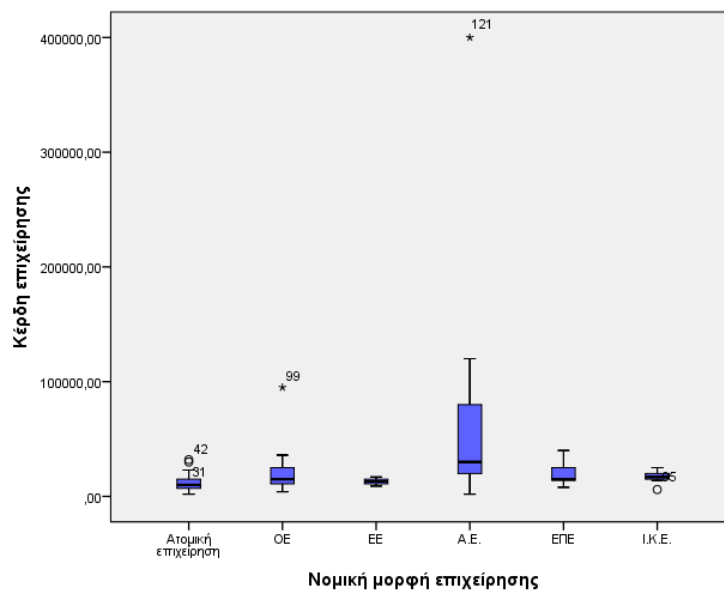
Παράγοντας	Νομική μορφή επιχείρησης	N	M.B.	H(5)	p-value
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	Ατομική επιχείρηση	54	52,98	15,045	0,010
	ΟΕ	18	75,67		
	ΕΕ	8	31,81		
	Α.Ε.	17	69,62		
	ΕΠΕ	10	68,25		
	Ι.Κ.Ε.	14	74,11		
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	Ατομική επιχείρηση	54	49,72	19,974	0,001
	ΟΕ	18	80,11		
	ΕΕ	8	36,19		
	Α.Ε.	17	76,41		
	ΕΠΕ	10	64,60		
	Ι.Κ.Ε.	14	72,82		
Κέρδη επιχείρησης	Ατομική επιχείρηση	54	41,90	40,725	<0,001
	ΟΕ	18	69,06		
	ΕΕ	8	52,63		
	Α.Ε.	17	98,91		
	ΕΠΕ	10	71,75		
	Ι.Κ.Ε.	14	75,39		



Γράφημα 5-18: «Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών» * «Νομική μορφή επιχείρησης»



Γράφημα 5-19: «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» * «Νομική μορφή επιχείρησης»



Γράφημα 5-20: «Κέρδη επιχείρησης» * «Νομική μορφή επιχείρησης»

Συνολικός αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση

Από τον Πίνακα 5-18 προκύπτει ότι εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση του συνολικού αριθμού εργαζομένων στην επιχείρηση με

- «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» ($r=0,220$, $p<0,05$)
- «Κέρδη επιχείρησης» ($r=0,662$, $p<0,01$).

Πίνακας 5-18: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των παραγόντων με συνολικό αριθμό εργαζομένων στην επιχείρηση

Παράγοντες	Συνολικός αριθμός εργαζομένων
Ικανοποίηση ιδιωτών	0,042
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	0,165
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	0,220*
Κέρδη επιχείρησης	0,662**

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Αριθμός πελατών

Από τον Πίνακα 5-19 προκύπτει ότι εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση του αριθμού πελατών με

- «Κέρδη επιχείρησης» ($r=0,384$, $p < 0,01$).

