



بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

مدیریت کل نظارت بر بانکها و موسسات اعتباری

«اداره مطالعات و مقررات بانکی»

شناسایی کافی مشتری از سوی بانکها

از انتشارات کمیته نظارت بر بانکداری بال

مستقر در بانک تسویه بین‌المللی

(اکتبر ۲۰۰۱)

ترجمه: عبدالمهدی ارجمندنژاد

گروه مطالعاتی: بانکی و اعتباری

مهرماه ۱۳۸۴

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱	پیشگفتار مترجم
۵	الف- مقدمه
۹	ب- اهمیت استانداردهای شناسایی مشتری برای ناظران بانکی و بانکها
۱۴	پ- عناصر اصلی در استانداردهای شناسایی مشتری
۱۵	۱- خط مشی پذیرش مشتری
۱۶	۲- شناسایی هویت مشتری
۱۹	۲-۱- الزامات کلی برای شناسایی هویت مشتریان
۲۱	۲-۲- مباحث ویژه در مورد شناسایی هویت مشتری
۲۱	۲-۲-۱- حسابهای امانی، اسمی و وکالتی
۲۲	۲-۲-۲- عناوین شرکتی
۲۳	۲-۲-۳- اشخاص تجاری (حقیقی، حقوقی) معرفی شده
	۲-۲-۴- حسابهایی که به وسیله واسطه‌های حرفه‌ای
۲۵	برای مشتریان باز می‌شود
۲۷	۲-۲-۵- مقامات سیاسی
۲۹	۲-۲-۶- مشتریان غیر حضوری
۳۱	۲-۲-۷- کارگزاری بانکی

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۳۵	۳- نظارت مستمر بر حساب‌ها و مبادلات
۳۸	۴- مدیریت ریسک
۴۱	ت- نقش ناظران بانکی
۴۳	ث - به کارگیری استانداردهای شناسایی مشتری در شرایط برون‌مرزی
۴۸	پیوست شماره ۱: گزیده‌ای از سند متدولوژی اصول اساسی
۵۲	پیوست شماره ۲: گزیده‌ای از توصیه‌های کمیته ویژه اقدام مالی
۵۶	فهرست منابع

«بسمه تعالی»

پیشگفتار

یکی از مهم‌ترین ارکان اصلی در دنیای تجارت، شناخت و قابلیت اعتماد به طرف‌های تجاری است. حسن شهرت و پای‌بندی طرفین به استانداردهای عالی اخلاقی و حرفه‌ای، لازمه تداوم یک رابطه تجاری و کاری خوب در بستری است که بالطبع طرفین از مزایای آن بهره‌مند خواهند شد. نظام مالی نیز از این امر مستثنی نیست. بانک‌ها - به عنوان یکی از ارکان تشکیل دهنده این نظام - از آسیب‌پذیری خاصی در این زمینه برخوردارند. عدم توانایی بانک در مدیریت صحیح ریسک شهرت می‌تواند تبعات جبران‌ناپذیری را برای آن در پی داشته باشد.

بالتبع مشتریان عادی حق دارند که به هنگام انتخاب یک بانک جهت انجام امور تجاری خود، به حسن شهرت و میزان قابلیت اعتماد به آن بانک توجه نمایند همان‌گونه که بانک‌ها نیز محق و موظف هستند که هویت مشتریان خود را شناسایی نمایند چه در غیر این صورت ممکن است در معرض ریسک‌های شهرت، عملیاتی، حقوقی و تمرکز قرار گیرند. این امر به نوبه خود می‌تواند هزینه‌های مالی فراوانی را برای آن‌ها در پی داشته باشد.

موضوع شناسایی مشتری دارای بیشترین ارتباط با مقوله مبارزه با پول‌شویی است. فرآیندی که در طی آن سعی می‌شود تا با پنهان ساختن ماهیت و منشا غیرقانونی مال حاصل از ارتکاب جرم، ظاهری قانونی به آن داده شود. بانک‌ها و موسسات مالی، بستر اصلی برای انجام این اقدام هستند. پدیده پول‌شویی علاوه بر آثار زیان‌بار اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، شهرت بانک‌ها و موسساتی را که خواسته یا ناخواسته درگیر آن شده‌اند، به طور جدی سوال می‌برد.

از این‌رو تعیین هویت مشتریان و شناسایی حرفه آنها از سوی بانک‌ها، لازمه برقراری یک رابطه صحیح و سالم کاری بین بانک و مشتری است. در این صورت بانک‌ها شهرت خود را به مخاطره نیافکنده؛ مشتریان نیز اعتماد خود را به بانک‌ها از دست نمی‌دهند.

بدیهی است چنین امری در عالم واقع، هیچ‌گاه به طور کامل رخ نخواهد داد. بانک‌ها و موسسات مالی - خواسته یا ناخواسته - در کمند ترفند عوامل جنایتکار گرفتار می‌شوند. از همین رو است که علی‌رغم تلاش‌های گسترده مجامع بین‌المللی فعال در این زمینه، شستشوی سالیانه درآمدهای حاصل از ارتکاب جرم در سراسر جهان، از میزان شاخص‌های اقتصادی بسیاری از کشورهای جهان (از جمله تولید ناخالص ملی، تولید ناخالص داخلی و ...) بیشتر است.

توسعه روزافزون خدمات و فن‌آوری‌های نوین در صنعت بانکداری، اگرچه موجب تسهیل مبادلات تجاری در سراسر جهان شده است لیکن در روی دیگر خود، پیچیدگی اقدامات عوامل جنایتکار را نیز در پی داشته است. معمولاً سطح پیچیدگی این قبیل اقدامات، همبستگی مستقیمی با سطح سازماندهی عوامل جنایتکار دارد و از این رو، مبالغ کلان در فرآیند پیچیده‌تری تظہیر می‌شوند (چو دزدی با چراغ آید، گزیده‌تر برد کالا).

طی سالیان اخیر، مبارزه با پول‌شویی شتاب بیشتری یافته است. کشورها در یک حرکت همگانی، اقدام به ایجاد واحدهای مختلف و انعقاد معاهداتی نموده‌اند که هدف غایی آنها، برخورداری از جهانی عاری از پول‌شویی است. از جمله سازمان‌های فعال در این زمینه، "گروه ویژه اقدام مالی (FATF)¹" است.

هدف از تشکیل این نهاد بین‌المللی، توسعه و ترویج سیاست‌های مبارزه با پول‌شویی در سطح ملی و بین‌المللی است. این سیاست‌ها برای پیشگیری از بروز مشکلاتی است که فعالیت‌های پول‌شویی برای بخش رسمی و مشروع اقتصاد در پی دارد. امروزه، توصیه‌های چهل‌گانه این گروه - که برنامه‌ای فراگیر را برای مبارزه با پول‌شویی فراهم می‌آورند - شهرت و مقبولیتی جهانی یافته‌اند. از سوی دیگر، امضای پیمان‌نامه (کنوانسیون)‌های مختلفی همچون

1 - Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF).

بیمان نامه وین^۱ و شورای اروپا^۲ و تشکیل نهادهای گوناگونی از جمله گروه ویژه اقدام مالی حوزه کارائیب^۳، گروه ویژه اقدام مالی آمریکای جنوبی^۴ و گروه پول شویی آسیا و اقیانوسیه^۵ - همگام با تصویب قوانین مبارزه با پول شویی در سطوح ملی - بیانگر عزم جدی کشورها در مقابله با این پدیده شوم است.

کمیته نظارت بانکی بال^۶ - مستقر در بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی^۷ در شهر بال (بازل)^۸ سوئیس - همگام با مراجع پیشرو در این زمینه، اقدام به تهیه اسناد و ارائه رهنمودهایی نموده است که رعایت آنها می‌تواند تا حدود زیادی؛ به حفظ سلامت، ایمنی و اعتماد عمومی به صحت عملکرد بانک‌ها بیانجامد. اسناد ذیل مهم‌ترین اسناد منتشره از سوی کمیته بال در این رابطه است:

- (۱) راهنمای کلی افتتاح حساب و تعیین هویت مشتری^۹
- (۲) مدیریت یکپارچه ریسک شناسایی مشتری^{۱۰}
- (۳) شناسایی کافی مشتری از سوی بانک‌ها^{۱۱}
- (۴) پیشگیری از سوء استفاده عوامل جنایتکار از نظام بانکی جهت پول شویی^{۱۲}
- (۵) اصول اساسی برای نظارت بانکی موثر^{۱۳}
- (۶) متدولوژی اصول اساسی^{۱۴}

-
- 1 - The Vienna Convention (Dec. 19, 1988).
 - 2 - The Council of Europe Convention (Nov. 8, 1990).
 - 3 - The Caribbean Financial Action Task Force Group (CFATFG).
 - 4 - The South American Financial Action Task Force Group (SAFATFG).
 - 5 - The Asia - Pacific Group on Money Laundering.
 - 6 - Basle Committee on Banking Supervision.
 - 7 - Bank for International Settlements (BIS).
 - 8 - Basle (Basel).
 - 9 - General Guide to Account Opening and Customer Identification, February 2003.
 - 10 - Consolidated KYC Risk Management, October 2004.
 - 11 - Customer Due Diligence for Banks, October 2001.
 - 12 - Prevention of Criminal Use of the Banking System for the Purpose of Money - Laundering, December 1988.
 - 13 - Core Principles for Effective Banking Supervision, September 1997.
 - 14 - Core Principles Methodology, October 1999.

