

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการตกแต่งกำไรภายใต้แรงจูงใจทำกำไรให้เป็นไปตามที่นักลงทุนคาดหวังจากการพยากรณ์ของนักวิเคราะห์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการศึกษาซึ่งประกอบด้วย

1. ทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ (Positive accounting theory)
2. ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory)
3. ทฤษฎีความคาดหวัง Prospect theory
4. สมมติฐานการปรับกำไรให้สม่ำเสมอ/ การเกลี้ยกำไร (Income smoothing hypothesis)
5. แนวคิดเกี่ยวกับการตกแต่งกำไร
6. แรงจูงใจหรือมูลเหตุจูงใจในการตกแต่งกำไร
7. รูปแบบของการตกแต่งกำไร
8. ระดับของการตกแต่งกำไร
9. รายการคงค้าง
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
11. สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

มูลเหตุจูงใจของการนำไปสู่การตกแต่งกำไรของกิจการต่าง ๆ สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดทางทฤษฎีดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ (Positive accounting theory)

ทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ เป็นการอธิบายและคาดการณ์วิธีปฏิบัติทางบัญชี ว่าเกิดอะไรขึ้น ทำไมนักบัญชีจึงปฏิบัติเช่นนั้น และส่งผลต่อฝ่ายต่าง ๆ อย่างไร ตามแนวคิด ทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ของ Watts and Zimmerman (1986) ได้แบ่งสมมติฐานออกเป็น 3 สมมติฐานได้แก่

1. สมมติฐานการให้ผลตอบแทน (The bonus plan hypothesis) สมมติฐานนี้เป็นการจัดการเกี่ยวกับแผนการให้ผลตอบแทนพิเศษ (Bonus plan) ของผู้บริหารที่มีผลตอบแทนขึ้นอยู่กับว่าการบริหารงานของพวกเขามีประสิทธิภาพเพียงใด ด้วยเหตุนี้งบการเงินจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร โดยการเปรียบเทียบกับกำไรที่ใช้เป็นเกณฑ์อ้างอิงที่ได้มีการระบุไว้ในสัญญาผลตอบแทนที่ได้ทำไว้กับผู้บริหาร ดังนั้นเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้บริหารสูงสุด ผู้บริหารจึงมีแนวโน้มที่จะรับนโยบายบัญชีที่หละหลวม (Liberal accounting policies) มาใช้เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับตนเองสูงขึ้น

อย่างไรก็ตามภายใต้สมมติฐานการให้ผลตอบแทนข้างต้น ไม่ได้หมายความว่าผู้บริหารจะต้องมีแรงจูงใจที่จะสร้างกำไรให้สูงขึ้นเสมอไป กล่าวคือ หากคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางบัญชีออกไปแล้ว ในปีใดกำไรของบริษัทออกมาต่ำกว่าระดับที่ได้มีการกำหนดไว้สำหรับการจ่ายเงินโบนัส ผู้บริหารย่อมมีแนวโน้มที่จะลดกำไรในปีนั้นลงโดยการรับรู้ผลขาดทุนต่าง ๆ เท่าที่จะเป็นไปได้เพราะโอกาสที่ผู้บริหารจะไม่ได้รับเงินโบนัสในปีนั้น ๆ มีสูงมาก ซึ่งก็คือการสร้างพฤติกรรมล้างบาง (Big bath behavior) นั่นเอง การสร้างพฤติกรรมล้างบางจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับเงินโบนัสตามที่มุ่งหวังและสร้างกำไรให้สูงขึ้นในปีถัด ๆ มา (Healy, 1985) ในทำนองเดียวกันในปีใดก็ตามที่กำไรของบริษัทออกมาสูงเกินกว่าระดับสูงสุดที่จะได้รับผลตอบแทนภายใต้สัญญาทำไว้ ผู้บริหารย่อมไม่มีแรงจูงใจที่จะเพิ่มกำไรให้สูงขึ้นอีกต่อไป

2. สมมติฐานข้อตกลงในสัญญาหนี้ (The debt covenant hypothesis) สมมติฐานนี้กล่าวว่า ผู้ถือหุ้นและผู้เป็นเจ้าหนี้รายอื่น ๆ ย่อมต้องการให้บริษัทสร้างความเชื่อมั่นว่าจะสามารถจ่ายชำระหนี้คืนและดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนด ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อการผิดนัดชำระหนี้จึงต้องกำหนดกฎเกณฑ์บางอย่างไว้ในเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้เพื่อใช้บังคับบริษัท เช่น การจ่ายเงินปันผล การซื้อหุ้นทุนกลับคืน การควบคุมบริษัท การจัดจำหน่ายทรัพย์สิน และการก่อหนี้ใหม่เป็นการเพิ่มเติม ข้อกำหนดต่าง ๆ เหล่านี้มีกอบอยู่ในรูปของจำนวนเงินทางบัญชีและอัตราส่วนทางการเงิน นอกจากนี้เงื่อนไขของสัญญาเงินกู้โดยทั่วไปมักกำหนดให้บริษัทจำเป็นต้องดำรงอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ส่วนของผู้ถือหุ้น และตัวแปรอื่น ๆ ในระดับที่ผู้ให้กู้จะสามารถยอมรับได้ บริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนสูงหรือใกล้ฝ่าฝืนข้อตกลงสัญญาเงินกู้ ผู้บริหารมักจะเลือกวิธีการทางบัญชีที่จะช่วยลดโอกาสที่บริษัทจะฝ่าฝืนเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้ นั่นก็คือบริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสูงย่อมมีแนวโน้มที่จะรับวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่ช่วยเพิ่มผลกำไรและฐานะของสินทรัพย์ในงวดปัจจุบันมาใช้โดยคำนึงถึงผลเสียที่จะมีต่อกำไรที่จะตามมาในอนาคต เนื่องจากข้อตกลงในสัญญาเงินกู้ที่ใช้ตัวเลขในงบการเงินเป็นตัวบ่งชี้ว่ามีการฝ่าฝืนข้อตกลงหรือไม่ โดยเมื่อมีการฝ่าฝืนข้อตกลงในสัญญา (Default) อาจถูกเจ้าหนี้เข้า

แทรกแซงการบริหารงานหรืออาจพิจารณาเงื่อนไขการให้กู้ใหม่ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของบริษัทเพิ่มขึ้น

3. สมมติฐานต้นทุนทางการเมือง (The political cost hypothesis) สมมติฐานนี้กล่าวว่า เมื่อบริษัทต้องเผชิญกับต้นทุนทางการเมือง คือถ้าทางการเชื่อว่าธุรกิจใดหรืออุตสาหกรรมใดกำลังเอารัดเอาเปรียบสาธารณชนและสร้างกำไรจอมปลอมก็จะต้องเข้าทำการตรวจสอบกำไรว่าสูงเกินกว่าความเป็นจริงหรือไม่ ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างแรงกดดันให้กับบริษัทที่จะต้องปรับลดราคาสินค้าลง ผู้บริหารของบริษัทย่อมมีแนวโน้มที่จะเลือกนโยบายบัญชีที่จะช่วยลดกำไรลงเพื่อลดความเสี่ยงทางการเมือง (Political risk) ไม่ให้เป็นที่สนใจของรัฐบาล ในทำนองเดียวกันบริษัทอาจรับวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่จะช่วยลดกำไรลงมา โดยมีแรงจูงใจมาจากความต้องการของผู้บริหารที่จะเลือกใช้วิธีปฏิบัติทางบัญชีอย่างเดียวกันกับที่ใช้ในการยื่นเสียภาษีเงินได้

ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory)