Πίνακας 5-19: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των παραγόντων με αριθμό πελατών

Παράγοντες	Αριθμός πελατών
Ικανοποίηση ιδιωτών	0,145
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	0,128
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	0,098
Κέρδη επιχείρησης	0,384**

** $p < 0,01$

Ώρες λειτουργίας επιχείρησης ημερησίως

Από τον Πίνακα 5-20 προκύπτει ότι δεν εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση των παραγόντων με τις ώρες λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 5-20: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των παραγόντων με τις ώρες λειτουργίας της επιχείρησης

Παράγοντες	Ώρες λειτουργίας της επιχείρησης
Ικανοποίηση ιδιωτών	-0,040
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	-0,041
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	0,020
Κέρδη επιχείρησης	-0,068

Βελτίωση οικονομικής κατάστασης τα τελευταία 3 χρόνια

Από τον Πίνακα 5-21 προκύπτει ότι η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης τα τελευταία 3 χρόνια συσχετίστηκε θετικά με:

- «Ικανοποίηση ιδιωτών» (r=0,367, p<0,01)
- «Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών» (r=0,525, p<0,01)
- «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» (r=0,591, p<0,01)
- «Κέρδη επιχείρησης» (r= 0,267, p<0,01)

Πίνακας 5-21: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των παραγόντων με την βελτίωση της οικονομικής κατάστασης τα τελευταία 3 χρόνια

Παράγοντες	Βελτίωση οικονομικής κατάστασης τα τελευταία 3 χρόνια
Ικανοποίηση ιδιωτών	0,367**
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	0,525**
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	0,591**
Κέρδη επιχείρησης	0,267**

**p<0,01

5.2.3 3ο ερευνητικό ερώτημα

Πως επηρεάζει η ικανοποίηση τα κέρδη των λογιστικών γραφείων:

Από τον Πίνακα 5-22 προκύπτει ότι τα «Κέρδη επιχείρησης» συσχετίζονται θετικά με

- «Ικανοποίηση ιδιωτών» (r=0,187, p<0,05)
- «Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών» (r=0,205, p<0,05)
- «Ικανοποίηση επιχειρήσεων» (r=0,260, p<0,01)

Πίνακας 5-22: Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman των κερδών με τους παράγοντες της ικανοποίησης

Παράγοντες Ικανοποίησης	Κέρδη επιχείρησης
Ικανοποίηση ιδιωτών	0,187*
Ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών	0,205*
Ικανοποίηση επιχειρήσεων	0,260**

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Κεφάλαιο 6

Συμπεράσματα

Στην έρευνα συμμετείχαν 121 συμμετέχοντες, σχεδόν ισόποσα καταταξιμένοι ως προς το φύλο, ηλικίας 23-55 ετών στην πλειοψηφία των περιπτώσεων. Το μισό δείγμα ανέφερε εκπαιδευτικό επίπεδο ΤΕΙ-ΑΕΙ, ενώ 1 στους 4 δήλωσε κάτοχος μεταπτυχιακού. Η πλειοψηφία είχε την ιδιότητα του λογιστή ή του βοηθού λογιστή με 1-20 χρόνια προϋπηρεσίας.

Μελετώντας τα στοιχεία των επιχειρήσεων, περίπου οι μισές ήταν ατομικές επιχειρήσεις. Αναφέρθηκαν επίσης ΟΕ, Α.Ε. και Ι.Κ.Ε. Η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων είχε 1-5 εργαζομένους, έως 1000 πελάτες, κέρδη μέχρι 20.000 ευρώ τον χρόνο και περισσότερες από 8 ώρες λειτουργίας ημερησίως. Τέλος, περίπου οι μισοί λογιστές ανέφεραν ότι τα τελευταία 3 χρόνια βελτιώθηκε αρκετά έως πολύ η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης.

Στο 1ο ερευνητικό ερώτημα μελετήθηκαν τα επίπεδα ικανοποίησης των ιδιωτών, ελεύθερων επαγγελματιών και επιχειρήσεων-εταιρειών, όπου παρατηρήθηκαν πολύ υψηλά επίπεδα σε κάθε περίπτωση.

Οι λογιστές ανέφεραν ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες πελάτες τους είναι πολύ ικανοποιημένοι από την έκδοση μισθοδοσίας, έκδοση και υποβολή ΦΠΑ, τήρηση βιβλίων και καταχωρήσεων λογιστικών εγγραφών, έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων, σύνταξη και υποβολή φορολογικών καταστάσεων, έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων, γνωμοδοτήσεις σε θέματα φορολογίας και κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού.