نوشتار حاضر، ترجمه متن کامل "شناسایی کافی مشتری از سوی بانک‌ها" (بند ۳) می‌باشد که به لحاظ محتوایی، ارتباط زیادی با سند "مدیریت یکپارچه ریسک شناسایی مشتری" (بند ۲) دارد. اداره موثر روابط بانک‌ها و موسسات مالی با مشتریان، مستلزم اخذ سیاست‌هایی روشن و صریح در خصوص پذیرش مشتری، تعیین دقیق هویت وی، نظارت مستمر بر حساب‌های پر ریسک، و مدیریت موثر ریسک‌های موجود در این زمینه است. عمل به توصیه‌های پیشنهادی در اسناد فوق (به خصوص ۴ مورد نخست) می‌تواند به این امر یاری رساند. نیز بانک‌ها می‌توانند به هنگام تدوین دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های مربوط به شرایط افتتاح حساب و تداوم روابط کاری با مشتریان، از مفاد این اسناد استفاده نمایند. در ترجمه حاضر، توصیه‌هایی برای کارکنان بخش تطبیق و حساب‌رسان داخلی و خارجی بانک‌ها نیز ارائه شده است که به نوبه خود می‌توانند موجب حصول اطمینان از صحت عملکرد ساز و کارهای کنترلی بانک‌ها در این زمینه شوند.

شایان ذکر است توصیه‌های مطروحه در این نوشتار - که می‌توان آنها را ثمره تفکر و تجارب جمعی کارشناسان بانکی در کشورهای پیشرفته جهان دانست - خود به دو گروه قابل تقسیم هستند. گروه اول توصیه‌هایی هستند که با شرایط فعلی ایران همخوانی داشته، می‌توان از آنها در تدوین دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های جاری بهره گرفت. گروه دوم اختصاص به رهنمودهایی دارند که نسبت به گروه پیشین، پیشرفته‌تر بوده و مطالعه آنها می‌تواند ضمن تعمیق بینش بانکداری در میان مدیران و کارشناسان شبکه بانکی کشور، به آنان در تهیه مقررات و دستورالعمل‌های جامع بانکداری - که از قوت، دوراندیشی و استحکام بیشتری برخوردار باشند - یاری رساند. انشاء... .

یارب قبول کن به بزرگی و فضل خویش
کانرا که ردکنی نبود هیچ ملتجا
کردی تو آنچه شرط خداوندی تو بود
ما در خور تو هیچ نکردیم ربنا

عبدالمهدی ارجمندزاد

مهرماه ۱۳۸۴

شناسایی کافی مشتری از سوی بانکها

الف - مقدمه

۱- در سراسر دنیا، ناظران بانکی به شکلی روزافزون به اهمیت این موضوع پی برده‌اند که باید مطمئن شوند بانک‌هایشان، از ابزارهای کنترلی و رویه‌های توانمند و مناسبی برخوردارند که امکان شناسایی مشتریان را به آنها می‌دهد. شناسایی کافی مشتریان جدید و کنونی، بخش مهمی از این گونه کنترل‌ها است. در صورتی که بانک‌ها اقدام به شناسایی کافی مشتریان ننمایند ممکن است در معرض ریسک‌های شهرت، عملیاتی، حقوقی و تمرکز قرار گیرند. این امر به نوبه خود می‌تواند هزینه‌های مالی فراوانی را در پی داشته باشد.

۲- در سال ۱۹۹۹ میلادی هنگامی که کمیته بال مشغول بررسی نتایج یک تحقیق پیمایشی داخلی راجع به بانکداری برون‌مرزی بود پی به نواقصی برد که در سیاست‌های شناسایی مشتریان^۱ از سوی بانکها، در بسیاری از کشورها وجود دارد. با اتخاذ رویکردی نظارتی به این مقوله می‌توان گفت که در برخی کشورها، سیاست‌های شناسایی مشتری فاصله زیادی با وضع ایده‌آل داشته و در بعضی دیگر، اساساً چنین سیاستی وجود ندارد. حتی در میان کشورهایی که از بازارهای مالی توسعه یافته‌ای برخوردارند، میزان استحکام این سیاست‌ها متفاوت است. در نتیجه، کمیته بال از کارگروه بانکداری برون‌مرزی^۲ درخواست نمود تا رویه‌های کنونی

1 - Know - Your - Customer (KYC).

2 - Working Group on Cross - Border Banking.

۳- گروه مزبور یک گروه مشترک است که اعضای از کمیته بال و گروه ناظران بانکی برون‌مرزی آن را

تشکیل می‌دهند.

موجود در زمینه شناسایی مشتری را بررسی نموده و استانداردهایی را پیشنهاد نماید که برای بانکها در تمامی کشورها، قابل اجرا باشند. این امر منجر به انتشار یک سند مشورتی در ژانویه سال ۲۰۰۱ میلادی گردید. این کارگروه، پس از بررسی اظهارنظرهای دریافتی، مقاله مزبور را مورد تجدید نظر قرار داد. در حال حاضر نیز کمیته بال با توزیع آن در سراسر دنیا، امیدوار است چارچوب ارائه شده در این مقاله (در زمینه شناسایی مشتری)، تبدیل به معیاری جهت انجام اقدامات ملی از سوی ناظران و تدوین برنامه‌های لازم از سوی بانکها شود. این نکته حایز اهمیت است که بدانیم پیش از این، اقدامات نظارتی انجام شده در قلمرو برخی از حکومتها، به اهداف مورد نظر در این مقاله دست یافته یا بعضاً از آن نیز فراتر رفته‌اند و در نتیجه ممکن است به ایجاد تغییرات در این حوزه‌ها، نیازی نباشد.

۳- موضوع شناسایی مشتری دارای بیشترین ارتباط با مقوله مبارزه با پول‌شویی است. مقوله‌ای که در حقیقت، زمینه اصلی فعالیت "گروه ویژه اقدام مالی"^۱ را تشکیل می‌دهد. کمیته بال قصد تکرار تلاش‌های انجام شده از سوی گروه ویژه اقدام مالی را ندارد بلکه علاقه این کمیته از یک منظر احتیاطی گسترده‌تر نشات می‌گیرد. خط مشی‌ها و رویه‌های موثر شناسایی مشتری، عواملی مهم برای حفظ ایمنی و سلامت بانکها و نیز قابلیت اعتماد به نظام‌های بانکی به حساب می‌آیند. کمیته بال و گروه

۱- گروه ویژه اقدام مالی (Financial Action Task Force = FATF)، یک گروه بین‌المللی است که برای مبارزه با پول‌شویی - چه در عرصه ملی و چه در پهنه بین‌المللی - سیاست‌هایی را تدوین و توسعه می‌دهد. این گروه از ۲۹ کشور عضو و ۲ سازمان منطقه‌ای تشکیل شده است. گروه مزبور دارای همکاری نزدیکی با دیگر مجامع بین‌المللی فعال در این زمینه است. مجامعی همچون دفتر کنترل مواد مخدر و جلوگیری از جنایات سازمان ملل (The United Nations Office for Drug Control and Crime Prevention)، شورای اروپا (The Council of Europe)، گروه پول‌شویی آسیا - اقیانوسیه (The Asia - Pacific Group on Money Laundering)، و گروه ویژه اقدام مالی حوزه کارائیب (The Caribbean Financial Action Task Force). گروه ویژه اقدام مالی، پول‌شویی را به عنوان "فرآیند تغییر شکل درآمدهای ناشی از اعمال جنایی به منظور پنهان داشتن منشأ غیر قانونی آنها" تعریف می‌کند.