ทฤษฎีตัวแทน ได้ถูกอธิบายโดย Jensen and Meckling (1976) ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนสองกลุ่ม โดยกลุ่มแรกเรียกว่า ผู้จ้าง (Principal) ซึ่งเป็นผู้ยินยอมมอบทรัพยากรและสิทธิในการจัดการทรัพยากรที่ตนมีอยู่ให้กับกลุ่มคนที่สองเรียกว่าผู้ถูกจ้าง (Agent) ซึ่งจะทำการบริหารจัดการเพื่อให้ผู้จ้าง ได้ผลตอบแทนที่สูงที่สุด และ ผู้ถูกจ้างจะได้ค่าตอบแทนจากการทำงานนั้น

ทฤษฎีนี้มองว่ามนุษย์ทุกคนในองค์กรย่อมมีแรงผลักดันในอันที่จะทำเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวด้วยกันทั้งสิ้น ดังนั้นผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการจะพยายามหาหนทางในการสร้างมูลค่าสูงสุดให้กับบริษัทที่ต่อเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าหนทางนั้นเอื้ออำนวยผลประโยชน์ให้กับตนเองด้วย สมมติฐานที่อยู่เบื้องหลังทฤษฎีการเป็นตัวแทนก็คือผู้เป็นเจ้าของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นกับตัวผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการต่างมีความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน (Conflict of interest) โดยที่ผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการจะสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดให้กับตัวเองโดยไม่คำนึงถึงว่าการกระทำเช่นนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์หรือมั่งคั่งสูงสุดแก่ตัวผู้เป็นเจ้าของบริษัทหรือไม่ (วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2543) ดังนั้นผู้บริหารของบริษัทย่อมเลือกวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่จะช่วยสร้างอรรถประโยชน์หรือความมั่งคั่งให้กับตนเองสูงสุด ซึ่งก่อให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับการตกแต่งกำไร (Earnings management)

ทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect Theory)

ทฤษฎีความคาดหวัง เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่สามารถอธิบายแรงจูงใจของผู้บริหารในการตัดสินใจเพื่อบรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งพัฒนาโดย Kahneman and Tversky (1979) ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าความพึงพอใจของคนเรานั้นจะขึ้นอยู่กับความมั่งคั่งที่เพิ่มขึ้น (กำไร) หรือความมั่งคั่งที่ลดลง (ขาดทุน) โดยเปรียบเทียบกับจุดอ้างอิงของความมั่งคั่ง (Wealth reference point) ของแต่ละคน แทนที่จะขึ้นอยู่กับระดับความมั่งคั่ง (Absolute levels of wealth) ของแต่ละคน

ทฤษฎีความคาดหวัง จึงสามารถอธิบายแรงจูงใจของผู้บริหารในการตัดสินใจเพื่อบรรลุเป้าหมายกำไรต่าง ๆ ได้โดยอาศัยแนวคิดเรื่องจุดอ้างอิงความมั่งคั่งที่เป็นหัวใจของ ทฤษฎีความคาดหวัง นั่นคือการที่ผู้บริหารต้องการบรรลุเป้าหมายกำไร ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยงการรายงานผลขาดทุน การหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ลดลง หรือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าประมาณการกำไรของผู้บริหาร หรือการหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุนนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นการหลีกเลี่ยงการรายงานผลกำไรต่ำกว่าจุดอ้างอิง ซึ่งอาจจะเป็นผลกำไรเท่ากับศูนย์ ผลกำไรในอดีต ประมาณการกำไรของผู้บริหาร หรือกำไรที่เป็นความคาดหวังของนักลงทุน ซึ่งถือว่าเป็นสถานการณ์ที่จะลดความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุน

การตัดสินใจเพื่อบรรลุเป้าหมายกำไรต่าง ๆ นั้นจึงเป็นความพยายามของผู้บริหารที่จะไม่ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียมีความพึงพอใจลดลงจากการที่ความมั่งคั่งต่ำกว่าจุดอ้างอิงความมั่งคั่งยิ่งไปกว่านั้นบริษัทที่ประสบผลขาดทุนอาจจะตัดสินใจไม่ใช้เพียงเพื่อรายงานผลกำไรศูนย์ แต่เพื่อรายงานผลกำไรที่เป็นบวกเล็กน้อย การตัดสินใจไม่ใช้เพียงเพื่อเป็นการไม่ทำให้ความพึงพอใจลดลงอย่างมาก แต่เป็นการเพิ่มความพึงพอใจอย่างมากด้วย ในทำนองเดียวกัน บริษัทที่มีผลกำไรที่ลดลงอาจจะตัดสินใจไม่ใช้เพียงเพื่อรายงานผลกำไรที่เท่ากับผลกำไรในอดีต แต่เพื่อรายงานผลกำไรที่สูงกว่าผลกำไรในอดีต การตัดสินใจดังกล่าวจึงไม่ใช่เพียงเพื่อเป็นการไม่ทำให้ความพึงพอใจลดลงอย่างมาก แต่เป็นการเพิ่มความพึงพอใจอย่างมากด้วย สำหรับบริษัทที่มีผลกำไรต่ำกว่าประมาณการกำไรของผู้บริหารซึ่งเคยแจ้งให้นักลงทุนทราบแล้วอาจจะตัดสินใจไม่ใช้เพียงเพื่อรายงานผลกำไรที่เท่ากับประมาณการกำไร แต่เพื่อรายงานผลกำไรที่สูงกว่าประมาณการกำไร หรือบริษัทที่มีผลกำไรต่ำกว่ากำไรที่นักลงทุนคาดหวังอาจจะตัดสินใจไม่ใช้เพียงเพื่อรายงานผลกำไรที่เท่ากับความคาดหวังของนักลงทุน แต่เพื่อรายงานผลกำไรที่สูงกว่าความคาดหวังของนักลงทุน การตัดสินใจดังกล่าวจึงไม่ใช่เพียงเพื่อเป็นการไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจลดลงอย่างมาก แต่เป็นการเพิ่มความพึงพอใจอย่างมากด้วย

สมมติฐานการปรับกำไรให้สม่ำเสมอ/ การเกลี้ยกำไร (Income smoothing hypothesis)

การปรับกำไรให้สม่ำเสมอ/ การเกลี้ยกำไร (Income smoothing) คือ การปรับแต่งความผันผวนของกำไรของกิจการอย่างจงใจของฝ่ายจัดการของกิจการ เพื่อให้ไปสู่ระดับกำไรที่ฝ่ายจัดการพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นระดับกำไรที่ปกติสำหรับกิจการในขณะนั้น ซึ่งในความหมายนี้หมายถึงความพยายามของฝ่ายจัดการของกิจการในอันที่จะลดความผันผวนของกำไรที่เกิดขึ้นอย่างผิดปกติไปจากงวดก่อน ๆ ให้ไปสู่ตัวเลขที่พอจะยอมรับได้ ภายใต้หลักการและแนวทางปฏิบัติทางบัญชีที่สมเหตุสมผลและภายใต้หลักการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การปรับกำไรให้สม่ำเสมอ/ การเกลี้ยกำไร จึงมีทั้งในแง่การปรับตัวเลขกำไรที่รายงานในแต่ละงวดบัญชีเพื่อให้สะท้อนถึงการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง และการปรับแต่งอัตราการเจริญเติบโตของกำไรควบคู่กันไป ในการปรับแต่งอัตราการเจริญเติบโตของกำไร หากอัตราการเจริญเติบโตที่แท้จริงของกำไรในขณะนั้นอยู่ในระดับที่สูงมาก ฝ่ายจัดการก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะรับเอาวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่จะช่วยลดกำไรมาใช้ ในทางตรงกันข้ามอัตราการเจริญเติบโตของกำไรอยู่ในระดับต่ำ ฝ่ายจัดการย่อมมีแนวโน้มที่จะรับเอาวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่จะช่วยเพิ่มกำไรมาใช้