Επιπλέον οι λογιστές δήλωσαν πως οι επιχειρήσεις-πελάτες είναι πολύ ικανοποιημένοι από την μισθοδοσία-εργατικά και ευέλικτες μορφές απασχόλησης, φορολογικές δηλώσεις νομικών προσώπων, έκδοση και υποβολή ΦΠΑ, σύνταξη οικονομικών καταστάσεων, έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων, αξιόπιστες φοροτεχνικές συμβουλές σε σύνθετα προβλήματα, τήρηση βιβλίων απλογραφικών και διπλογραφικών, έναρξη – λύση – συγχώνευση εταιριών κάθε νομικής μορφής, κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού, έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων, υποστήριξη φορολογικών ελέγχων επιχειρήσεων και οργάνωση-επίβλεψη και εσωτερικός έλεγχος λογιστηρίων.

Ακόμη, οι λογιστές της έρευνας ανέφεραν πως οι ιδιώτες-πελάτες είναι πολύ ικανοποιημένοι από την υποβολή μισθωτηρίων, έκδοση εκκαθαριστικού σημειώματος μετά την υποβολή των δηλώσεων, συμβουλές και υποστήριξη σχετικά με φορολογικά ζητήματα που τους απασχολούν, σύνταξη και ηλεκτρονική υποβολή μέσω διαδικτύου όλων των δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος και ακίνητης περιουσίας, εκκαθάριση φόρου εισοδήματος πριν την υποβολή της δήλωσης, υπολογισμό τεκμηρίων αγοράς και διατήρησης και χορήγηση πιστοποιητικών.

Στο 2ο ερευνητικό ερώτημα μελετήθηκε η επίδραση δημογραφικών παραγόντων και παραγόντων επιχείρησης που επηρεάζουν τα κέρδη των λογιστικών γραφείων και την ικανοποίηση των πελατών. Παρατηρήθηκε ότι υψηλότερα κέρδη επιχείρησης αναφέρθηκαν από τους κατόχους διδακτορικού, οικονομικών διευθυντών και ανώτερων στελεχών διοίκησης και λιγότερα από αποφοίτους ΙΕΚ, λογιστές και φοροτεχνικούς. Μεγαλύτερη ικανοποίηση ελεύθερων επαγγελματιών παρατηρήθηκε στις ΟΕ και ΙΚΕ ενώ μικρότερη στις ΕΕ. Επίσης, μεγαλύτερη ικανοποίηση για τις επιχειρήσεις-πελάτες παρατηρήθηκε στις ΟΕ, Α.Ε. και Ι.Κ.Ε. ενώ μικρότερη στην ΕΕ. Οι Α.Ε. παρουσίασαν

μεγαλύτερα κέρδη και οι ατομικές επιχειρήσεις μικρότερα. Οι επιχειρήσεις με μεγαλύτερο αριθμό εργαζομένων ανέφεραν ότι έχουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από πελάτες-επιχειρήσεις και μεγαλύτερα κέρδη. Οι επιχειρήσεις με μεγαλύτερο αριθμό πελατών παρουσίασαν μεγαλύτερα κέρδη. Επιπλέον, μεγαλύτερη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης τα τελευταία 3 χρόνια παρουσίασαν οι επιχειρήσεις που είχαν περισσότερα κέρδη και ικανοποιημένους τους πελάτες ιδιώτες, ελεύθερους επαγγελματίες και επιχειρήσεις.

Στο 3ο ερευνητικό ερώτημα μελετήθηκε πως επηρεάζει η ικανοποίηση τα κέρδη των λογιστικών γραφείων. Παρατηρήθηκε ότι οι επιχειρήσεις που έχουν σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένους τους πελάτες ιδιώτες, ελεύθερους επαγγελματίες και επιχειρήσεις εμφάνισαν μεγαλύτερο αριθμό κερδών.