ناظران بانکی برون مرزی^۱ به حمایت‌های قاطع خویش در خصوص پذیرش و اجرای توصیه‌های گروه ویژه اقدام مالی - به خصوص پیشنهادهایی که به بانک‌ها مربوط می‌شوند - ادامه داده و برآنند که استانداردهای مطروحه در این نوشتار را با توصیه‌های گروه ویژه اقدام مالی منطبق نمایند. همچنین این دو مجموعه، هر استاندارد بالاتری را که گروه ویژه اقدام مالی به عنوان نتایج حاصل از بازبینی در توصیه‌های ۴۰گانه خود مطرح نماید، در نظر خواهند داشت. بنابراین کارگروه مزبور، همچون گذشته و همگام با توسعه آراء گروه ویژه اقدام مالی؛ ارتباط نزدیک خود را با این گروه حفظ خواهد نمود.

۴- رویکرد کمیته بال به مقوله شناسایی مشتری فقط از دیدگاه پول‌شویی نیست بلکه کمیته به این موضوع از منظر گسترده‌تر مقررات احتیاطی می‌نگرد. باید به رویه‌های موثر شناسایی مشتری به عنوان عامل مهمی در مدیریت کارآمد ریسک‌های بانکی نگریسته شود. تدابیر حفاظتی شناسایی مشتری چیزی بیش از افتتاح ساده حساب و حفظ سوابق بوده؛ مستلزم تدوین یک خط مشی پذیرش مشتری و یک برنامه چند مرحله‌ای برای تعیین هویت مشتریان از سوی بانک‌ها است. به گونه‌ای که در مورد حساب‌های پر ریسک‌تر، تشدید مقررات شناسایی مشتریان و در خصوص فعالیت‌های مشکوک، اعمال نظارتی فعال بر روی حساب‌ها را شامل شوند.

۵- علاقه کمیته بال به مقوله استانداردهای موثر شناسایی مشتری، ناشی از دغدغه‌هایی است که این کمیته نسبت به حفظ "قابلیت اعتماد به بازار" دارد. زیان‌های مستقیم یا غیر مستقیمی که بانک‌ها به دلیل عدم جدیت در به کارگیری رویه‌های مناسب به بار آورده‌اند؛ موجب افزایش این نگرانی‌ها شده است. اگر بانک‌های مزبور از برنامه‌های کارآمد شناسایی مشتری پیروی می‌کردند احتمالاً امکان اجتناب از این گونه خسارت‌ها و کاهش چشمگیر در خسارات وارده به شهرت این بانک‌ها وجود می‌داشت.

1 - Offshore Group of Banking Supervisors = OGBS

۶- نوشتار حاضر با فراهم ساختن رهنمودهایی دقیق تر راجع به عوامل اصلی در استانداردهای شناسایی مشتری و شیوه پیاده‌سازی آنها، به اصول مطروحه در مقالات پیشین کمیته بال، استحکام می‌بخشد. در توسعه این اصول راهنما، گروه کاری مزبور از تجارب کشورهای عضو بهره گرفته؛ تحولات رو به رشد نظارتی را مدنظر داشته است. عوامل اصلی ارائه شده در این مقاله، رهنمودهایی هستند که حداقلی از استانداردهای اجرایی را برای بانک‌های تمامی دنیا تشکیل می‌دهند. از این رو ممکن است نیاز به تکمیل و یا تقویت این استانداردها با معیارهای اضافی دیگری باشد. معیارهایی که برای ریسک‌های موجود در موسساتی خاص و یا نظام بانکی یکایک کشورها طراحی شده‌اند. به عنوان مثال در مورد حساب‌هایی که از ریسک بیشتری برخوردارند یا بانک‌هایی که هدف آنها به طور خاص، جذب مشتریان ثروتمند است، نیاز به معیارهای پیشرفته‌تری می‌باشد. در بخش‌های ویژه‌ای از این نوشتار، توصیه‌هایی درخصوص استانداردهای عالی تر شناسایی مشتریان وجود دارد. توصیه‌هایی که در حوزه‌های پرریسک تر یک بانک، کاربرد می‌یابند.

۷- نیاز به وضع استانداردهای دقیق شناسایی مشتریان، محدود به بانک‌ها نیست. به اعتقاد کمیته بال می‌بایست برای کلیه موسسات مالی غیربانکی و واسطه‌های حرفه‌ای خدمات مالی از جمله وکلا و حسابداران، رهنمود مشابهی را تدوین نمود.

ب - اهمیت استانداردهای شناسایی مشتری برای ناظران بانکی و بانکها

۸- گروه ویژه اقدام مالی و نیز دیگر مجامع بین‌المللی، به طور جد در زمینه مباحث مربوط به شناسایی مشتریان فعال بوده و در حال حاضر، توصیه‌های ۴۰ گانه این گروه در زمینه مبارزه با پولشویی^۱، شهرت و کاربردی جهانی یافته‌اند. این مقاله بر آن نیست تا کار آنها را مجدداً تکرار نماید.

۹- از سوی دیگر رویه‌های موثر شناسایی مشتری، ارتباط ویژه‌ای با مباحث ایمنی و سلامت بانکها دارند. زیرا:

❖ آنها به حفظ شهرت بانکها و قابلیت اعتماد به نظام‌های بانکی کمک می‌کنند. این امر از طریق کاهش احتمال سوء استفاده از بانکها در جرایم مالی یا تبدیل آنها به قربانیان این قبیل جرایم و لطمه‌ای که از این حیث به شهرت آنها وارد می‌آید، صورت می‌گیرد.

❖ آنها بخش مهمی از مدیریت موثر ریسک را تشکیل می‌دهند (به عنوان مثال از طریق فراهم ساختن مبنایی برای شناسایی، ایجاد محدودیت و کنترل مقدار منابعی که در معرض ریسک قرار دارند. منابعی از دارایی‌ها و بدهی‌ها که شامل دارایی‌های زیرنظر مدیریت نیز می‌شوند).

۱۰- عدم کفایت یا نبود استانداردهای شناسایی مشتری می‌تواند بانکها را در معرض ریسک‌های جدی مرتبط با مشتریان یا طرف مقابل؛ به خصوص ریسک‌های شهرت، عملیاتی، حقوقی و تمرکز قرار دهد. شایان ذکر است که تمامی ریسک‌های مزبور، با یکدیگر ارتباط متقابل دارند. به همان اندازه که هریک از این عوامل بتوانند هزینه‌های مالی قابل توجهی برای بانکها ایجاد نمایند (به عنوان مثال از طریق بیرون آوردن

۱- توصیه‌های ۱۰ تا ۱۹ گروه ویژه اقدام مالی در پیوست ۲ را ملاحظه فرمایید.

وجوه از بانک‌ها توسط سپرده‌گذاران، حذف تسهیلات بین بانکی، دعاوی مطروحه بر علیه بانک، هزینه‌های تحقیق، مصادره و مسدود کردن دارایی‌ها، و زیان‌های مربوط به اعطای وام)، به همان اندازه نیز مدیریت باید وقت و انرژی قابل ملاحظه‌ای صرف کند تا مشکلات ناشی از آنها را برطرف نماید.

۱۱- ریسک شهرت تهدید مهمی برای بانک‌ها به حساب می‌آید زیرا ماهیت حرفه آنها مستلزم حفظ اعتماد سپرده‌گذاران، بستانکاران و تمامی بازار است. ریسک شهرت را به عنوان پتانسیلی که می‌تواند به شهرت یک بانک - به دلیل عملکرد تجاری و ارتباطات آن و صرف نظر از صحت و سقم آنها - لطمه بزند، تعریف نموده‌اند. این امر موجب سلب اعتماد نسبت به عملکرد صحیح موسسه مذکور می‌شود. بانک‌ها در برابر ریسک شهرت از آسیب‌پذیری خاصی برخوردارند زیرا امکان این که به ابزاری برای انجام فعالیت‌های غیرقانونی از سوی مشتریان خود تبدیل شده یا قربانی این امر شوند؛ به راحتی وجود دارد. آنها می‌بایست با حفظ آمادگی دایمی خود از طریق یک برنامه کارآمد شناسایی مشتری، از خودشان محافظت نمایند. دارایی‌های زیر نظر مدیریت یا آنهایی که به صورت امانی نگهداری می‌شوند می‌توانند مخاطرات ویژه‌ای را برای شهرت بانک فراهم آورند.