สมมติฐานการปรับกำไรให้สม่ำเสมอ/ การเกลี้ยกำไร ประกอบด้วยสมมติฐานต่าง ๆ

ดังนี้

1. ฝ่ายจัดการของกิจการย่อมเลือกวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่จะช่วยเพิ่มสร้างอรรถประโยชน์หรือความมั่งคั่งให้กับตนเอง
2. อรรถประโยชน์ของฝ่ายจัดการของกิจการจะเพิ่มขึ้นตามความมีเสถียรภาพในหน้าที่งาน ระดับและอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ของฝ่ายจัดการ ระดับและอัตราการเจริญเติบโตของขนาดของฝ่ายจัดการ
3. การที่ฝ่ายจัดการจะบรรลุเป้าหมายที่ได้กล่าวไว้ในสมมติฐานที่ 2 ได้นั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ถือหุ้นที่มีผลต่อการดำเนินงานของกิจการ ยิ่งผู้ถือหุ้นมีความอยู่ดีกินดีมากขึ้นเท่าไร ความมีเสถียรภาพในหน้าที่งาน รายได้ และผลประโยชน์อื่น ๆ ของฝ่ายจัดการจะมากขึ้นตามมามากขึ้น ความพึงพอใจของผู้ถือหุ้นที่มีต่อกิจการจะเพิ่มขึ้นตามอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยในกำไรของกิจการ (อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น) และความมีเสถียรภาพของกำไรของกิจการ

แนวคิดเกี่ยวกับการตกแต่งกำไร

ไอเรส (Ayres, 1994) กล่าวว่า การตกแต่งกำไร (Earnings management) หมายถึงการจัดโครงสร้างการรายงานกำไรหรือการจัดการโครงสร้างการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตหรือการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนเสียใหม่ด้วยความจงใจที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อกำไรตามที่ผู้บริหารต้องการ ไอเรสมองว่า การตกแต่งกำไร ไม่เพียงแต่จะรวมถึงพฤติกรรมการปรับแต่งความผันผวนของตัวเลขผลประโยชน์การของบริษัท (Income smoothing) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงความพยายามใด ๆ ของผู้บริหารที่จะปรับเปลี่ยนกำไรเสียใหม่ ซึ่งการปรับแก้ดังกล่าวไม่น่าเกิดขึ้นหากผู้บริหารไม่วิตกกังวลจนเกินไปกับสิ่งที่บ่งชี้จากการรายงานทางการเงิน (Financial reporting implications) ที่จะตามมาจากการตัดสินใจในเรื่องนั้น ๆ

สคริปเปอร์ (Schipper, 1989) กล่าวว่า การตกแต่งกำไร หมายถึงการที่ผู้บริหารเข้าแทรกแซงกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินที่จะเสนอต่อผู้ใช้งบการเงินภายนอกโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างผลประโยชน์ส่วนตัว

โซว์เดอร์ (Schroeder, 1995) กล่าวว่า การตกแต่งกำไร หมายถึง ความพยายามของผู้บริหารที่จะเพิ่มกำไรในระยะสั้น (Short-term reported income) ซึ่งการจัดการกำไรนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อของผู้บริหารว่า กำไรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

เฮลีย์ และวาลเลน (Healy & Wahlen, 1999) กล่าวว่า การตกแต่งกำไร หมายถึง การที่ฝ่ายบริหารใช้ดุลพินิจในการทำให้เกิดรายการค้าอันส่งผลกระทบต่อรายงานทางการเงิน เพื่อบิดเบือนการรายงานผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงต่อผู้มีส่วนได้เสีย และเพื่อควบคุมผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาระสัญญาซึ่งขึ้นกับตัวเลขทางบัญชีที่ได้รายงานนั้น

แรงจูงใจหรือมูลเหตุจูงใจในการตกแต่งกำไร

จากการศึกษาแรงจูงใจหรือมูลเหตุในการตกแต่งกำไร ตามแนวคิดของสกอต (Scott, 2003) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรเพื่อผลตอบแทนของตัวเอง (Bonus) ผู้บริหารอาจมีแนวโน้มในการจัดการกำไรหากบริษัทให้ผลตอบแทนโดยผูกติดกับผลประโยชน์หรือกำไรของบริษัท (เนื่องจากรายงานทางการเงินหรือกำไรถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร) โดยเฮลีย์ (Healy, 1985) พบว่าผู้บริหารมีแนวโน้มในการจัดการกำไร โดยเพิ่มกำไรเพื่อให้บริษัทมีกำไรมากพอที่ผู้บริหารจะได้รับโบนัสและลดกำไรลงหากกำไรของบริษัทในปีนั้นมากพอที่จะทำให้ผู้บริหารได้รับโบนัสหรือกำไรต่ำกว่าจำนวนค่าสุดที่จะได้รับโบนัส

2. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรเกี่ยวกับสัญญา (Contractual) เช่น สัญญากับเจ้าหนี้ เพื่อให้เป็นการแน่ใจว่าเจ้าหนี้จะได้รับชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย เจ้าหนี้จึงต้องมีการกำหนดเงื่อนไข หลักเกณฑ์ ข้อบังคับต่าง ๆ รวมไปถึงการกำหนดให้บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนทางการเงินตามที่เจ้าหนี้ระบุไว้ ดังนั้นรายงานทางการเงินจึงเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อตัววัดผลต่าง ๆ ว่า บริษัทกำลังฝ่าฝืนเงื่อนไขที่ทางเจ้าหนี้ได้กำหนดไว้หรือไม่

3. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรทางการเมือง (Political) กิจกรรมที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการเมือง กิจกรรมนั้นย่อมมีแนวโน้มที่จะเลือกนโยบายบัญชีที่จะช่วยลดค่าไรลงเพื่อลดความเสี่ยงทางด้านการเมืองลง โดยเฉพาะกิจกรรมที่ภาครัฐเข้ามาควบคุม เช่น การควบคุมการกำหนดราคาขาย การให้สัมปทาน รวมถึงการทำบัญชีเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ เช่น การขอรับการส่งเสริมการลงทุน

4. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรที่เกิดจากการเก็บภาษี บริษัทอาจทำการจัดการกำไรเนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงหรือเพื่อลดภาษีเงินได้ เช่น เลือกวิธีการบันทึกบัญชีในการคำนวณสินค้าคงเหลือ แต่ในประเทศไทยแรงจูงใจนี้มีผลไม่มากนัก เพราะมีกฎหมายภาษีอากรควบคุมอยู่

5. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรที่เกิดจากการเปลี่ยนผู้บริหาร หากจะกล่าวถึงการจัดการกำไรแล้วอาจกล่าวได้ว่าการจัดการกำไรอาจเกิดได้ทั้งจากผู้บริหารเก่าหรือผู้บริหารที่มาดำรงตำแหน่งแทนคนเก่า กล่าวคือ ผู้บริหารอาจเปลี่ยนกำไรเพื่อเลี่ยงการรายงานกำไรที่ต่ำหรือมีผลขาดทุนเนื่องจากผู้บริหารเกรงว่าจะถูกไล่ออกหรืออาจทำการจัดการกำไรโดยเพิ่มกำไรในปีก่อนที่จะลาออกจากบริษัทเพื่อให้บริษัทแสดงผลการดำเนินงานจากการบริหารที่ดีแต่ในปีที่ผู้บริหารลาออกแล้วกำไรก็ลดลงเนื่องจากการเร่งการรับรู้รายได้และชะลอการรับรู้รายจ่ายซึ่งเป็นการเลื่อนการรับรู้รายได้ของอนาคตมารู้ในงวดบัญชีที่ต้องการและจะส่งผลให้กำไรในอนาคตลดลง อีกทั้งหากมีการเปลี่ยนผู้บริหารอาจจะทำให้เกิดการจัดการกำไร คือ หากผู้บริหารใหม่มาทำงานประกอบกับในปีนั้นบริษัทมีการรายงานผลการดำเนินงานออกมาไม่ดี (มีผลขาดทุน) ผู้บริหารอาจทำการจัดการกำไรโดยให้มีการรายงานขาดทุนเป็นจำนวนมากในปีนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มกำไรในอนาคต (Taking a bath)

6. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรที่เกิดจากการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อสาธารณชนครั้งแรก (IPO) อาจเกิดจากบริษัทที่ทำการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อสาธารณชนครั้งแรกมีข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์การลงทุนในหลักทรัพย์น้อย ดังนั้นแล้วสิ่งหนึ่งที่เป็นประโยชน์ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์หลักทรัพย์ก็คือรายงานทางการเงินที่แสดงอยู่ในหนังสือชี้ชวน ดังนั้นผู้บริหารของบริษัทที่เสนอขายหลักทรัพย์ต่อสาธารณชนครั้งแรกอาจมีการจัดการกำไรเพื่อให้บริษัทแสดงกำไรที่สูงเพื่อหวังให้ราคาหลักทรัพย์ของบริษัทสูง

7. แรงจูงใจในการตกแต่งกำไรเพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังนักลงทุนเนื่องจากนักลงทุนมักให้ความสนใจการรายงานผลกำไรของบริษัทที่ต้องลงทุนโดยใช้การรายงานกำไรในปัจจุบันเพื่อพยากรณ์ความเป็นไปได้ของกำไรในอนาคตของบริษัทที่ต้องการลงทุน ประกอบกับในปัจจุบันนั้น ผู้ที่รู้ข้อมูลกำไรในอนาคตของบริษัทที่สุดก็คือผู้บริหาร ซึ่งหากนักลงทุนเชื่อว่ากำไรที่บริษัทรายงานนั้นสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัท แล้วจึงใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อพยากรณ์ความเป็นไปได้ของกำไรในอนาคตของบริษัท ดังนั้นราคาหลักทรัพย์จะสะท้อนสิ่งที่นักลงทุนคาดการณ์

รูปแบบของการตกแต่งกำไร

ไอเรส (Ayres, 1994) สรุปรูปแบบของการตกแต่งกำไร (Earnings management) ไว้ดังนี้

1. การบริหารรายการคงค้าง (Accrual management) หมายถึงการปรับเปลี่ยนประมาณการทางบัญชี (เช่น อายุการใช้งานของสินทรัพย์ จำนวนที่คาดว่าจะเก็บเงินได้จากลูกหนี้ และจำนวนเงินที่ตั้งเป็นรายการค้างรับ/ ค้างจ่าย/ จ่ายล่วงหน้า/ รับล่วงหน้า ณ วันสิ้นงวดบัญชี) ในการพยายามที่จะปรับเปลี่ยนกำไรให้ไปสู่ทิศทางของเป้าหมายกำไรที่ผู้บริหารต้องการ

ไอเรส (Ayres, 1994) ได้ให้ความเห็นว่าแม้ว่าจะเป็นการยากต่อผู้ใช้งบการเงินภายนอกที่จะจับกลตวงของการกระทำ Accrual management จากงบการเงินได้โดยตรง การวิเคราะห์รูปแบบหรือทิศทางของรายการค้างรับ/ ค้างจ่าย/ จ่ายล่วงหน้า/ รับล่วงหน้าต่าง ๆ อาจช่วยให้ผู้วิเคราะห์มองเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในกระแสเงินสดของบริษัทที่กำลังเคลื่อนไหวไปคนละทิศทางกับรายการเหล่านี้ได้ อย่างไรก็ตามไม่จำเป็นว่าผู้ลงทุนจะต้องมองว่ายอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการที่บริษัทมีการผ่อนปรนเงื่อนไขการเก็บเงินจากลูกหนี้เป็นข่าวดีเสมอไป การที่บริษัทยอมผ่อนปรนเงื่อนไขการเก็บเงินเช่นนี้อาจทำให้ผู้ลงทุนมองว่าบริษัทอาจกำลังเริ่มตกอยู่ในสภาพใกล้ล้มละลายเนื่องจากบริษัทที่ล้มละลายส่วนใหญ่จะมีมูลเหตุผลมาจากการผ่อนปรนเงื่อนไขการชำระเงินให้กับลูกหนี้มาก่อนหน้า

2. การประกาศใช้นโยบายการบัญชีที่บังคับ (Adoption of mandatory accounting policies) หมายถึงการที่ผู้บริหารทำการตัดสินใจเกี่ยวกับงวดบัญชีที่จะเริ่มนำมาตรฐานการบัญชีที่ประกาศใช้มาใช้อย่างเป็นทางการ การตัดสินใจดังกล่าวเป็นผลพวงมาจากมาตรฐานการบัญชีใหม่ๆ ที่มีการออกมาในระยะหลัง ๆ มีเป็นจำนวนมาก ประกอบกับการที่มาตรฐานการบัญชีเหล่านั้นมีการผ่อนปรนวันเริ่มต้นในการนำมาตรฐานการบัญชีมาใช้อย่างเป็นทางการ (Transition period) จึงเปิดโอกาสให้ผู้บริหารตัดสินใจว่าจะรับมาตรฐานการบัญชียุคใหม่นี้มาใช้ในงวดบัญชีใดจึงจะเกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ทางการเงินของบริษัทมากที่สุด

3. การเปลี่ยนแปลงจากการใช้หลักการบัญชีหนึ่งไปสู่หลักการบัญชีหนึ่ง (Voluntary accounting changes) ซึ่งเป็นหลักการบัญชีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ผู้บริหารเชื่อว่าช่วยสร้างภาพลักษณ์ของผลการดำเนินงานได้ดีกว่า Ayres (1994) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า แม้บริษัทไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหลักการบัญชีที่ใช้อยู่ได้บ่อยครั้งตามอำเภอใจ แต่ก็มีความเป็นไปได้ที่บริษัทจะเปลี่ยนแปลงหลักการบัญชีหลาย ๆ หลักพร้อม ๆ กันในงวดบัญชีเดียวกันหรือค่อย ๆ ททยอยเปลี่ยนแปลงหลักการบัญชีแต่ละหลักไปในแต่ละงวดบัญชี

โซว์เดอร์ (Schroeder, 1995) กล่าวว่า การตกแต่งกำไรอาจทำได้ในหลายรูปแบบ ได้แก่

1. การที่ผู้บริหารชะลอการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตและ/หรือการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนออกไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตกแต่งกำไร
2. การที่ผู้บริหารรับนโยบายบัญชีมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของกิจการที่ใช้อยู่
3. การที่ผู้บริหารนำมาตรฐานการบัญชีใหม่มาใช้ก่อนวันเริ่มมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการ (Early adoption of new accounting standards)