Βιβλιογραφία

- [01] Aga, M., & Safakli, O. V. (2007). An empirical investigation of service quality and customer satisfaction in professional accounting firms: Evidence from North Cyprus. *Problems and perspectives in management*, (5, Iss. 3), 84-98.
- [02] Albu, C. N., Albu, N., Faff, R., & Hodgson, A. (2011). Accounting competencies and the changing role of accountants in emerging economies: The case of Romania. *Accounting in Europe*, 8(2), 155-184.
- [03] Albu, C. N., Albu, N., Faff, R., & Hodgson, A. (2011). Accounting competencies and the changing role of accountants in emerging economies: The case of Romania. *Accounting in Europe*, 8(2), 155-184.
- [04] Andreassen, T.W. and Lindestand, B. (1998), "The Effects of Corporate Image in the Formation of Customer Loyalty", *Journal of Service Marketing*, 1, pp. 82-92. *Problems and Perspectives in Management / Volume 5, Issue 3, 2007*
- [05] Armstrong, R. and Smith, M. (1996), "Marketing Cues and Perceptions of Service Quality in the Selection of Accounting Firms", *Journal of Customer Service in Marketing & Management*, 2 (2), pp. 37-59.
- [06] Arnold, P. J. (2009). Global financial crisis. The challenge to accounting research. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6/7), 803–809.
- [07] Arnold, P. J. (2012). The political economy of financial harmonization: The East Asian financial crisis and the rise of international accounting standards. *Accounting, Organizations and Society*, 37(6), 361–381.
- [08] Avram, M., & Țogoe, G. D. (2012). Professional accountants' ethics in the context of corporate governance. *Annals of University of Craiova-Economic Sciences Series*, 2(40), 245-250.
- [09] Babakus, E. and Boller, G.W. (1992), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Business Research*, Vol. 24: 253-68.
- [10] Baker, C. R. (2005). What is the meaning of "the public interest"? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(5), 690–703.

- [11] Biondi, Y., & Suzuki T. (2007). Socio-economic impacts of international accounting standards: An introduction. *Socio-Economic Review*, 5(4), 585–602.
- [12] Boyce, G. (2014). Professionalism, the public interest, and social accounting. In S. Mintz (Ed.), *Accounting for the public interest, advances in business ethics research* (pp. 115–139). Dordrecht: Springer.
- [13] Boyer, R. (2007). Assessing the impact of fair value upon financial crises. *Socio-Economic Review*, 5(4), 779–807.
- [14] Brady, M.K., and Robertson, C.J. (2001), “Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: An exploratory cross-national study”, *Journal of Business Research*, 51 (1), 53-60.
- [15] Brensinger, R.P. and Lambert, D.M. (1990), “Can the SERVQUAL Scale be Generalized to Business-to-Business Services?”, in *Knowledge Development in Marketing*, AMA’s Summer Educators’ Conference Proceedings, American Marketing Association, Chicago, IL, p. 289.
- [16] Brooks, R.F., Lings, I.N. and Botschen, M.A. (1999), "Internal marketing and customer driven wavefronts", *Service Industries Journal*, Vol. 19, No. 4, pp. 49-67.
- [17] Brown, R. (Ed.). (2014). *A history of accounting and accountants*. Routledge.
- [18] Bryer, R. (2012). Americanism and financial accounting theory—Part 1: Was America born capitalist? *Critical Perspectives on Accounting*, 23(7/8), 511–555.
- [19] Burchell, S., Clubb, C., & Hopwood, A. G. (1985). Accounting in its social context: Towards a history of value added in the United Kingdom. *Accounting, Organizations and Society*, 10(4), 381–413.
- [20] Burchell, S., Clubb, C., Hopwood, A., Hughes, J., & Nahapiet, J. (1980). The roles of accounting in organizations and society. *Accounting, Organizations and Society*, 15(1), 5–27.