۱۲- ریسک عملیاتی را می‌توان به عنوان ریسک زبانی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم ناشی از فرآیندها، افراد و سیستم‌های نامناسب و ناتوان داخلی یا ناشی از رویدادهای خارجی است، تعریف نمود. ریسک‌های عملیاتی موجود در زمینه شناسایی مشتریان، اکثراً مربوط به وجود نقاط ضعف در اجرای برنامه‌ها، رویه‌های ناموثر کنترل و قصور در شناسایی کافی مشتریان از سوی بانک‌ها می‌شوند. شکل‌گیری این برداشت در اذهان مردم که بانک قادر به اداره کارآمد ریسک عملیاتی خود نمی‌باشد، می‌تواند در عملیات تجاری بانک ایجاد اختلال نموده یا اثر نامطلوبی بر روی آن داشته باشد.

۱۳- این احتمال که دعاوی حقوقی، قراردادهای و آرای نامطلوب محاکم قضایی که به نظر غیرقابل اجرا هستند بتوانند در عملیات یا وضعیت یک بانک ایجاد اختلال نموده یا اثر

نامطلوبی بر روی آنها بگذارند به عنوان ریسک حقوقی تعریف شده است. ممکن است بانک‌ها به دلیل قصور در رعایت استانداردهای الزامی شناسایی مشتری یا سهل‌انگاری در اجرای دستورالعمل‌های مربوط به شناسایی کافی مشتریان، در معرض دعاوی حقوقی قرار گیرند. در نتیجه ممکن است بانک‌ها متحمل جریمه‌های مختلف، مسئولیت‌های کیفری^۱ و مجازات‌های ویژه‌ای شوند که از سوی ناظران بانکی وضع شده‌اند. در حقیقت می‌توان گفت کشیده شدن پای یک بانک به دادگاه ممکن است هزینه‌هایی را برای عملیات تجاری آن بانک ایجاد نماید که به مراتب بیشتر از هزینه‌های قانونی مترتب بر آن مورد باشد. در صورتی که بانک‌ها برای احراز هویت مشتریان خود و شناخت حرفه آنها، در عملیات شناسایی کافی مشتریان درگیر نشوند، نخواهند توانست در برابر این قبیل ریسک‌های قانونی، به شکل کارآمدی از خود محافظت نمایند.

۱۴- دغدغه‌های نظارتی پیرامون ریسک تمرکز غالباً مربوط به سمت دارایی‌های ترازنامه است. به عنوان یک شیوه مرسوم، بازرسان می‌بایست نه تنها بانک‌ها را ملزم نمایند که برای شناسایی نقاط تمرکز اعتباری، از سیستم‌های اطلاعاتی لازم برخوردار باشند بلکه اکثراً با وضع محدودیت‌های احتیاطی برای بانک‌ها؛ تخصیص منابع به وام‌گیرندگان منفرد یا گروه‌های مرتبط به هم را محدود می‌سازند. بدون شناخت دقیق مشتریان و روابطی که آنها با دیگر مشتریان دارند، امکان ندارد که یک بانک بتواند ریسک تمرکز خود را اندازه‌گیری نماید. این موضوع به خصوص در مورد طرف‌های مقابلی که به یکدیگر وابستگی دارند^۲ و نیز در زمینه اعطای وام به اشخاص وابسته^۳، مشاهده می‌شود.

۱۵- در رابطه با سمت بدهی‌های ترازنامه، ریسک تمرکز دارای ارتباط نزدیکی با ریسک وجوه^۴ است. به خصوص ریسک مربوط به برداشت پیش از موعد و ناگهانی وجوه

-
- 1 - Criminal Liabilities.
 - 2 - Related Counterparties.
 - 3 - Connected Lending.
 - 4 - Funding risk.

توسط سپرده‌گذاران عمده که می‌تواند عواقب بالقوه زیان‌باری برای نقدینگی بانک ایجاد نماید. بانک‌های کوچک و بانک‌هایی که فعالیت کمتری در بازارهای عمده فروشی دارند، به احتمال زیاد در معرض ریسک وجوه بیشتری نسبت به بانک‌های بزرگ‌تر قرار دارند. تجزیه و تحلیل تمرکز سپرده‌ها مستلزم آن است که بانک‌ها خصوصیات مشتریان خود را بدانند. این امر نه تنها شامل احراز هویت آنها می‌شود بلکه در برگیرنده اقداماتی است که ممکن است در ارتباط با دیگر سپرده‌گذاران باشد. در بانک‌های کوچک، مدیران بخش تعهدات نه تنها می‌بایست مشتریان عمده خود را بشناسند بلکه باید قادر به حفظ روابط نزدیک با آنان باشند چرا که در غیر این صورت ممکن است در مواقع بحرانی، با ریسک از دست دادن وجوه خود مواجه شوند.

۱۶- در بسیاری از مواقع مشتریان در شعب متعدد یک بانک در کشورهای مختلف دارای چندین حساب هستند. برای این که بانک‌ها بتوانند ریسک‌های شهرت، تطبیق و حقوقی برآمده از چنین حساب‌هایی را به شکلی کارآمد مدیریت نمایند می‌بایست قادر به جمع و نظارت بر موجودی و فعالیت‌های قابل توجه حساب‌های مزبور - به صورت کاملاً یکپارچه و در تمامی دنیا - باشند؛ صرف‌نظر از این که این گونه حساب‌ها از اقلام ترازنامه یا اقلام زیرخط ترازنامه هستند، بخشی از دارایی‌های زیر نظر مدیریت بوده و یا مبنایی امانی دارند.

۱۷- کمیته بال و گروه ناظران بانکی برون‌مرزی، هر دو به این موضوع اعتقاد راسخ دارند که لازم است در تمامی دنیا، رویه‌های موثر شناسایی مشتریان بخشی از سیستم‌های مدیریت ریسک و کنترل داخلی بانک‌ها گردد. بازرسان هر کشور مسئولیت دارند تا مطمئن شوند بانک‌ها، دارای حداقلی از استانداردها و کنترل‌های داخلی هستند که به آنها کمک می‌کند شناختی کافی از مشتریان خود بدست آورند. ضوابط اختیاری انجام کار^{۲۰۱} که از سوی سازمان‌ها یا واحدهای صنعتی وضع می‌شوند

روش‌های داوطلبانه و هماهنگ انجام کار = 1 - Voluntary Codes of Conduct

۲- به عنوان مثال می‌توان به "رهنمودهای جامع مبارزه با پولشویی برای بانکداری خصوصی" (Global anti-money laundering guidelines for Private Banking) که به عنوان اصول ولفسبرگ (Wolfsberg) نیز از آن یاد می‌شود، اشاره نمود. این سند در اکتبر سال ۲۰۰۰ میلادی توسط ۱۲ بانک بزرگ که فعالیت زیادی در بانکداری خصوصی دارند، تهیه شده است.

می‌توانند نقشی ارزشمند در تثبیت رهنمودهای نظارتی ایفا نمایند. امری که از طریق
ارائه رهنمودهای عملی به بانک‌ها در زمینه مباحث عملیاتی ممکن می‌شود. لیکن
نمی‌توان چنین اصولی را، جایگزینی برای رهنمودهای رسمی نظارتی به حساب آورد.

پ - عناصر اصلی در استانداردهای شناسایی مشتری

۱۸- رهنمودهای کمیته بال در مورد شناسایی مشتری در قالب ۳ نوشتار ذیل ارائه شده است. این ۳ نوشتار، نشان می‌دهند که چگونه تفکر نظارتی در طی زمان تکامل یافته است. مقاله "پیشگیری از سوء استفاده عوامل جنایتکار از نظام بانکی جهت پولشویی"^۱ (منتشره به سال ۱۹۸۸ میلادی) به بیان اصول اولیه اخلاقی پرداخته؛ بانک‌ها را تشویق می‌نماید تا به منظور شناسایی هویت مشتریان، کاهش مبادلات مشکوک و همکاری با موسسات مجری قانون نسبت به ایجاد رویه‌های مناسب و کارآمد اقدام نمایند. مقاله "اصول اساسی برای نظارت بانکی موثر"^۲ که در سال ۱۹۹۷ میلادی انتشار یافت در بحث گسترده‌تری پیرامون کنترل‌های داخلی، بیان می‌کند که بانک‌ها باید دارای سیاست‌ها، روش‌ها و رویه‌های کافی و مناسب از جمله مقررات شدید "شناسایی مشتری" بوده و به خصوص ناظران بانکی می‌بایست پذیرش توصیه‌های ذریبط - ارائه شده از سوی گروه ویژه اقدام مالی - را مورد تشویق و حمایت خود قرار دهند. این موارد مربوط به شناسایی هویت مشتریان و نگهداری سوابق؛ افزایش پی‌گیری‌ها از سوی موسسات مالی در کشف و گزارش مبادلات مشکوک؛ و اقدامات موثر برای چیدمان روابط با کشورهایی است که اقدامات کافی جهت مبارزه با پولشویی به عمل نیاورده‌اند. مقاله "متدولوژی (روش شناسی) اصول اساسی"^۳ که در سال ۱۹۹۹ انتشار یافت با ارائه فهرستی از برخی معیارهای

-
- 1 - The Prevention of Criminal Use of the Banking System for the Purpose of Money - Laundering.
 - 2 - Core Principles for Effective Banking Supervision.
 - 3 - Core Principles Methodology.

