



แรงจูงใจในการแต่งบัญชี

สมัยก่อน เรามักได้ยินข่าวอยู่เรื่อยๆ ว่า บริษัทห้างร้านในประเทศไทยชอบทำบัญชีสองชุด ชุดหนึ่งส่งให้กับทางการ ส่วนอีกชุดหนึ่งเก็บไว้ให้เจ้าของตัวเอง

บริษัทห้างร้านที่ทำเรื่องแบบนี้มักเป็นนิติบุคคลที่ “เจ้าของ” ล้วนรักใคร่ชอบพอกันจนทำให้มีคู่กรณีเหลืออยู่เพียงคนเดียว (แต่เดิมไม่สามารถจ้างมือป็นมา “เก็บ” ได้) นั่นคือ กรมสรรพากร ดังนั้น บัญชีชุดที่ต้องการให้กรมสรรพากรดู จึงเป็นบัญชีที่ตกแต่งกำไรให้ดูต่ำเพื่อประโยชน์ในการเสียภาษี

ต่อมาในระยหลัง ชาวเกี่ยวกับการตกแต่งบัญชีแม้จะมีมากขึ้น แต่ข่าวการตกแต่งกำไรให้ดูต่ำกลับซาไป กลายเป็นข่าวการตกแต่งกำไรให้สูงๆ ขึ้นมาแทน จนทำให้ออกจะงงว่า การตกแต่งกำไรให้ดูต่ำนั้นหายไปไหน และแพชชั่นการตกแต่งบัญชีทำไมจึงได้เปลี่ยนไปเร็วนัก

ความจริงไม่ว่าจะเป็นสมัยไหน การตกแต่งบัญชีสามารถเกิดได้ในทั้งสองลักษณะ ทั้งที่แต่งกำไรให้ดูสูงไปและต่ำไป ขึ้นอยู่กับว่าบริษัทพัฒนาไปถึงขั้นไหน ผู้แต่งบัญชีเป็นใคร และมีแรงจูงใจอะไรในการตกแต่งตัวเลข

ถ้ากิจการเป็นของ “เจ้าของ” คนเดียวหรือ “เจ้าของ” เพียงไม่กี่คน (ที่สนิทกัน) แรงจูงใจในการตกแต่งบัญชีอยู่ที่การประหยัดต้นทุนเพื่อรักษาสถานภาพในการแข่งขัน ดังนั้น การเสียภาษีมากๆ จะทำให้ธุรกิจไม่สามารถลดราคาสินค้าลงมาสู้กับคู่แข่ง จนอาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถอยู่รอดได้ (โดยเฉพาะเมื่อคู่แข่งได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากกรมสรรพากรกันถ้วนหน้า)

ดังนั้น กิจการขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเจ้าของคนเดียวหรือเจ้าของไม่กี่คน จึงมีแนวโน้มที่จะตกแต่งบัญชีเพื่อเลี่ยงภาษี หรือตกแต่งกำไรให้ดูต่ำ

ทีนี้ ถ้าเจ้าของกิจการเชื่อว่าตลาดหลักทรัพย์จะทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มสูงขึ้น เพราะการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะทำให้กิจการสามารถระดมทุนได้ง่ายขึ้น หาแหล่งเงินกู้ง่ายขึ้น และขยายตัวได้เร็วขึ้น (แถมยังเสียภาษีน้อยลงโดยไม่ต้องมานั่งหาวิธีชีกแฉีก) เจ้าของก็จะนำกิจการนั้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

แต่หลังจากที่ได้ขายหุ้นให้แก่มหาชนและกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้ต่างๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว “เจ้าของกิจการ” ก็ตื่นขึ้นมาพบความจริงว่า คู่กรณีของ “เจ้าของบริษัทจดทะเบียน” กลับมีจำนวนมากขึ้นแทนที่จะน้อยลง