มุลฟอร์ด และ คอมิสกี (Mulford & Comiskey, 1996) กล่าวว่า การตกแต่งกำไรหมายถึง การปรับแต่งผลการดำเนินงานด้วยความจงใจที่จะสร้างภาพลักษณ์ของผลการดำเนินงานให้แปรเปลี่ยนไปในทิศทางที่ต้องการ โดย Mulford and Comiskey ได้จัดจำแนกการจัดการกำไรออกเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การเพิ่มกำไรของงวดปัจจุบันให้สูงขึ้น (Boosting current-year performance) เช่น การรับรู้รายได้เร็วกว่าที่ควรจะเป็น การสร้างรายได้ที่ไม่มีทางจะเกิดขึ้นได้จริง และการบันทึกค่าใช้จ่ายต่ำกว่าความเป็นจริงโดยการตั้งค่าใช้จ่ายบางรายการเป็นต้นทุนสินทรัพย์ เป็นต้น
2. การเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีไปตามดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Discretionary accounting changes) เช่น การเปลี่ยนแปลงหลักการบัญชีหรือประมาณการทางบัญชีซึ่งไม่ได้เป็นไปตามข้อกำหนดใหม่ ๆ ของมาตรฐานการบัญชีหากแต่เป็นไปตามดุลยพินิจของฝ่ายบริหารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มกำไรของงวดปัจจุบันเป็นสำคัญ
3. การกำหนดช่วงเวลาที่ จะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน (Timed management actions) เช่น การตัดสินใจขายสินทรัพย์ที่ได้มาในราคาต่ำ (เช่น ที่ดิน) ไปในช่วงเวลาที่ราคาของสินทรัพย์นั้นปรับตัวสูงขึ้นเพื่อชดเชยกับผลการดำเนินงานที่ลดลง นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการชะลอค่าใช้จ่ายดำเนินงานบางรายการออกไปเพื่อเพิ่มกำไรงวดปัจจุบัน เช่น ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

4. การลดกำไรในงวดปัจจุบันลง (Reducing current year performance) เช่น การลดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ถาวรลง การตั้งสำรอง

5. การล้างบาง เป็นการตัดผลขาดทุนทั้งหมดให้หมดไปในงวดปัจจุบัน เพื่อให้สามารถแสดงกำไรในอนาคตต่อไปได้ไม่ยาก

ระดับของการตกแต่งกำไร

ไวท์ โซลดี และไฟล์ (White, Sondhi & Fried, 1997) จัดระดับของการตกแต่งกำไร (Earnings management) ดังนี้

1. การจำแนกประเภทของข่าวที่ดีหรือข่าวร้าย (Classification of good news or bad news) หมายถึงผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะรายงานข่าวดี (กำไร) โดยรวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (Above the line) และรายงานข่าวร้าย (ขาดทุน) โดยรวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของรายการพิเศษหรือรายการดำเนินงานที่ได้มีการยกเลิกไป (Below the line)
2. การปรับกำไรให้สม่ำเสมอ/ การเกลี้ยกำไร (Income smoothing) ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่าบริษัทมีแนวโน้มที่จะปรับลดผลกำไรลงในปีทอง (Good years) โดยการชะลอกำไรหรือรายได้บางส่วนไปในงวดหน้าหรือรับรู้ค่าใช้จ่ายหรือขาดทุนในงวดนั้นทันที ในทางตรงกันข้ามในปีที่ตกต่ำ (Bad years) บริษัทมีแนวโน้มที่จะเพิ่มผลกำไร โดยการรับรู้กำไรหรือรายได้ทันทีในงวดนั้น หรือมีจะนั้นก็ชะลอผลขาดทุนหรือค่าใช้จ่ายบางส่วนออกไปในงวดหน้า
3. พฤติกรรมผู้บริหารที่ทำการล้างบาง (Big bath behavior) หมายถึงผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะรับรู้ค่าใช้จ่ายหรือผลขาดทุนอื่น ๆ นอกเหนือไปจากที่ควรรับรู้ (Additional losses) ในปีที่ผลการดำเนินงานตกต่ำ บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงในทีมผู้บริหาร (ทีมผู้บริหารใหม่จะทำการตัดจำหน่ายค่าใช้จ่ายหรือการตัดบัญชีของโครงการเก่า ๆ หรือสินทรัพย์เก่า ๆ ออกจากบัญชีเมื่อมีการเข้ารับตำแหน่ง) เมื่อบริษัทมีกำไรมหาศาลจากรายการที่เกิดขึ้นไม่บ่อยครั้ง การล้างบางจึงทำขึ้นด้วยความหวังว่าการรับรู้ค่าใช้จ่ายหรือผลขาดทุนก้อนใหญ่ที่มีอยู่ครั้งเดียวให้จบสิ้นเท่ากับเป็นการล้างไฟในครั้งเดียวและไปโดยตลอด สมมติฐานของพฤติกรรมผู้บริหารที่ทำการล้างบาง ก็คือการล้างบางจะช่วยให้ผลกำไรที่จะรายงานในงวดต่อ ๆ ไปปรับตัวสูงขึ้น
4. การเปลี่ยนแปลงการบัญชี (Accounting changes) เป็นการตกแต่งตัวเลข โดยเมื่อไรที่กำไรออกมาต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ในเบื้องต้นแรก ผู้บริหารมักจะทำการเปลี่ยนแปลงทางบัญชีเพื่อเพิ่มกำไร แต่สำหรับบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาแล้วไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงทางบัญชียุทธินั้นจะเกิดจากความสมัครใจของบริษัทเอง (Voluntary) หรือจากการที่หน่วยงานที่มีอำนาจในการออกกฎเกณฑ์ทางบัญชีกำหนดให้บริษัทต้องปฏิบัติตาม (Mandatory) ถือว่าไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อกระแสเงินสดของบริษัทแต่จะถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการตกแต่งกำไร (Earnings management)

รายการคงค้าง

รายการคงค้าง (Accrual) หมายถึง การบันทึกรายรับหรือรายจ่ายที่เกิดขึ้นแล้ว ถึงแม้ว่าจะยังไม่ได้เงินสดเข้ามาหรือจ่ายออกไปก็ตาม ซึ่งจะกระทบกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของกิจการในอนาคตได้ เนื่องจากกำไรสุทธิของบริษัทประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานกับรายการคงค้าง โดยกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นรายการเงินสดที่เกิดขึ้นงวดนั้น ดังนั้นถ้าบริษัทจะจัดการกำไรสามารถทำได้ผ่านรายการคงค้างโดยการรับรู้กำไรก่อนถึงแม้ยังไม่ได้เงินสดเข้ามาและชะลอการใช้จ่ายออกไป

รายการคงค้าง สามารถแบ่งตามการควบคุมออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. รายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Nondiscretionary accruals) หมายถึง รายการคงค้างซึ่งถูกควบคุมจากบริษัท เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากฝ่ายบริหาร ซึ่งก็คือรายการคงค้างที่ฝ่ายบริหารมีความสามารถในการควบคุมในช่วงระยะเวลาอันสั้น

2. รายการคงค้างที่ไม่ได้ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Discretionary accruals) หมายถึง รายการคงค้างที่เกิดตามภาวะเศรษฐกิจไม่สามารถควบคุมได้ เกี่ยวข้องกับระดับการเติบโตของยอดขายในอุตสาหกรรมรวมถึงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสถานะทั่วไปของเศรษฐกิจเปรียบเทียบได้ว่าเป็นรายการคงค้างที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในช่วงระยะเวลาอันสั้น

ดังนั้นหากผู้ใช้งบการเงินและนักลงทุนต้องการทราบว่าบริษัทมีการตกแต่งกำไรหรือไม่สามารถทำได้โดยการ การประมาณค่ารายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร ซึ่งเกิดจากการดำเนินงานตามปกติและการใช้นโยบายบัญชีที่เป็นกลาง แล้วนำค่าดังกล่าวไปเปรียบเทียบกับรายการทั้งหมด เพื่อกำหนดรายการคงค้างที่ไม่ได้ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร ซึ่งคือผลต่างระหว่างหาผลต่างระหว่างระดับของรายการทั้งหมด และรายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารนั่นเอง