ضروری و تکمیلی دیگر، به شرح بیشتر نوشتار "اصول اساسی (برای نظارت بانکی موثر)" می‌پردازد. (پیوست شماره ۱ گزیده‌های ذریبط از دو مقاله اصول اساسی و متدولوژی آن را ارائه می‌کند).

۱۹- کلیه بانک‌ها می‌بایست دارای سیاست‌ها، روش‌ها و رویه‌های کافی و مناسبی باشند که استانداردهای عالی اخلاقی و حرفه‌ای را در آنها ارتقا بخشیده؛ مانع سوء استفاده عمدی یا غیرعمدی عوامل جنایتکار از بانک شوند^۱. در تدوین برنامه‌های شناسایی مشتری، بانک‌ها می‌بایست عوامل کلیدی خاصی را مدنظر داشته باشند. این عوامل ضروری می‌بایست از مدیریت ریسک بانک‌ها و رویه‌های کنترل شروع شده و موارد ذیل را در برگیرند:

(۱) خط مشی پذیرش مشتری

(۲) شناسایی هویت مشتری

(۳) نظارت مستمر بر روی حساب‌های پر ریسک

(۴) مدیریت ریسک

بانک‌ها نه تنها باید هویت مشتریان خود را احراز نمایند بلکه لازم است بر فعالیت حساب آنها نیز نظارت کنند تا بدین وسیله به تعیین آن دسته از مبادلاتی بپردازند که با وضع معمول یا مورد انتظار آن مشتریان یا نوع حساب آنها هم‌خوانی ندارند. باید شناسایی مشتری ویژگی اصلی رویه‌های کنترلی و مدیریت ریسک بانک‌ها باشد و لازم است این مهم، به وسیله حسابرسی داخلی و انجام بررسی‌های تطبیقی منظم تکمیل گردد. میزان استفاده از برنامه‌های شناسایی مشتری - افزون بر عوامل ضروری فوق - می‌بایست متناسب با درجه ریسک هر بانک طراحی و تدوین شود.

۱- خط مشی پذیرش مشتری

۲۰- لازم است بانک‌ها در زمینه پذیرش مشتریان، به ایجاد سیاست‌ها و رویه‌هایی روشن

۱- مقاله "متدولوژی اصول اساسی"، معیار اصلی شماره ۱.

پیردازند. سیاست‌ها و رویه‌هایی که مشتمل بر توصیف انواع مشتریانی است که احتمال می‌رود ریسکی بیشتر از حد معمول برای یک بانک ایجاد نمایند. برای تدوین چنین سیاست‌هایی لازم است به عواملی همچون پیشینه مشتری، موطن اصلی^۱، پست دولتی یا منصب عالی وی، حساب‌های مرتبط، فعالیت‌های تجاری یا دیگر شاخص‌های ریسک توجه نمود. در زمینه پذیرش مشتری، بانک‌ها باید اقدام به توسعه سیاست‌ها و رویه‌های طبقه‌بندی شده‌ای نمایند که خواستار کسب شناختی دقیق‌تر از مشتریان پر ریسک‌تر بانک هستند. به عنوان مثال ممکن است سیاست‌های مزبور- برای فرد کارگری که موجودی حساب وی اندک است - فقط اعمال اصلی‌ترین الزامات افتتاح حساب را لازم بدانند. توجه به این نکته ضروری است که سیاست پذیرش مشتری نباید به قدری سختگیرانه باشد که امکان دسترسی عموم مردم به خدمات بانکی را از آنان سلب نماید. رعایت این امر به خصوص در مورد افرادی که فاقد جایگاه اجتماعی یا مالی خاصی هستند، اهمیت می‌یابد.

از سوی دیگر، شناخت بسیار عمیق از فردی که خالص موجودی حساب وی زیاد بوده، ولی منشاء وجوه او نامشخص است، امری ضروری خواهد بود. تصمیم‌گیری راجع به برقراری روابط تجاری با مشتریان پر ریسکی همچون مقامات سیاسی (بخش ۲-۲-۵ را مشاهده نمایید)، باید منحصراً در سطح مدیریت ارشد بانک اتخاذ شود.

۲- شناسایی هویت مشتری

۲۱- در استانداردهای شناسایی مشتری، تعیین هویت مشتریان عاملی ضروری به حساب می‌آید. منظور

از مشتری در این مقاله، افراد ذیل می‌باشند:

❖ فرد یا شخصی که در یک بانک دارای حساب بوده یا به نمایندگی از وی، حسابی افتتاح

شده است (یعنی ذینفعان اصلی)؛

❖ اشخاص ذینفع در مبادلات انجام شده توسط موسسات واسطه حرفه‌ای

1 - Country of Origin = کشور مبدا

❖ هر فرد یا شخصی که مرتبط با مبادله‌ای مالی است. مبادله‌ای که می‌تواند ریسک شهرت و یا سایر ریسک‌ها را برای بانک در پی داشته باشد.

۲۲- لازم است بانک‌ها برای شناسایی مشتریان جدید اقدام به ایجاد رویه‌ای نظام‌مند نموده، تا زمانی که به شکلی قابل قبول، هویت مشتریان جدید را احراز نکرده‌اند نباید با آنها رابطه بانکی برقرار نمایند.

۲۳- باید بانک‌ها برای شناسایی مشتریان و اشخاصی که به نمایندگی از آنها عمل می‌شود، خط‌مشی‌هایی را وضع و اعمال نمایند^۱. برای تایید هویت مشتریان، بهترین مستندات آنهایی هستند که جعل و تهیه غیرقانونی آنها بسیار مشکل باشد. لازم است در مورد مشتریان غیر مقیم، دقت خاصی را مبذول داشت و در هیچ موردی نباید بانک رویه‌های شناسایی مشتری را فقط به این دلیل که مشتری جدید قادر به معرفی خود جهت مصاحبه نیست، رها نماید. باید بانک این سوال را همواره از خود بپرسد که چرا مشتری تصمیم گرفته است در قلمرو یک حکومت خارجی، اقدام به افتتاح حساب نماید.

۲۴- به طور طبیعی فرآیند شناسایی مشتری از ابتدای برقراری رابطه با آنها شروع می‌شود. برای اطمینان از این که سوابق به روزآوری شده و مرتبط هستند لازم است بانک‌ها خود را متعهد بدانند که سوابق موجود را به طور منظم مورد بازبینی قرار دهند^۲. زمان مناسب برای انجام این گونه بازبینی‌ها مواقعی است که نقل و انتقال مهمی انجام شده یا استانداردهای موجود در زمینه مستندسازی سوابق مشتریان، تغییر قابل ملاحظه‌ای نموده و یا هنگامی که تغییر مهمی در نحوه عملکرد یک حساب پدید آمده

۱- متدولوژی اصول اساسی، معیار اصلی شماره ۲.

۲- در حال حاضر، گروه ویژه اقدام مالی مشغول بررسی کاربرد استانداردهای جدید شناسایی مشتری برای حساب‌های موجود می‌باشد.

باشد. با وجود این، هر زمان که بانک آگاه شود فاقد اطلاعات کافی درخصوص یکی از مشتریان خود می‌باشد لازم است برای اطمینان از کسب اطلاعات ذیربط، اقدامات لازم را با سرعت هرچه تمامتر به عمل آورد.