คู่กรณีที่สำคัญที่สุดเห็นจะเป็น **ผู้ถือหุ้นรายย่อย** ที่ให้เงินลงทุนแก่บริษัทแต่ไม่มีอำนาจในการบริหาร รองลงมาคือ **เจ้าหนี้** ที่ให้บริษัทกู้ยืมเงินมาลงทุน จากนั้นจึงเป็น **นักวิเคราะห์และนักลงทุน** ที่เกาะติดสถานการณ์ของบริษัทแบบไม่ยอมปล่อยให้ คู่กรณีที่สำคัญน้อยลง (แต่ยังไม่หายไปไหน) ก็คือ **กรมสรรพากร** คู่กรณีเก่านั่นเอง

เมื่อคู่กรณีเปลี่ยนไป บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จึงมีแนวโน้มที่จะตกแต่งบัญชีเพื่อหลอกผู้ถือหุ้นรายย่อย เจ้าหนี้ นักวิเคราะห์และนักลงทุน แทนที่จะตั้งหน้าตั้งตาหลอกกรมสรรพากรเหมือนอย่างแต่ก่อน

มาถึงตรงนี้ ก็ยังมองไม่ออกอยู่ดีว่าทำไมการตกแต่งบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จึงต้องมุ่งเน้นไปที่การแสดงรายได้สูง ค่าใช้จ่ายต่ำ กำไรสูง แทนที่จะแสดงกำไรต่ำตามที่เคยใช้มาในอดีต

เรื่องนี้มีเหตุผลอยู่

ในประเทศไทย เจ้าของกิจการที่นำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มักจะยังคงสภาพเป็น **“ผู้ถือหุ้นรายใหญ่”** และทำหน้าที่เป็น **“ผู้บริหารบริษัท”** ไปในเวลาเดียวกัน แต่ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะ **“ผู้ถือหุ้น”** หรือ **“ผู้บริหาร”** เจ้าของกิจการก็มีแรงจูงใจที่จะนำตัวเลขกำไรสวยขึ้นด้วยกันทั้งนั้น

เราลองมาพิจารณาถึงการเป็น **“ผู้บริหาร”** ก่อน

สิ่งหนึ่งที่ผู้บริหารต้องการในการทำงานคือ เงินเดือนสูงๆ และโบนัสงามๆ บริษัทส่วนใหญ่มีนโยบายที่จะประเมิน

ความสามารถของผู้บริหารจากผลการดำเนินงานของบริษัท ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารจึงมี แรงจูงใจในการแต่งตัวเลขกำไรให้สูงขึ้น เพื่อหลอกให้ผู้ถือหุ้นอื่นเห็นพ้องต้องกันว่า บริษัทสมควรจ่ายเงินเดือนสูงๆ โบนัสงามๆ ให้แก่ผู้บริหาร

เมื่อผู้บริหารสวมบทบาท **“ผู้ถือหุ้น”** อีกตำแหน่งหนึ่ง แรงจูงใจในการตกแต่งบัญชีก็เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผลประโยชน์ที่ผู้บริหารจะได้รับไม่ได้จำกัดอยู่แค่เงินเดือนและโบนัส แต่ได้ขยายวงออกไปถึงเงินที่จะได้รับจากการขายหุ้น ถ้าราคาหุ้นสูง เงินที่ผู้บริหารจะได้รับจากการขายหุ้นก็เพิ่มมากขึ้น (บางครั้งมากกว่าเงินเดือนแล้วนับสัปดาห์หลายเท่า) ด้วยเหตุนี้ การตกแต่งบัญชีจึงต้องมุ่งไปที่การหลอกนักวิเคราะห์และนักลงทุนให้เข้ามาซื้อหุ้นของบริษัท