- [21] Carman, J.M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, Vol. 66, Spring, pp. 33-55.
- [22] Cohen Louis & Manion Lawrence & Morrison Keith (2007). *Research Methods in Education*.
- [23] Collins, D., Dewing, I., & Russell, P. (2012). New roles for auditors and reporting accountants in UK banking supervision under the Banking Act 1987. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- [24] Collison, J. D. (2003). Corporate propaganda: Its implications for accounting and accountability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(5), 853-886.
- [25] Cooper, C. (2015). Accounting for the fictitious: A Marxist contribution to understanding accounting's roles in the financial crisis. *Critical Perspectives on Accounting*.
- [26] Creswell J.W. (2013). *Research design*.
- [27] Crompton, J.L. and MacKay, K.J. (1989), "Users' Perceptions of the Relative Importance of Service Quality Dimensions in Selected Public Recreation Programs", *Leisure Sciences*, Vol. 11, pp. 367-75.
- [28] Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality", *Journal of Marketing*, 58 (1), 125-131.
- [29] Cronin, J.J. Jr. and Taylor, S.A. (1992), "Measuring Service Quality. A Re-examination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, July, pp. 55-68.
- [30] DiGabriele, J. A. (2014). Objectivity and independence: the dual roles of external auditors and forensic accountants. *Journal of Forensic and Investigative Accounting*, 6(2).
- [31] Edvardsson, B., Larsson, G. and Setterlind, S. (1997), "Internal service quality and the psychological work environment: an empirical analysis of conceptual interrelatedness", *Service Industries Journal*, Vol. 17, No. 2, pp. 252-63.

- [32] Francis, R. J. (1990). After virtue? Accounting as a moral and discursive practice. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 3(3), 5-17.
- [33] Funnell, W. (2004). Accounting and the pursuit of utopia: The possibility of perfection in Paraguay. *Accounting Historians Journal*, 31(1), 57-92.
- [34] Funnell, W. (2007). Accounting and the virtues of anarchy. *The Australasian Accounting Business & Finance Journal*, 1(1), 18-27.
- [35] Gomes, D. (2008). The interplay of conceptions of accounting and schools of thought in accounting history, *Accounting History*, 13(4), 479-509.
- [36] Gray, R. (2006). Social, environmental and sustainability reporting and organisational value creation? Whose value? Whose creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(6), 793-819.
- [37] Gronroos, C. (1990), "Managing Total Market Communication and Image", *Service Management and Marketing*, Lexington, Mas: Lexington Books.
- [38] Henry, E., & Holzmann, O. J. (2009). FASB, IASB respond to financial crisis. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 20(3), 71-75.
- [39] Hines, R. D. (1988). Financial accounting: In communicating reality, we construct reality. *Accounting, Organizations and Society*, 13(3), 251-261.
- [40] Hines, R. D. (1991). The FASB's conceptual framework, financial accounting and maintenance of the social world. *Accounting, Organizations and Society*, 16(4), 313-331.
- [41] Hong, S.C. and Wu, H. (2003), "An Empirical Assessment of Service Quality and Customer Satisfaction in Professional Accounting Firms", *Thirty-Second Annual Meeting*, March 27-29, Northeast Decision Sciences Institute, Providence, Rhode Island, USA.
- [42] Hopwood, A. G. (1990). Accounting and organization change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 3(1), 7-17.
- [43] Hopwood, A. G. (2009). The economic crisis and accounting: Implications for the research community. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6/7), 797-802.

- [44] Hurley, R.F. and Estelami, H. (1998), "Alternative indexes for monitoring customer perceptions of service quality: A comparative evaluation in a retail context", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (3), 209-221.
- [45] International accounting standards board (IASB) (May 2011). *IFRS 13 Fair value measurement. Project summary and feedback statement*.
- [46] Kang, H. and Bradley, G. (2002), "Measuring the performance of IT services. An assessment of SERVQUAL", *International Journal of Accounting Information Systems*, 3 (3), pp. 151-164.
- [47] Keller, K.L. (1993), "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity", *Journal of Marketing*, January, pp. 1-22.
- [48] Keng, K.A. and Liu, P. (1998), "Expectation of Service Quality in Professional Accounting Firms: A Singapore Study", *Journal of Customer Service in Marketing & Management*, 5 (2), pp. 39-54.
- [49] Klamer, A., & McCloskey, D. (1992). Accounting as a master metaphor of economics. *European Accounting Review*, 1(1), 145-160.
- [50] Koocher, G., & Keith-Spiegel, P. (1998). *Ethics in psychology*. New York: Oxford University Press
- [51] Krugman, P. (2009, December 28). The big zero. *The New York Times*.
- [52] Lassar, W.M., Manolis, C. & Winsor, R.D. (2000), "Service Quality Perspectives and Satisfaction in Private Banking", *Journal of Services Marketing*, 14 (3): 244-271.
- [53] Laughlin, R. (1999). Critical accounting: Nature, progress and prognosis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 12(1), 73-78.
- [54] Laux, C., & Leuz, C. (2009). The crisis of fair-value accounting: Making sense of the recent debate. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6/7), 826-834.
- [55] Lehman, C., & Tinker, T. (1987). The "real" cultural significance of accounts. *Accounting, Organizations and Society*, 12(5), 503-522.
- [56] Lings, I.N. and Brooks, R.F. (1998), "Implementing and measuring the effectiveness of internal marketing", *Journal of Marketing Management*, Vol. 14, pp. 325-51.