ตัวแบบรายการคงค้าง

1. ตัวแบบรายการคงค้างทั้งหมด (Total accruals models) มี 2 แนวคิด คือ

แนวคิดแบบดุลคำนวณได้จากแบบ $TAC_{i,t} = [\Delta CA_{i,t} - \Delta Cash_{i,t}] - [\Delta CL_{i,t} - \Delta STD_{i,t}] - D\&A_{i,t}$

และแนวคิดกระแสเงินสด คือรายการคงค้างทั้งหมดเป็นจำนวนที่เกิดขึ้นจากผลต่างระหว่างกำไรสุทธิกับกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่ได้จากงบกระแสเงินสด (Collins and Hribar, 1999)

2. ตัวแบบรายการคงค้างโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Discretionary accruals models)

Dechow, Sloan and Sweeney (1996) ได้สรุปและเปรียบเทียบไว้โดยสรุปดังนี้

2.1 ตัวแบบของฮีลีย์ 1985 (The Healy (1985) Model) โดยระดับของ รายการคงค้างที่ไม่ได้ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร สามารถคำนวณได้จากผลต่างระหว่าง รายการทั้งหมด ในช่วงเวลาปัจจุบันและค่าเฉลี่ยของ รายการทั้งหมด ในอดีต

2.2 ตัวแบบของดี อันจิโล 1986 (The De Angelo (1986) Model) โดยนำยอดของ ผลต่างกำไรสุทธิและกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์ในการประมาณ ระดับ รายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร และคำนวณระดับของ รายการคงค้างที่ไม่ได้ ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารจากผลต่างระหว่างระดับ รายการทั้งหมด ในปัจจุบันกับระดับ รายการทั้งหมด ในปีก่อน

2.3 ตัวแบบของโจน 1991 (The Jones (1991) Model) โดยประมาณค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) จากการวิเคราะห์ถดถอย (Regression analysis) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ในอดีต ระหว่างระดับ รายการทั้งหมดกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และอาคารอุปกรณ์ ในการประมาณ ระดับของ รายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารในปีปัจจุบัน

2.4 ตัวแบบปรับปรุงของตัวแบบโจน (The Modified Jones Model) (Dechow, Sloan, & Sweeney, 1996) เป็นตัวแบบที่นักวิจัยใช้กัน โดยแพร่หลาย เนื่องจากเป็นตัวแบบที่ได้คำนึงถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน สภาพเศรษฐกิจในหลายด้าน ซึ่งเป็นตัวแบบที่ได้ปรับปรุงเพิ่มเติม จากตัวแบบในข้อ 2.3 ซึ่งตัวแบบนี้ได้ใช้การเปลี่ยนแปลงของยอดลูกหนี้มาปรับเปลี่ยนการ เปลี่ยนแปลงของรายได้ในการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อประมาณยอด (Nondiscretionary accruals)

2.5 ตัวแบบอุตสาหกรรม (The Industry Model) (Dechow, Sloan, & Sweeney, 1996) โดยใช้ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างกำไรสุทธิและกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นเกณฑ์ในการประมาณระดับ รายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของ ฝ่ายบริหาร ดังนั้น ผลต่างระหว่างกำไรสุทธิและกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทซึ่ง แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ยของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จึงถือเป็นระดับ รายการคงค้างที่ไม่ได้ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร

รายการคงค้างโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร ตามตัวแบบของ Jones

วัตถุประสงค์ของตัวแบบ The Jones Model เพื่อควบคุมผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมของกิจการ ในรายการคงค้างที่ไม่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร แสดงตัวแบบดังนี้

$$NDCA_{it} = \alpha_1 (1/TA_{it-1}) + \alpha_2 (\Delta SALES_{it})/TA_{it-1} + \alpha_3 (PPE_{it}/TA_{it-1})$$

ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงเส้นของแต่ละบริษัทนั้น จำเป็นต้อง ได้มาจากการทดสอบตัวแบบในรอบระยะเวลาที่ทำการประมาณก่อน สามารถคำนวณได้จากตัวแบบ

$$TAC_{i,t}/TA_{i,t-1} = \alpha_1(1/TA_{i,t-1}) + \alpha_2(\Delta SALES_{i,t})/TA_{i,t-1} + \alpha_3(PPE_{i,t}/TA_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงเส้นของแต่ละบริษัทที่ได้จากการทดสอบตัวแบบนี้ นำไปใช้เป็นตัวแทนในการทดสอบตัวแบบการคำนวณรายการคงค้างที่ไม่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารข้างต้น สำหรับความผันผวนของผลรวมของค่าสัมประสิทธิ์ที่คูณกับตัวแบบ ที่เกิดขึ้นจากตัวแบบนี้ คือการที่ตัวแบบได้เพิ่มรายการคงค้างย้อนหลังและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ย้อนหลังเพิ่มเป็นอีกสองตัวแปรเพื่อความสามารถในการอธิบายที่ยิ่งขึ้น และการที่ตัวแบบได้เปลี่ยนจากการเปลี่ยนแปลงของยอดขายเป็นการเปลี่ยนแปลงของยอดขายเงินสด

ในการแยกความโน้มเอียงของการวัดรายการคงค้างที่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารด้วย The Jones Model ออกจากค่าคลาดเคลื่อน เมื่อดุลยพินิจนั้นมีการแสดงออกไปยังการรับรู้รายได้ ทำให้ The Modified Jones Model จำเป็นต้องวัดรายการคงค้างที่ไม่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารระหว่างระยะเวลานั้น แสดงและอธิบายตัวแบบดังนี้

$$NDCA_{i,t} = \alpha_1 (1/TA_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta SALES_{i,t} - \Delta A/R_{i,t})/TA_{i,t-1} + \alpha_3 (PPE_{i,t}/TA_{i,t-1})$$

ความแตกต่างระหว่าง The Jones Model กับ The Modified Jones Model

อธิบายได้ว่าเนื่องจากการที่รายได้ถูกปรับปรุงด้วยการเปลี่ยนแปลงของลูกหนี้ในระยะเวลา นั้น มาจากข้อสมมติของ The Jones Model ที่ว่าดุลยพินิจของฝ่ายบริหารไม่ได้มีการแสดงออกไปยังรายได้ในช่วงระยะเวลาที่ทำการประมาณหรือในช่วงระยะเวลานั้นแต่อย่างใด ทำให้ในการพัฒนา The Jones Model จึงมีการสมมติว่าการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดในการขายเชื่อในระยะเวลา นั้นเป็นผล อันเกิดจากการจัดการกำไร ซึ่งอยู่บนพื้นฐานอย่างสมเหตุสมผลที่ว่า การจัดการกำไรที่แสดงผ่าน ดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร ไปยังการรับรู้รายได้ของการขายเชื่อมีจำนวนมากกว่าการจัดการกำไรที่ แสดงผ่านดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร ไปยังการรับรู้รายได้ที่ขายด้วยเงินสด เมื่อทำการพัฒนาตัวแบบนี้ สำเร็จแล้วจะทำให้การประมาณการจัดการกำไรไม่โน้มเอียงเข้าสู่ศูนย์ในขณะที่มีการกระทำการ จัดการกำไรผ่านการจัดการรายได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มีการศึกษาไว้หลาย ๆ ด้าน ผู้วิจัยจึงขอนำผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมาสนับสนุนการศึกษาดังต่อไปนี้