การตกแต่งบัญชีของหลอกนักวิเคราะห์และนักลงทุนนี้ มักทำกันที่ดัชนีและอัตราส่วนสำคัญๆ ที่ใช้ในการประเมินความสามารถของบริษัท ดัชนีที่มักตกแต่งกันก็เช่น อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt-equity Ratio) อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash Flows from Operation) กำไรต่อหุ้น (Earnings per share หรือ EPS) กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Earnings before interest, tax, depreciation and amortization หรือ EBITDA) รายได้ (Revenue) และที่จะลืมไม่ได้คือ กำไรสุทธิ (Net income) ซึ่งเป็นดัชนีสำคัญที่จะส่งราคาหุ้นให้ทะยานสูงขึ้นอย่างกะทันหัน

ในประเทศไทย เรามักพบกรณีที่เจ้าของซึ่งเป็น **“ผู้ถือหุ้นใหญ่”** มานั่งควบตำแหน่ง **“ผู้บริหาร”** แต่ในต่างประเทศ เราอาจพบกรณีที่ **“ผู้บริหารมีอาชีพ”** (ที่บริษัทจ้างมาจากภายนอก) ได้รับหุ้นจากบริษัทจนทำให้ได้ตำแหน่ง **“ผู้ถือหุ้น”** มาครองอีกหนึ่งตำแหน่ง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารมักได้รับแจกลิทธิเลือกซื้อหุ้น (Stock Options) และใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้น (Stock Warrants) จนกระทั่งต้องไปซื้อหุ้นของบริษัทมาเก็บไว้เป็นจำนวนมากๆ

แต่ไม่ว่าจะเป็นกรณีใด แรงจูงใจในการแต่งบัญชีและวิธีการตกแต่งตัวเลขก็ไม่ผิดแผกไปจากกัน

ด้วยเหตุนี้ การรักษาระดับราคาหุ้นหรือการปั่นราคาหุ้นให้สูงขึ้น จึงได้กลายเป็นมิติใหม่ในการดำเนินธุรกิจพร้อมกับการปั่นตัวเลขกำไร แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า มิติเดิมที่ต้องการประหยัดภาษีจะหายไป เพียงแต่หมายความว่า ใครอยากได้อะไรก็ทำอย่างนั้น บางครั้งเราอาจจะเห็นมิติทั้งสองซ้อนทับกันอยู่ในบริษัทเดียว นั่นคือ บริษัทพยายามจ่ายภาษีให้น้อยลงในขณะที่พยายามแต่งตัวเลขกำไรให้สูงขึ้น (สามารถทำได้เพราะกฎบัญชีแตกต่างจากกฎหมาย)

ในต่างประเทศ การตกแต่งตัวเลขกำไรอาจเกิดขึ้นจากแรงกดดันที่จะ “ทำยอด” ให้ได้ตามที่พยากรณ์ไว้ตามปกติ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศสหรัฐอเมริกาจะทำการพยากรณ์รายการสำคัญๆ เช่น ยอดขาย (รายได้) ค่าใช้จ่าย กำไรต่อหุ้น ฯลฯ (เรียกว่า การทำ “Projection”) เพื่อเปิดเผยให้สาธารณชนทราบถึงการคาดการณ์ในอนาคตของบริษัท (ส่วนมากแสดงตัวเลขล่วงหน้า 5 ปี)

ในประเทศไทยก็เคยมีกฎให้บริษัทที่จะเสนอขายหุ้นเปิดเผยข้อมูลที่คล้ายๆ กัน แต่ก็ได้เลิกลัมไป เพราะเห็นว่าบริษัทไม่สามารถพยากรณ์อะไรได้เกินกว่าระยะเวลาหนึ่งปี