۲۵- بانک‌هایی که به ارائه خدمات بانکی خصوصی اشتغال دارند به طور خاصی در معرض ریسک شهرت قرار داشته و بنابراین می‌بایست برای انجام چنین عملیاتی، از روش‌های پیشرفته شناسایی مشتری استفاده نمایند. ممکن است حساب‌های بانکی خصوصی که ماهیت آنها مستلزم رعایت ابعاد وسیعی از جوانب رازداری است به نام یک فرد، یک موسسه تجاری، یک تراست^۱، یک موسسه واسطه یا یک شرکت سرمایه‌گذاری شخصی افتتاح شوند. چنانچه بانک با جدیت از رویه‌های ایجاد شده شناسایی مشتری پیروی ننماید ممکن است هر یک از این موارد، به ایجاد ریسک شهرت برای بانک بیانجامد. لازم است کلیه مشتریان و حساب‌های جدید، حداقل به وسیله یک نفر که از جایگاه مناسبی نیز برخوردار است، تایید شوند. این فرد نباید مدیر روابط بانکی خصوصی^۲ باشد. چنانچه برای حفظ اسرار محرمانه مشتریان خدمات خصوصی بانکی و حرفه آنها، تدابیر ویژه حفاظتی در درون بانک اندیشیده شده باشد باز هم بانک‌ها باید مطمئن شوند که درخصوص این مشتریان و حرفه آنها، می‌توان حداقلی از نظارت و بررسی‌های دقیق را (مشابه سایر مشتریان) به کار برد. به عنوان مثال برای بررسی آنها توسط حسابرسان و کارکنان بخش تطبیق، نباید هیچ مانعی وجود داشته باشد.

۲۶- بانک‌ها باید با وضع استانداردهایی روشن، مشخص نمایند که در مورد هویت مشتریان و مبادلات فردی آنها، به حفظ چه سوابقی نیاز دارند و نیز مدت نگهداری از سوابق مذکور چقدر باید باشد^۳. انجام چنین عملی ضروری است تا بدین وسیله بانک

1 - Trust.

2 - Private Banking Relationship Manager.

۳- متدولوژی اصول اساسی، معیار اصلی شماره ۲.

بتواند بر روابط خود با مشتریان نظارت نموده، از زمینه شغلی آنها آگاهی یابد. نیز در صورت ضرورت و به هنگام طرح دعاوی و یا انجام اقدامات قضایی یا تحقیقات مالی؛ شواهدی را فراهم آورد که ممکن است به تعقیب کیفری^۱ بیانجامد. به عنوان نقطه شروع در فرآیند شناسایی هویت مشتری و در ادامه این فرآیند، لازم است بانکها نسبت به اخذ اوراق شناسایی هویت مشتریان و نگهداری رونوشت از آنها - حداقل به مدت ۵ سال پس از بسته شدن حساب - اقدام نمایند. همچنین آنها می‌بایست سوابق کلیه مبادلات مالی را - حداقل به مدت ۵ سال پس از انجام مبادله - حفظ نمایند.

۲-۱- الزامات کلی برای شناسایی هویت مشتریان

۲۷- باید بانکها کلیه اطلاعات ضروری را بدست آورند تا بدین وسیله بتوانند با اطمینان کامل، هویت هر مشتری جدید و قصد و نیت اصلی وی از برقراری روابط تجاری را احراز نمایند. نوع و مقدار این اطلاعات، بستگی به نوع متقاضی (شخصی، شرکتی و غیره) و اندازه مورد انتظار از آن حساب دارد. در هر کشور، ناظران بانکی تشویق می‌شوند تا در خصوص تدوین رویه‌های شناسایی مشتریان، رهنمودهایی را برای بانکها فراهم آورند. این کارگروه بر آن است تا عوامل ضروری مربوط به الزامات شناسایی مشتریان را بسط و توسعه دهد.

۲۸- پس از افتتاح یک حساب، چنانچه در خصوص تایید هویت صاحب آن، مشکلاتی بروز نماید که نتوان آنها را برطرف نمود لازم است بانک نسبت به بستن حساب مزبور و بازگرداندن وجوه حساب به مبدأ اولیه آن، اقدام نماید.^۲

۲۹- هرچند انتقال وجوه از حساب مفتوح مشتری در بانک دیگری که از استاندارد مشابهی در زمینه شناسایی مشتری پیروی می‌کند، می‌تواند اطمینانبخش باشد لیکن بانکها

1 - Criminal Prosecution.

۲- بسته به نوع قوانین مربوط به کنترل مبادلات مشکوک در هر کشور.

باید این احتمال را بدهند که ممکن است مدیربخش حساب‌ها (تجهیز منابع) در بانک پیشین - به دلیل نگرانی از فعالیت‌های مشکوک حساب مزبور - درخواست بستن آن را مطرح نموده باشد. بالطبع مشتریان از این حق برخوردارند که فعالیت‌های کاری خود را از بانکی به بانک دیگر منتقل نمایند. اما اگر یک بانک دلیلی دارد که نشان می‌دهد درخواست مشتری برای دریافت تسهیلات بانکی^۱ از سوی بانک دیگر رد شده است، باید در مورد آن مشتری، از رویه‌های پیشرفته شناسایی مشتریان استفاده کند.

۳۰- بانک‌ها نباید به هیچ عنوان برای فردی که اصرار به گمنامی^۲ خویش داشته یا خود را با نامی جعلی^۳ به بانک معرفی می‌کند اقدام به افتتاح حساب نموده و یا به همکاری با وی ادامه دهند. همچنین نباید حساب‌های محرمانه کدگذاری شده^۴، همچون حساب‌های ناشناس عمل نمایند بلکه برای آنها می‌بایست از رویه‌های شناسایی مشتری - مشابه آنچه که در خصوص حساب‌های دیگر مشتریان استفاده می‌شود - بهره گرفت حتی اگر برای به کارگیری رویه‌های مزبور، از کارکنان ویژه‌ای استفاده شود. هرچند یک حساب کدگذاری شده، حفاظت بیشتری را برای هویت صاحب حساب فراهم می‌آورد لیکن لازم است هویت وی برای تعدادی مکفی از کارکنان، شناخته شده باشد تا از این رهگذر بتوانند فرآیند شناسایی مشتری را در مورد وی، به نحو مقتضی به اجرا در آورند. تحت هیچ شرایطی نباید از این قبیل حساب‌ها، برای کتمان هویت مشتریان از بازرسان یا کارکنان بخش تطبیق یک بانک استفاده نمود.

1 - Banking facilities.

2 - Anonymity.

3 - Fictitious Name.

4 - Confidential Numbered Accounts.

۵- در یک حساب کدگذاری شده (Numbered Account)، نام ذینفع اصلی برای بانک مشخص است اما در سایر اسناد، یک شماره حساب یا کد جایگزین آن شده است.

۲-۲- مباحث ویژه در مورد شناسایی هویت مشتری

۳۱- در خصوص شناسایی هویت مشتری، مباحث مشروح دیگری وجود دارد که باید به آن پرداخته شود. در حال حاضر گروه ویژه اقدام مالی به عنوان بخشی از بازنگری کلی در توصیه‌های ۴۰ گانه خود، برخی از این مباحث را در دست بررسی دارد. در ضمن این کارگروه نیز به اهمیت همخوانی اقدامات خود با یافته‌های گروه ویژه اقدام مالی واقف است.

۲-۲-۱- حساب‌های امانی^۱، اسمی^۲ و وکالتی^۳

۳۲- ممکن است برای فرار از رویه‌های شناسایی هویت مشتریان؛ از حساب‌های امانی، اسمی و وکالتی استفاده شود. هرچند ممکن است فراهم ساختن لایه‌های حفاظتی بیشتر که تحت شرایطی خاص و به منظور حفظ اسرار محرمانه مشتریان قانونی در بانکداری خصوصی اندیشیده می‌شود؛ امری قانونی باشد لیکن درک رابطه صحیح در این زمینه ضروری است. بانک‌ها باید این موضوع را مشخص نمایند که آیا مشتری مذکور، نام مشتری دیگری را بر خود نهاده است یا او را جلو فرستاده‌اند و یا این که وی تحت عنوان امین، نماینده یا واسطه‌های دیگر، نمایندگی فرد دیگری را برعهده دارد. در این صورت لازم است راجع به هویت تمامی افراد واسطه و اشخاصی که به نمایندگی از آنها عمل می‌نمایند و نیز جزییات مربوط به جوانب مختلف ترتیبات امانی مذکور یا سایر ترتیبات موجود در این زمینه، مدارک و شواهد کافی اخذ شود. در تعیین ماهیت

1 - Trust Account = حساب امانی

2 - Nominee Account = حساب اسمی، حساب صوری

3 - Fiduciary Account = حساب وکالتی

یک تراست^۱، لازم است هویت اعضای هیات امنا، واگذارنده^۲ و اشخاص ذینفع به طور ویژه مورد بررسی قرار گیرد^۳.