ดิกลาส พาเทล และเช็กฮาเซอร์ (Degeorge, Patel & Zeckhauser, 1999) ศึกษาบริษัทในสหรัฐอเมริกาในช่วงปี ค.ศ. 1974-1996 เกี่ยวกับการตกแต่งกำไรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายกำไร (Earnings management to exceed thresholds) พบว่ามีจำนวนบริษัทในสัดส่วนที่ต่ำมาก ๆ ที่แสดงผลการดำเนินงานที่ขาดทุนหรือลดลงเป็นจำนวนเล็กน้อย ในขณะที่มีจำนวนบริษัทในสัดส่วนที่สูงมาก ๆ แสดงผลการดำเนินงานที่กำไรหรือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงินเพียงเล็กน้อย และยังพบว่ามีจำนวนบริษัทในสัดส่วนที่ต่ำมาก ๆ แสดงผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุนเพียงเล็กน้อย ในขณะที่มีจำนวนบริษัทในสัดส่วนที่สูงมาก ๆ ที่แสดงผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามหรือเกินความคาดหวังของนักลงทุน

กลาสนิก และแม็กนิคโฮล (Kasznik & McNichols, 2002) ศึกษาบริษัทในสหรัฐอเมริกาในช่วงปี ค.ศ. 1986-1993 ที่รายงานผลกำไรที่เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังของนักลงทุน เปรียบเทียบกับบริษัทที่คล้ายกันแต่รายงานผลกำไรที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุน (On the association between voluntary disclosure and earnings management) และได้ข้อสรุปว่าบริษัทที่รายงานผลกำไรที่เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังของนักลงทุนมีราคาหุ้นสามัญที่สูงกว่าบริษัทที่คล้ายกันแต่รายงานผลกำไรที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุนและผลเชิงบวกต่อราคาหุ้นนี้จะยิ่งมากขึ้น หากบริษัทสามารถรายงานผลกำไรที่เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังของนักลงทุนได้อย่างต่อเนื่องติดต่อกัน 2 ปี อย่างไรก็ตาม หากบริษัทดังกล่าวรายงานผลกำไรที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุนในปีต่อมา ราคาหุ้นของบริษัทก็จะลดลงอย่างมาก ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงจำเป็นต้องใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อรายงานผลกำไรที่เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังของนักลงทุนได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป และการตกแต่งกำไรให้สูงขึ้นหรือการโน้มน้าวความคาดหวังของนักลงทุนให้ต่ำลงจึงมักถูกนำมาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายกำไรดังกล่าว

มาซุโมโตะ (Matsumoto, 2002) ศึกษาบริษัทในสหรัฐอเมริกาในช่วงปี ค.ศ. 1985-1997 เกี่ยวกับแรงจูงใจของฝ่ายบริหารที่จะหลีกเลี่ยงผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามที่นักลงทุนคาดหวัง (Management's incentives to avoid negative earnings surprise) พบว่าสัดส่วนของบริษัทที่รายงานผลกำไรที่เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังของนักลงทุนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก และเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาดังกล่าว กล่าวคือสัดส่วนดังกล่าวในปี ค.ศ. 1985 เท่ากับ 41% และเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี และสัดส่วนดังกล่าวในปี ค.ศ. 1997 สูงถึง 70.1% นอกจากนี้ Matsumoto ยังศึกษาต่อไปถึงกลไกที่ใช้ในการบรรลุเป้าหมายกำไรดังกล่าว การตกแต่งกำไรเป็น

วิธีการหนึ่งที่สามารถใช้ได้ นั่นคือ หากผลการดำเนินงานจริงต่ำกว่าความคาดหวังของนักลงทุน ผู้บริหารก็สามารถตกแต่งกำไรให้สูงขึ้น

แวนวัน ปรางค์วัช (2545) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการกำไรและการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยตัวแปรการทดสอบการจัดการกำไรคือการเปลี่ยนแปลงรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร การศึกษาใช้ตัวอย่างของหุ้นสามัญเพิ่มทุน 115 บริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระหว่าง พ.ศ. 2539-2543 ทดสอบโดยใช้แบบจำลอง Modified Jones (1991) โดยวิธีการทดสอบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงกำไรกับการเปลี่ยนแปลงรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจฝ่ายบริหาร ส่วนที่สองทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนของหุ้นกับการเปลี่ยนแปลงรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจฝ่ายบริหาร

ผลการศึกษาพบว่า มีการจัดการกำไรในช่วงปีเพิ่มทุนส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงกำไรเพิ่มขึ้นในปีเพิ่มทุนผ่านการเปลี่ยนแปลงรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจฝ่ายบริหาร อย่างไรก็ตามรายการพึงรับพึงจ่ายไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงกำไรหลังการเพิ่มทุนได้ แต่พบความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนเกินปกติของหุ้น 2 ปีหลังการเพิ่มทุนกับการจัดการกำไรอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่านักลงทุนไม่ได้คาดการณ์เกี่ยวกับการจัดการกำไรในงบการเงิน นอกจากนั้นนักลงทุนยังสนใจกำไรของบริษัทในปีก่อนเพิ่มทุนมากกว่าสนใจข้อมูลที่ซับซ้อนในงบการเงิน

ตันสนีย์ ศรีวรเดชไพศาล (2549) ศึกษาการจัดการกำไรของบริษัทที่จะเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี พ.ศ. 2553-2548 ของบริษัทที่ทำการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2545 จำนวน 24 บริษัท ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา โดยทำการเปรียบเทียบกำไรและกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือส่วนแรกคำนวณการเปลี่ยนแปลงของรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร โดยใช้แบบจำลอง Modified Jones (Dechow et al., 1996) ส่วนที่สองทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหารในปี IPOs กับการเปลี่ยนแปลงของกำไรก่อนและหลังปี IPOs

ผลการศึกษาพบว่า มีการจัดการกำไรในปี IPOs ผ่านรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหารซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของกำไรในปีก่อน IPOs 2 และ 3 ปี โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของรายการพึงรับพึงจ่ายโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหารไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงของกำไรหลังปี

IPOs อาจกล่าวได้ว่าการจัดการกำไรตั้งแต่ก่อนปี IPOs ซึ่งกำไรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ก่อนปี IPOs 4 ปี และเริ่มลดลงในปี IPOs อีกทั้งภายหลังปี IPOs ยังคงมีการเพิ่มกำไรอยู่เนื่องจากต้องแสดงผลการดำเนินงานที่ดึงดูดนักลงทุน

ฉันทานต์ วัชรชัยโทสถ (2549) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างในดุลยพินิจของผู้บริหารกับการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างในดุลยพินิจของผู้บริหาร อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของกิจการ และอัตราผลตอบแทนเกินปกติในอนาคตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือบริษัทที่ดำเนินงานในช่วงปี พ.ศ. 2538-2547 ทั้งนี้รายการคงค้างในดุลยพินิจของผู้บริหารวัดค่าโดยใช้แบบจำลอง 5 ชนิด คือ แบบจำลอง Modified Jones แบบจำลอง Jones แบบจำลอง Healy แบบจำลอง De Angelo และแบบจำลอง Industry

ผลการศึกษาพบว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงานและรายการคงค้างรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ และผลการดำเนินงานในอนาคตของกิจการ

จิราภรณ์ พินิจนรชัย (2550) ศึกษาการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีกับการตกแต่งกำไรผ่านรายการคงค้างในดุลยพินิจของผู้บริหารซึ่งศึกษาผลกระทบของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลของงบการเงินกับการจัดการกำไรก่อนและหลังการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีปี พ.ศ. 2542 โดยมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ปี พ.ศ. 2542 และปี พ.ศ. 2544 ซึ่งศึกษาข้อมูลงบการเงินและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2530-2544 ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ยกเว้นธุรกิจการเงิน และกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีข้อมูลงบการเงินที่ครบถ้วน จึงทำให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีเพียง 59 บริษัท โดยการใช้ตัวแบบ Modified Jones ในการหาค่าของการจัดการกำไรผ่านรายการพึงรับพึงจ่าย ซึ่งการทดสอบหาความสัมพันธ์ของการจัดการกำไรกับความสามารถของกำไรในการอธิบายราคาหลักทรัพย์

ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลของงบการเงินก่อนและหลังการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชี ปี พ.ศ. 2542 ต่อการจัดการกำไร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่การจัดการกำไรมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถของกำไรในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่าความสามารถของกำไรในการอธิบายราคาหลักทรัพย์มีสูงขึ้นในขณะที่ระดับของการจัดการกำไรมีลดลง

กฤษณา กัมปนาทโกศล (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตกแต่งกำไรกับสัดส่วนการก่อหนี้ของกิจการ โดยวัดการตกแต่งกำไร จากรายการคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร (Discretionary Accrual: DCA) และวัดสัดส่วนการก่อหนี้ของกิจการจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วน

ของเจ้าของ (Debt to equity ratio) โดยได้ทำการเก็บข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2549 ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 389 บริษัท

ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยการตกแต่งกำไรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในเชิงลบกับสัดส่วนการก่อหนี้ของกิจการ อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างการตกแต่งกำไรกับสัดส่วนการก่อหนี้ของกิจการในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การตกแต่งกำไรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในเชิงลบกับสัดส่วนการก่อหนี้สำหรับบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค บริการและเทคโนโลยี ในขณะที่ผลการศึกษาในบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และทรัพยากร พบว่าการตกแต่งกำไรไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับสัดส่วนการก่อหนี้

อารีย์ เชียงทอง (2553) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตกแต่งกำไรกับการดำรงรักษาเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 126 บริษัท ในช่วงเวลา พ.ศ. 2549-2551 และใช้ตัวแบบ Modified Jones ในการคำนวณรายการคงค้างในดุลพินิจของผู้บริหาร และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรายการคงค้างในดุลพินิจของผู้บริหาร โดยใช้สถิติ t-Test ในการทดสอบ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากการศึกษาพบว่า การตกแต่งกำไรมีความสัมพันธ์กับเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ โดยบริษัทที่มีเงื่อนไขสัญญาเงินกู้อาจมีแนวโน้มในการตกแต่งกำไรโดยใช้รายการคงค้างในดุลพินิจของผู้บริหารเพื่อหลีกเลี่ยงการผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ โดยผลการทดสอบพบว่ากลุ่มบริษัทดังกล่าวมีรายการคงค้างในดุลพินิจของผู้บริหารมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการทดสอบเพิ่มเติมโดยการเปรียบเทียบบริษัทที่ไม่ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้กับบริษัทที่ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้นพบว่าบริษัทที่ไม่ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้อาจมีแนวโน้มที่จะตกแต่งกำไรมากกว่าบริษัทที่ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่ไม่ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้อาจมีการใช้รายการคงค้างในดุลพินิจของผู้บริหารเพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้

สุทธิณี เทพประยพล (2554) ศึกษาแบบแผนของผลกำไรรายไตรมาสและการตกแต่งกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อทดสอบว่าแบบแผนของผลกำไรรายไตรมาสที่เสนอโดย Das et al. (2009) สามารถใช้เป็นข้อบ่งชี้ต่อพฤติกรรมตกแต่งกำไรผ่านรายการคงค้างในไตรมาสที่ 4 ของบริษัทของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้หรือไม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 5,720 firm-quart (1,430 firm-years) ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2552 โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาการตกแต่งกำไรผ่านรายการคงค้าง คือ

รายการคงค้างที่เกินกว่าปกติ ซึ่งประมาณขึ้นจากแบบจำลองของ Jones, แบบจำลอง Modified Jones และแบบจำลอง Performance-matching

จากการศึกษาพบว่า แบบแผนของผลกำไรรายไตรมาสไม่สามารถใช้เป็นข้อบ่งชี้ต่อพฤติกรรมการตกแต่งกำไรผ่านรายการคงค้างในไตรมาสที่ 4 ได้ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ยกเว้น อุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยในทางกลับกัน แบบแผนของผลกำไรกลับเป็นข้อบ่งชี้ต่อพฤติกรรมการตกแต่งกำไรผ่านรายการคงค้างในไตรมาสระหว่างกาล ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้ว บริษัทที่มีแบบแผนของกำไรมีแนวโน้มที่จะตกแต่งกำไรเพื่อรายงานผลกำไรให้สูงขึ้นในช่วงไตรมาสระหว่างกาล และยังพบว่า บริษัทที่มีแบบแผนของผลกำไรโดยเฉลี่ยแล้วมีอัตราการเติบโตของยอดขาย ประสิทธิภาพในการทำกำไรในช่วง 9 เดือนแรกของปี และประสิทธิภาพในการทำกำไรของทั้งปีแตกต่างจากบริษัทที่ไม่มีแบบแผนของผลกำไร

สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้ผู้วิจัยพบว่า กำไรทางบัญชีเป็นข้อมูลที่สำคัญที่นักลงทุน เจ้าหนี้ รวมถึงผู้ใช้งบการเงินอื่น ๆ ใช้ในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจ กล่าวคือ นักลงทุนต้องการข้อมูลทางการเงินเพื่อประเมินความเสี่ยงและผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนเจ้าหนี้หรือผู้ให้กู้ต้องการทราบความมั่นคงทางการเงิน สภาพคล่อง และความสามารถในการชำระหนี้

งานวิจัยในอดีตได้มีการศึกษาว่ากิจการจะมีการตกแต่งกำไรจากแรงจูงใจของผู้บริหาร และสภาวะการณ์ที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก การออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี สัดส่วนการถือหุ้นของกิจการ การดำรงรักษาเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ เป็นต้น อีกทั้งจากงานวิจัยของต่างประเทศพบว่า จำนวนบริษัทในสัดส่วนที่สูงมาก ๆ แสดงผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามหรือเกินความคาดหวังของนักลงทุน โดยใช้การตกแต่งกำไรมาทำให้กำไรเป็นไปตามเป้าหมายที่นักลงทุนคาดหวังไว้

อีกทั้ง สุทธิณี เทพปริยะพล (2554) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ใช้งบการเงินควรให้ความสำคัญกับรายงานทางการเงินในงวดระหว่างกาลมากขึ้นรวมถึงบริษัทที่มีลักษณะของผลกำไรที่มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ตรงข้ามกันระหว่างผลกำไรในไตรมาสระหว่างกาลและไตรมาสที่ 4 เนื่องจากบริษัทที่มีแบบแผนของผลกำไรมีแนวโน้มที่จะเป็นบริษัทที่มีพฤติกรรมตกแต่งกำไรมากกว่าบริษัทอื่น ๆ

หากพิจารณาจากสิ่งที่กล่าวเบื้องต้น ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปของประเทศ ไทย นับจากวิกฤติเศรษฐกิจจากปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบันที่สภาพเศรษฐกิจดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ย่อม

ส่งผลต่อความคาดหวังของนักลงทุนต่อผลประกอบการของบริษัทต่าง ๆ โดยนักลงทุนส่วนใหญ่จะคาดหวังกำไรจากการคาดการณ์ของนักวิเคราะห์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาค้นคว้าถึงกำไรภายใต้แรงจูงใจให้กำไรเป็นไปตามที่นักลงทุนคาดหวังจากการคาดการณ์ของนักวิเคราะห์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อหาข้อสรุปในการนำมาใช้เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อนักลงทุน เจ้าหนี้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบการตัดสินใจในการใช้ข้อมูลได้

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University