- [57] Macintosh, N. B. (2009). Accounting and the truth of earnings reports: Philosophical considerations. *European Accounting Review*, 18(1), 141–175.
- [58] Magnan, M. L. (2009). Fair value accounting and the financial crisis: Messenger or contributor? *Accounting Perspectives*, 8(3), 189–213.
- [59] Mala, R., & Chand, P. (2012). Effect of the global financial crisis on accounting convergence. *Accounting and Finance*, 52(1), 21–46.
- [60] McSweeney, B. (2009). The roles of financial asset market failure denial and the economic crisis: Reflections on accounting and finance theories and practices. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6/7), 835–848.
- [61] Morgan, G. (1988). Accounting as reality construction: Towards a new epistemology for accounting practice. *Accounting, Organizations and Society*, 13(5), 477–485.
- [62] Napier, C. J. (2006). Accounts of change: 30 years of historical accounting research. *Accounting, Organizations and Society*, 31(4/5), 445–507.
- [63] Neu, D., & Taylor, A. (1996). Accounting and the politics of divestment. *Critical Perspectives on Accounting*, 7(4), 437–460.
- [64] Nölke, A. (2009). The politics of accounting regulation: Responses to the subprime crisis. In E. Helleiner, S. Pagliari, & H. Zimmermann (Eds.), *Global finance in crisis: The politics of international regulatory change* (pp. 37-55). London: Routledge
- [65] Nunnally J. & Bernstein I. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill, Inc.
- [66] Oliver, R. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, McGraw-Hill, Boston.
- [67] Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A (1991), “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale”, *Journal of Retailing*, Vol. 67: 420-50.
- [68] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, & Berry, L.L. (1994), “Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research”, *Journal of Marketing*, 58 (1), 111-124.
- [69] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), “A conceptual model of service quality and its implication”, *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.

- [70] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40. *Problems and Perspectives in Management / Volume 5, Issue 3, 2007*
- [71] Parker, D. L. (1999). Historiography for the new millennium: Adventures in accounting and management. *Accounting History*, 4(2), 11-42.
- [72] Petersen, R. And Wilson, W.R. (1985), "Perceived Risk and Price-Reliance Schema and Price-Perceived-Quality Mediators", in *Perceived Quality*, J. Jacoby and J. Olson, Eds. Lexington, MA: Lexington Books, pp. 247-268.
- [73] Potter, B. N. (2005). Accounting as a social and institutional practice: Perspectives to enrich our understanding of accounting change. *ABACUS*, 41(3), 265-289.
- [74] Power, M. (1999). *The audit society: Rituals of verification*. Oxford: OUP.
- [75] Power, M. (2010). Fair value accounting, financial economics and the transformation of reliability. *Accounting and Business Research*, 40(3), 197-210.
- [76] Reynoso, J. and Moore, B. (1995), "Towards the measurement of internal service quality", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 6, No. 3, pp. 64-83.
- [77] Richardson, A. J. (1987). Accounting as a legitimating institution. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), 341-355.
- [78] Roberts, J., & Jones, M. (2009). Accounting for self-interest in the credit crisis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), 856-867.
- [79] Rosen, D.E., and Suprenant, C. (1998), "Evaluating relationships: Are satisfaction and quality enough?", *International Journal of Service Industry Management*, 9 (2), 103-125.
- [80] Rudkin, K. (2007). Accounting as myth maker. *The Australasian Accounting Business & Financial Journal*, 1(2), 13-24.
- [81] Sahney, S., Banwet, D.K., and Karunes, S. (2004), "A SERVQUAL and QFD approach to total quality education: A student perspective", *International*

Journal of Productivity and Performance Management, Vol. 53, No. 2, pp. 143-166.