۲-۲-۲- عناوین شرکتی^۴

۳۳- لازم است بانکها مواظب باشند که اشخاص حقیقی، از شرکت‌های تجاری به عنوان ابزاری برای بهره‌برداری از حساب‌های ناشناس استفاده نکنند. ممکن است شرکت‌های سرمایه‌گذار در زمینه دارایی‌های شخصی^۵ از جمله شرکت‌های تجاری بین‌المللی، در فرآیند شناسایی مناسب هویت مشتریان یا ذینفعان اصلی، ایجاد اختلال نمایند. باید بانکها، ساختار شرکت را درک و منابع تامین وجوه را تعیین نموده؛ هویت ذینفعان اصلی و افرادی را که روی این منابع کنترل دارند، شناسایی نمایند.

۳۴- لازم است در انجام مبادلات تجاری با شرکت‌هایی که دارای سهامداران اسمی^۶ بوده یا سهام آنها بی‌نام می‌باشد^۷، دقت خاصی را مبذول داشت. باید راجع به هویت ذینفعان اصلی در تمامی این قبیل شرکت‌ها، مدارک کافی بدست آورد. در مورد اشخاصی که صاحب بخش

1 - Trust.

2 - Settlers/Grantors.

۳- لازم است به هنگام تعریف، هویت اشخاص ذینفع را تا آنجا که ممکن است، شناسایی نمود. این امر مشخص شده است که هویت اشخاص ذینفع در تراست‌ها را نمی‌توان از همان ابتدا به طور دقیق تعیین نمود. به عنوان مثال، ممکن است بعضی از اشخاص ذینفع، نسلی باشند که هنوز به دنیا نیامده‌اند یا قرار گرفتن آنها در جمع افراد ذینفع، مشروط به تحقق شرایط خاصی باشد. به علاوه، ممکن است در مورد اشخاص ذینفعی که به طبقاتی خاص تعلق دارند (به عنوان مثال صندوق‌های بازنشستگی کارکنان)، رفتاری مشابه با آنچه که در خصوص حساب‌های مشترک (Pooled Accounts) اعمال می‌شود، در پیش گرفته شود، درست همان‌گونه که در پاراگراف ۳۸ این مجموعه به آن اشاره شده است.

4 - Corporate Vehicles = پوشش شخصیت‌های حقوقی (استفاده ابزاری از شرکت‌ها)

5 - Personal Asset Holding Vehicles.

6 - Nominee Shareholders.

7 - Shares in bearer form.

قابل توجهی از سرمایه به شکل سهام بی نام هستند، می بایست دقت بیشتری اعمال شود. ممکن است یک بانک از نقل و انتقال سهام های بی نام کاملاً بی خبر باشد. بانک ها وظیفه دارند تا برای نظارت بر هویت ذینفعان اصلی مهم^۱، رویه های مطمئن و مناسبی را ایجاد نمایند. ممکن است این امر مستلزم جلوگیری از نقل و انتقال سهام های مزبور باشد. به عنوان مثال از طریق نگهداری آنها در صندوق امانات (نزد بانک).

۳-۲-۲- اشخاص تجاری (حقیقی، حقوقی) معرفی شده^۲

۳۵- استفاده از رویه های شناسایی مشتری، ممکن است وقت گیر باشد. از سوی دیگر، یک گرایش کلی وجود دارد که در پی کاهش مشکلات مشتریان جدید به حداقل ممکن است. از این رو در برخی کشورها، این امر در بین بانک ها متداول شده است که به هنگام ارجاع امور تجاری یک شخص (حقیقی، حقوقی) به آنها، به اقدامات انجام شده از سوی واحدهای معرف یا سایر بانک ها تکیه نمایند. در صورت انجام چنین امری، بانک ها با اتکای بیش از حد به رویه های شناسایی مشتریان - که انتظار دارند واحدهای معرف، آنها را به اجرا در آورده باشند - ریسک می کنند. اتکا به اقدامات انجام شده از سوی یک معرف (در زمینه شناسایی مشتری) - حتی اگر مشهور هم باشد - به هیچ وجه مسئولیت نهایی در خصوص شناسایی هویت مشتریان و حرفه آنها را، از بانک استفاده کننده^۳ سلب نمی کند. به خصوص به هیچ وجه نباید به اقدامات انجام شده از سوی معرفی کننده اعتماد نمود که از استانداردهایی ضعیف تر بهره می گیرند و یا تمایلی به مبادله سوابق مشتریان ندارند.

۳۶- کمیته بال توصیه می نماید آن گروه از بانک هایی که از نتایج کار واحدهای معرف

1 - Material beneficial owners.

2 - Introduced Business = اتکا به شخص ثالث، اتکا به

معرفی شخص ثالث در انجام امور تجاری

3 - Recipient Bank = بانک دریافت کننده

استفاده می‌کنند باید به دقت این موضوع را مورد ارزیابی قرار دهند که آیا معرفی‌کنندگان "قابل و شایسته" هستند و آیا در انطباق با استانداردهای تدوین شده در این نوشتار، اقدامات لازم برای شناسایی کافی مشتریان را اجرا می‌نمایند. مسئولیت نهایی شناسایی مشتریان، همواره برعهده بانک است. برای تبیین این موضوع که آیا می‌توان به یک معرف اتکا نمود یا خیر، بانک‌ها باید از معیارهای ذیل استفاده کنند^۱:

❖ معرف مزبور می‌بایست از حداقل روش‌های شناسایی کافی مشتریان که در این مقاله مطرح شده‌اند، پیروی کند.

❖ رویه‌های مورد استفاده معرف در زمینه شناسایی کافی مشتریان می‌بایست به توانمندی رویه‌هایی باشد که بانک برای شناسایی مشتریان خود مورد استفاده قرار می‌دهد.

❖ بانک می‌بایست نسبت به اعتبار سیستم‌هایی که معرف جهت تأیید هویت مشتری از آنها استفاده می‌کند، اطمینان یابد.

❖ لازم است بانک با معرف به این توافق برسد که در هر مرحله تشخیص داد صحت روش‌های مورد استفاده معرف در شناسایی مشتری را مورد بررسی قرار دهد.

❖ واحد معرف باید بلافاصله کلیه اطلاعات و اسناد مربوط به هویت مشتری را در اختیار بانک قرار دهد. بانک نیز باید به دقت به بررسی این اسناد بپردازد. ناظران بانکی، واحدهای اطلاعات مالی^۲، یا سایر واحدهای هم‌ارز اجرایی که از اختیارات لازم قانونی برخوردارند می‌بایست برای انجام بررسی‌های معمول خود، به این اسناد دسترسی داشته باشند. علاوه بر این بانک‌ها باید با انجام بررسی‌های ادواری، اطمینان یابند معرفی که به وی اعتماد کرده‌اند همچنان در انطباق با معیارهای فوق‌الذکر عمل می‌کند.

۱- در حال حاضر، کمیته ویژه اقدام مالی (FATF) مشغول بررسی ضوابط مربوط به صلاحیت معرفین واجد شرایط است.

۴-۲-۲- حساب‌هایی که به وسیله واسطه‌های حرفه‌ای^۱ برای مشتریان باز می‌شود.

۳۷- هنگامی که یک بانک بنابه ادله یا شواهدی، اعتقاد دارد حساب باز شده از سوی یک واسطه حرفه‌ای، به نمایندگی از یک مشتری مشخص^۲ می‌باشد، باید هویت وی را احراز نماید.

۳۸- بانک‌ها اغلب اقدام به نگهداری حساب‌های مشترکی^۳ می‌نمایند که به وسیله واسطه‌های حرفه‌ای و به نمایندگی از واحدهایی همچون صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشاع^۴، صندوق‌های بازنشستگی^۵ و صندوق‌های پولی^۶ مدیریت می‌شوند. بانک‌ها همچنین اقدام به نگهداری حساب‌های مشترک دیگری می‌نمایند که به وسیله وکلا یا کارگزاران بورس^۷ اداره می‌شوند. این حساب‌ها بیانگر وجوهی هستند که به عنوان سپرده یا در قالب حساب واسطه^۸ و برای طیفی از مشتریان نگهداری می‌شوند. در مواقعی که وجوه نگهداری شده از سوی موسسه واسطه در یک بانک، با یکدیگر ترکیب نشده‌اند بلکه در قالب حساب‌هایی فرعی^۹، هر یک از آنها را می‌توان به ذینفع خاصی نسبت داد؛ لازم است هویت کلیه افراد ذینفع در آن حساب مشترک را احراز نمود.

1 - Professional Intermediaries.

2 - A Single Client.

3 - Pooled Accounts = حسابهای مشترک، حسابهای جمعی

4 - Mutual Funds = صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک، صندوق‌های سرمایه‌گذاری

5 - Pension Funds = صندوق‌های بازنشستگی

6 - Money Funds = صندوق‌های پولی، صندوق‌های ذخیره، صندوق‌های سرمایه‌گذاری بازار پول

7 - Stockbrokers = دلالان بورس

8 - Escrow.

