



## اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و حسابرسی

محمد رضا پور علی لا کلایه<sup>۱</sup>، مینو موزری<sup>۲\*</sup>

<sup>۱</sup> هییت علمی دانشگاه آزاد چالوس.

Pourali2013@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد چالوس.

Minoo\_mouzari@yahoo.com

### چکیده

حسابداری در دنیای پیشرفته اقتصادی امروز حرفه‌ای است حیاتی، زیرا سامانه اقتصادی جاری بدون آن نمی‌تواند، وجود داشته باشد. برجستگی متمایز کننده حرفه حسابداری پذیرش مسوولیت نسبت به عموم است. جامعه انتظارات فراوانی از اهل این حرفه دارد و مردم باید به کیفیت خدمات پیچیده ارائه شده توسط حرفه حسابداری اعتماد داشته باشند. از این رو اطلاعات ارائه شده توسط حسابداران باید به طور قابل توجهی کارآمد، قابل اتکا، واقعی و بی‌غرضانه باشد، پس حسابداران نه تنها باید واجد شرایط و صلاحیت حرفه‌ای باشند، بلکه باید از درجه بالایی از صداقت و درستکاری حرفه‌ای نیز برخوردار و آبرو و حیثیت حرفه‌ای از مهم‌ترین دارایی‌های آنها باشند. در نتیجه اخلاق حسابداری برای حسابداران حرفه‌ای و افرادی که به خدمات حسابداری تکیه دارند اهمیت زیادی دارد. با وجود این به نظر می‌رسد در ایران، از لحاظ نظری، به این مهم پرداخته نشده است. روش کار: در این پژوهش، به روش کتابخانه‌ای و با بررسی پایگاه‌های الکترونیکی، آیین رفتار حرفه‌ای حسابداران و اصول بنیادی اخلاق حسابداری تبیین شده و مهم‌ترین مسائل اخلاقی حسابداری در حال حاضر و راه کارهای حل آنها و تجدید حیات حیثیت حرفه‌ای حسابداری ارائه می‌گردد.

نتیجه‌گیری: نتیجه این که آینده حرفه حسابداری به رهبری اخلاقی توسط حسابداران حرفه‌ای و رهبران این حرفه بستگی دارد. لازم است تا آنها با تبیین اهمیت معیارهای اخلاقی والا و آموزش ضرورت درستکاری فردی، حسابداران فعلی و آتی را به سوی شرافتمندی سوق دهند. بدیهی است با انجام این کار این اطمینان محقق خواهد شد که در آتیه حرفه حسابداری بتواند به نقش تاریخی خود در رشد عادلانه اقتصادی و موفقیت و رفاه ملت‌ها ادامه دهد.

**کلیدواژه‌گان:** اخلاق حسابداری، اخلاق حرفه‌ای، رفتار حرفه‌ای، حسابداری، حسابرس

### مقدمه

اخلاق کار به عنوان یکی از زمینه‌های دانش مدیریت به شمار می‌رود؛ مخصوصاً از زمان تولد نهضت مسوولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰. در این دهه نهضت‌ها و جنبش‌های آگاهی بخش اجتماعی توقعات مردم را از شرکتها بالا برد. مردم به این عقیده رسیده بودند که شرکت‌ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی نظیر فقر، خشونت، حفاظت از