- [82] Sikka, P. (2001), Regulation of accountancy and the power of capital: Some observations. *Critical Perspectives on Accounting*, 12(2), 199–211.
- [83] Sikka, P. (2009). Financial crisis and the silence of the auditors. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6/7), 868–873.
- [84] Solomons, D. (1991). Accounting and social change: A neutralist view. *Accounting, Organizations and Society*, 16(3), 287–295.
- [85] Suzuki, T. (2003). The accounting figuration of business statistics as a foundation for the spread of economic ideas. *Accounting, Organizations and Society*, 28(1), 65–95.
- [86] Taylor, S.A., and Baker, T.L. (1994), “An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers’ purchase intentions”, *Journal of Retailing*, 70 (2), 163-178.
- [87] Teas, R. (1994), “Expectations as a comparison standard in measuring service quality: An assessment of a reassessment”, *Journal of Marketing*, 58 (1), 132-139.
- [88] Tinker, T. (1980). Towards a political economy of accounting: An empirical illustration of the Cambridge controversies. *Accounting, Organizations and Society*, 5(1), 147–161.
- [89] Tinker, T. (1991). The accountant as partisan. *Accounting, Organizations and Society*, 16(3), 297–310.
- [90] Tinker, T. (2012). Towards a political economy of accounting. An empirical illustration of the Cambridge controversies—An update. *African Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 1(2), 113–129.
- [91] Voss, G.B., Parasuraman, A. and Grewal, D. (1998), “The Role of Price, Performance, and Expectations in Determining Satisfaction in Service Exchanges”, *Journal of Marketing*, Vol. 62 (October), pp. 46-61.
- [92] Walker, M. (2010). Accounting for varieties of capitalism: The case against a single set of global accounting standards. *The British Accounting Review*, 42(3), 137–152.

- [93] Walters, M. (2004). Alternative accounting thought and the prison-house of metaphor. *Accounting, Organizations and Society*, 29(2), 157–187.
- [94] Zeithaml, V.A and Bitner, M. (2000), *Service Marketing*, McGraw-Hill, New York.
- [95] Zeithaml, V.A. (1988), “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence”, *Journal of Marketing*, 52 (July), pp. 2-22.
- [96] Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990), *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, Free Press, USA.
- [97] Zhang, Y., & Andrew, J. (2014). Financialisation and the conceptual framework. *Critical Perspectives on Accounting*, 25(1), 71–95.
- [98] Μίαρη Ε.-Χριστοδούλη & Σταυρουλάκης Δ. (2020). *Το επάγγελμα του λογιστή-φοροτεχνικού στην Ελλάδα*. Πτυχιακή εργασία. ΑΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ. Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής
- [99] Φωτεινή Κολυβά - Μαχαίρα, Ευγενία Μπόρα - Σέντα, Χαράλαμπος Μπράτσας (2017). *Στατιστική: Θεωρία - Εφαρμογές - Παραδείγματα στην R / Συλλογικό έργο- 3η έκδ. -Εκδόσεις Ζήτη, Θεσσαλονίκη*.

Παράρτημα-Ερωτηματολόγιο

"Η επίδραση της ικανοποίησης των πελατών στα κέρδη ενός λογιστικού γραφείου"

A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλο
 - Άντρας
 - Γυναίκα
2. Ηλικία.....
3. Επίπεδο σπουδών
 - ΙΕΚ
 - ΤΕΙ-ΑΕΙ
 - Μεταπτυχιακό
 - Διδακτορικό
4. Θέση στην επιχείρηση
 - Λογιστής
 - Βοηθός Λογιστή
 - Οικονομικός Διευθυντής
 - Φοροτεχνικός
 - Ανώτερο στέλεχος διοίκησης
5. Έτη προϋπηρεσίας.....

B. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

6. Νομική μορφή επιχείρησης
 - Ατομική επιχείρηση
 - ΟΕ
 - ΕΕ
 - Α.Ε.
 - ΕΠΕ
 - Ι.Κ.Ε.
7. Συνολικός αριθμός εργαζομένων επιχείρησης.....
8. Αριθμός πελατών.....
9. Ετήσιο Εισόδημα.....
10. Ώρες απασχόλησης.....
11. Τα τελευταία 3 χρόνια, θα λέγατε ότι η οικονομική σας κατάσταση
 - Έχει χειροτερέψει πολύ
 - Έχει χειροτερέψει αρκετά
 - Έχει παραμείνει ίδια
 - Έχει βελτιωθεί αρκετά
 - Έχει βελτιωθεί πολύ

Γ. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΙΔΙΩΤΩΝ

Σημειώστε τον βαθμό από 1-5 (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ), στον οποίο θεωρείτε ότι ισχύουν οι παρακάτω προτάσεις

Οι ιδιώτες πελάτες μου είναι ικανοποιημένοι από την/τον	1	2	3	4	5
12. Σύνταξη και ηλεκτρονική υποβολή μέσω Διαδικτύου όλων των δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος Ε1/Ε2 και ακίνητης περιουσίας Ε9					
13. Έκδοση εκκαθαριστικού σημειώματος μετά την υποβολή των δηλώσεων					
14. Υπολογισμό τεκμηρίων αγοράς και διατήρησης					
15. Εκκαθάριση φόρου εισοδήματος πριν την υποβολή της δήλωσης					
16. Γονικές παροχές, κληρονομικά, μεταβιβάσεις ακινήτων, δηλώσεις Κτηματολογίου					
17. Χορήγηση πιστοποιητικών όπως επίδομα παιδιού Α21, κοινωνικό οικιακό τιμολόγιο Κ.Ο.Τ., κοινωνικό εισόδημα αλληλεγγύης Κ.Ε.Α., επίδομα στέγασης, ανανέωση καρτών ανεργίας Ο.Α.Ε.Δ.					
18. Συμβουλές και υποστήριξη σχετικά με φορολογικά ζητήματα που τους απασχολούν					
19. Υποβολή μισθωτηρίων					

Δ. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΛΕΥΘΕΡΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ

Σημειώστε τον βαθμό από 1-5 (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ), στον οποίο θεωρείτε ότι ισχύουν οι παρακάτω προτάσεις

Οι ελεύθεροι επαγγελματίες πελάτες μου είναι ικανοποιημένοι από την/τον	1	2	3	4	5
20. Τήρηση βιβλίων και καταχωρήσεις λογιστικών εγγραφών					
21. Έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων					
22. Έκδοση μισθοδοσίας					
23. Έκδοση και υποβολή ΦΠΑ					
24. Έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων (ΦΜΥ & ΦΕΕ)					
25. Κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού					
26. Σύνταξη και υποβολή φορολογικών καταστάσεων					
27. Γνωμοδοτήσεις σε θέματα φορολογίας					

Ε. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Σημειώστε τον βαθμό από 1-5 (1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Μέτρια, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ), στον οποίο θεωρείτε ότι ισχύουν οι παρακάτω προτάσεις

Οι ιδιοκτήτες επιχείρησης πελάτες μου είναι ικανοποιημένοι από την/τον	1	2	3	4	5
28. Τήρηση βιβλίων απλογραφικών και διπλογραφικών					
29. Έκδοση ετήσιων και περιοδικών λογιστικών καταστάσεων					
30. Μισθοδοσία -Εργατικά και ευέλικτες μορφές απασχόλησης					
31. Έκδοση και υποβολή ΦΠΑ					
32. Έκδοση και υποβολή παρακρατούμενων φόρων (ΦΜΥ & ΦΕΕ)					
33. Κατάρτιση και υλοποίηση φορολογικού σχεδιασμού					
34. Σύνταξη οικονομικών καταστάσεων					
35. Αξιόπιστες φοροτεχνικές συμβουλές σε σύνθετα προβλήματα					
36. Έναρξη – Λύση – Συγχώνευση εταιριών κάθε νομικής μορφής					
37. Οργάνωση - Επίβλεψη και Εσωτερικός Έλεγχος Λογιστηρίων					
38. Υποστήριξη φορολογικών ελέγχων επιχειρήσεων					
39. Φορολογικές δηλώσεις νομικών προσώπων					