พูดถึงเรื่องนี้เราต้องมาเข้าใจกันให้เสียก่อน คำว่า “การพยากรณ์” นั้น แปลมาจากคำว่า “Projection” ไม่ใช่ “Prediction” การ project (ซึ่งเป็นคำกริยา) หมายถึง การฉายออกไป (รากศัพท์เดียวกับคำว่า Projector ที่แปลว่า เครื่องฉาย) ดังนั้น การทำ Projection ก็มีความหมายถึง การฉายตัวเองออกไปให้คนอื่นเห็น ว่าบริษัทคิดว่าบริษัทจะทำอะไรหรือจะเป็นอย่างไรใน 5 ปีข้างหน้า ไม่ใช่การ predict หรือพยากรณ์ว่าจะมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นกับบริษัทในอนาคตข้างหน้า (อย่างนั้นต้องฟังหมอ ดู ไม่ใช่ฟังผู้บริหาร)

ในต่างประเทศ Projection ที่บริษัทประกาศต่อสาธารณชน มักจะกลายเป็นหนามยอกอกผู้บริหารอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากนักลงทุนมักถือ Projection นั้นเป็น

“สัตยาบรรณ” ที่ผู้บริหารให้แก่นักลงทุนว่า ผู้บริหารจะ “ทำยอด” ให้ได้ตามที่ Projected ไว้

เมื่อเข้าใจว่า Projection ถือเป็นสัตยาบรรณที่ผู้บริหารให้แก่สังคมนักลงทุนแล้ว เราจึงจะเข้าใจได้ว่าผู้บริหารจะต้องพยายาม “ทำยอด” ให้ได้ตามที่ Projected ไว้ เพราะถ้าผู้บริหารทำยอดไม่ได้ การลงโทษจากสังคมนักลงทุนจะเกิดขึ้น เนื่องจากนักวิเคราะห์และนักลงทุนจะถือว่าผู้บริหารไม่มี “ฝีมือ” พอที่จะนำพาบริษัทไปสู่จุดหมายที่วางไว้ ผู้บริหารคนนั้นอาจถูกไล่ออกจากงานไม่ได้อีกตลอดชีวิต แลผลราคาหุ้นของบริษัทนั้นก็จะมีแนวโน้มไปในสายลม (ผู้บริหารนอกเรื่องจะเสียงานแล้ว ยังเสียเงินจากการขายหุ้นอีก)

คำถามก็คือ ถ้าผู้บริหารทำยอดไม่ได้ แต่ก็ไม่อยากเสียหายหรือเสียเงิน แล้วผู้บริหารคนนั้นจะมีทางออกอย่างไร ทางออกง่ายๆ ก็คือ การตกแต่งบัญชี เพราะอย่างน้อยตัวเลขที่เพิ่มขึ้นอาจช่วยให้ผู้บริหาร “ขายผ้าเอาหน้ารอด” ไปพลางๆ จนกว่าจะสามารถหาทางออกอันยั่งยืนให้กับตัวเองได้ ดังนั้น เราจึงเห็นว่า มีบริษัทจำนวนไม่น้อยที่ทำการตกแต่งบัญชีเพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทสามารถ “ทำยอด” ได้ตามที่ Projected ไว้

คิดแล้วก็น่าเห็นใจผู้บริหารที่ต้องรับแรงกดดันมากเหลือเกิน เพราะการ “ทำยอด” ให้ได้ตามเป้าอาจไม่ได้เกิดจากความสามารถเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถจะควบคุมได้ แต่พอนึกถึงจำนวนผลตอบแทนที่ผู้บริหารได้รับในแต่ละปี ความสงสารก็อันตรธานหายไป กลายเป็นความซาบซึ้งในกฎการเงินที่ว่า “High risk, high return”

หลังจากที่อ่านบทความนี้มาจนครบถ้วนแล้ว ลองตั้งคำถามกันใหม่อีกทีว่า ทำไมผู้บริหารถึงได้พยายามแต่งตัวเลขกำไร คำตอบอาจจะง่ายกว่าที่คิดไว้ เพราะแท้จริงแล้วแรงจูงใจประการเดียวที่ทำให้เรื่องทั้งหมดเกิดขึ้น ก็คือ “ความไม่รู้จักพอ” ของมนุษย์นั่นเอง