

[หน้า 63]

พฤติกรรมกรรมการตกแต่งกำไรในไตรมาสที่สี่เพื่อบรรลุเป้าหมายกำไรประจำปี

สุทธิณี เทพปรียะพล

งานวิจัยเชิงประจักษ์หลายชิ้นชี้ว่า ช่วงไตรมาสที่สี่เป็นช่วงที่ผู้บริหารมีพฤติกรรมและแรงจูงใจต่อกรรมการตกแต่งกำไรเพื่อบรรลุเป้าหมายกำไรประจำปีมากกว่าไตรมาสอื่นๆ เนื่องจากผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจที่ผู้บริหารจะได้รับและเงื่อนไขของภาระผูกพันของบริษัทที่ถูกกำหนดไว้กับผลการดำเนินงานประจำปี ซึ่งพฤติกรรมกรรมการตกแต่งกำไรในช่วงเวลาดังกล่าวนี้อาจส่งผลให้ความผันแปรของผลกำไรและการตอบสนองของตลาดต่อผลกำไรในไตรมาสที่สี่มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากไตรมาสอื่นๆ ดังนั้น ผู้ใช้งบการเงินควรเข้าใจถึงแรงจูงใจของผู้บริหาร รวมถึงวิธีการที่ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะใช้ในการตกแต่งกำไรในช่วงไตรมาสที่สี่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถสังเกตและร่องรอยที่ทำให้คุณภาพของผลกำไรประจำปีมีคุณภาพที่ด้อยลง และลดผลกระทบของรายการที่มีความเป็นไปในการตกแต่งกำไรของฝ่ายบริหาร เพื่อที่ผลกำไรประจำปีจะสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การตกแต่งกำไร เป้าหมายกำไร ไตรมาสที่สี่ แรงจูงใจของผู้บริหาร

Prior empirical studies suggest that incentives and behaviors to manage earnings across annual earnings targets are likely to be most salient in the fourth quarter of the fiscal year. The firms are particularly concerned about fiscal earnings because most of accounting-based performance measures using in bonus and compensation schemes and debt covenants are based on annual earnings. Thus, fourth quarter earnings tends to have higher volatility and lower earnings responsiveness from capital market relative to interim quarters. For this reason, financial statement users should understand why achieving fiscal earnings target is so important and which means or accounts are more likely to be subject to manipulation in order to identify whether the factors that induce poor quality of reported earnings.

Key Words: Earnings Management, Earnings Targets, Fourth Quarter