9 - Sub - Accounts = حسابهای معین

۳۹- در مواقعی که وجوه در هم آمیخته شده‌اند، بررسی اجمالی ذینفعان اصلی از سوی بانک کفایت می‌نماید. در برخی شرایط ممکن است برای شناسایی عوامل و اشخاصی که پشت سر واسطه قرار دارند، نیازی به انجام تحقیقات از سوی بانک نباشد. به عنوان مثال، هنگامی که موسسه مزبور از قوانین و رویه‌های مشابهی درخصوص نظارت و پول‌شویی پیروی می‌کند. به خصوص در مواقعی که آن موسسه جهت شناسایی مشتریان (با توجه به وضعیت مشتری) از استانداردهای مشابه آنچه که مورد استفاده بانک مزبور می‌باشد، بهره می‌گیرد. لازم است در هر کشور، رهنمودهای نظارتی به تبیین واضح شرایطی بپردازند که تحت آن شرایط، به تحقیق بانک و رای واسطه نیاز نمی‌باشد. بانک‌ها باید فقط در شرایطی اقدام به افتتاح چنین حساب‌هایی نمایند که بتوانند ثابت کنند موسسه واسطه در زمینه شناسایی مشتریان، از فرآیندی موثر برخوردار بوده و برای تعیین سهم ذینفعان از حساب‌های مشترک، سیستم‌ها و کنترل‌های لازم را دارا می‌باشد. برای این که بانک بتواند فرآیند مورد استفاده از سوی واسطه (جهت شناسایی مشتریان) را مورد ارزیابی قرار دهد باید از معیارهای مطروحه در بند ۳۶ این نوشتار استفاده نماید. این امر می‌بایست با توجه به نوع شخص تجاری معرفی شده و به منظور تعیین میزان اعتماد به اقدامات انجام شده از سوی واسطه انجام پذیرد.

۴۰- در مواقعی که اشخاص واسطه اجازه ندارند اطلاعات درخواستی راجع به ذینفعان را در اختیار بانک قرار دهند به عنوان مثال وکلایی^۱ که خود را موظف به رعایت اصول حرفه‌ای درخصوص حفظ اسرار مشتریان می‌دانند یا زمانی که موسسه واسطه از استانداردهای شناسایی مشتریان- مشابه آنچه که در این نوشتار مطرح شده است - پیروی نمی‌کند یا الزامات قوانین جامع مبارزه با پولشویی را نادیده می‌گیرد؛ بانک نیز می‌بایست از افتتاح حساب برای آن واسطه امتناع نماید.

۱- در حال حاضر، کمیته ویژه اقدام مالی (FATF) مشغول بازبینی رویه‌های شناسایی مشتریان برای حساب‌هایی است که توسط وکلا و به نمایندگی از مشتریان افتتاح می‌شوند.

۵-۲-۲- مقامات سیاسی^۱

۴۱- برقراری روابط کاری با اشخاصی که دارای مناصب مهم دولتی هستند و نیز با افراد یا شرکت‌هایی که روابط آشکاری با آن‌ها دارند می‌تواند بانک را در معرض ریسک‌های شهرت و یا حقوقی عمده‌ای قرار دهد.

مقامات سیاسی افرادی هستند که وظایف دولتی مهمی همچون ریاست یک وزارتخانه یا هیات وزیران به آنان واگذار شده‌است. نیز سیاستمداران بلندپایه؛ مقامات ارشد قضایی، کشوری و لشکری؛ مدیران عالی رتبه شرکت‌های دولتی و مقامات بلندپایه احزاب سیاسی از جمله این افراد هستند. همیشه این احتمال وجود دارد که چنین اشخاصی - به خصوص در کشورهایی که فساد اداری در آن‌ها گسترش فراوانی دارد- با سوء استفاده از اختیارات دولتی خود و از طریق دریافت رشوه و یا اقدام به اختلاس و غیره؛ سعی در بهبود وضعیت مالی خویش به شکلی غیرقانونی نمایند.

۴۲- قبول وجوه از مقامات سیاسی فاسد و مدیریت این وجوه، خساراتی جدی برای شهرت بانک در پی خواهد داشت. این امر می‌تواند به اعتماد عمومی نسبت به رعایت استانداردهای اخلاقی از سوی تمامی بخش‌های واحد مالی، لطمه وارد آورد زیرا چنین مواردی همیشه مورد توجه گسترده رسانه‌های عمومی قرار گرفته، انعکاس سیاسی وسیعی خواهند یافت حتی اگر اثبات منشاء غیرقانونی دارایی‌های مذکور، همراه با مشکلاتی باشد. به علاوه ممکن است بانک مزبور در معرض درخواست‌های پرهزینه اطلاعاتی و احکام مصادره اموال، صادره از سوی مراجع قضایی یا مقامات اجرای قانون (موضوع توافقاتی همچون آیین نامه‌های مربوط به همکاری‌های دو جانبه بین‌المللی در زمینه امور جنایی) قرار گرفته، مسئول خسارات وارده به منافع دولت یا قربانیان یک رژیم سیاسی شمرده شود. چنانچه بانک مزبور، مقامات ارشد آن و یا خود کارکنان بدانند یا احتمال بدهند که برخی از وجوه، از فساد یا دیگر جرایم مهم نشأت می‌گیرند، ممکن است در برخی شرایط، خود نیز در مظان اتهام به پول‌شویی قرار گیرند.

1- Politically Exposed Persons (PEPs) = چهره‌های سرشناس سیاسی

۴۳- در انطباق با کنوانسیون^۱ بین‌المللی ذریبط^۲، اخیراً برخی از کشورها اقدام به اصلاح قوانین و مقررات خود نموده یا در صدد انجام این مهم هستند به گونه‌ای که فساد موثر^۳ مقامات عالی‌رتبه دولتی و کارکنان دولت‌های خارجی را، عملی جنایی قلمداد نمایند. در قلمرو این حکومت‌ها، فساد خارجی را به عنوان یک «جرم منشا»^{۴، ۵} برای پولشویی در نظر می‌گیرند و از این‌رو، از تمامی قوانین و مقررات مربوط به پولشویی استفاده می‌کنند (از جمله گزارش مبادلات مشکوک، منع اطلاع به مشتری^۶، مسدود کردن وجوه^۷ و غیره). حتی اگر در قوانین جنایی، مبانی قانونی صریحی در این مورد وجود نداشته باشد بدیهی است در صورتی که بانک بداند یا احتمال دهد که وجوه

۱ - Convention = پیمان، میثاق، کنوانسیون

۲- به کنوانسیون سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) در مورد «مبارزه با ارتشای مقامات دولت‌های خارجی در مبادلات تجاری بین‌المللی» که در کنفرانس تبادل نظر (Negotiating Conference)، مورخ ۲۱ نوامبر سال ۱۹۹۷ میلادی به تصویب رسید، مراجعه نمایید.

3 - Active Corruption.

4 - Predicate Offence.

۵- گزارش گروه ویژه اقدام مالی برای مبارزه با پولشویی، هرگونه جرایم مرتبط با قاچاق مواد مخدر، جرایم جدی، جرایمی که مبالغ قابل توجهی عایدات حاصل می‌کنند یا بعضی از جرایم جدی خاص را به عنوان جرم منشا معرفی می‌کند. جرایم منشا در قوانین مبارزه با پولشویی کشورهای مختلف نیز تعریف شده‌است. برای مثال، در انگلستان قاچاق مواد مخدر و تروریسم، جرایم منشا پولشویی است. ایالات متحده آمریکا علاوه بر تولید و قاچاق مواد مخدر، فعالیت‌های غیرقانونی مانند رشوه‌خواری، جعل اسناد، تقلب در اوراق بهادار، تقلب در امور بانکی و گمرک، جاسوسی، آدم‌ربایی و کلاهبرداری پستی و تلگرافی رانیز به عنوان جرایم منشا پولشویی در نظر گرفته‌است.

باتوجه به مستندات جهانی و قوانین کشورهای مختلف در زمینه مبارزه با پولشویی، عوامل زیر در تعیین جرایم منشا جرم پولشویی موثر است:

- ایجاد مبالغ قابل توجه یا قابل تبدیل به وجه نقد؛
- ارتباط با جرم قاچاق مواد مخدر؛
- نقض جدی نظم بین‌المللی؛
- ارتباط با سازمان‌ها یا فعالیت‌های جرایم سازمان‌یافته؛
- خدشه‌وارد ساختن به اعتبار نظام بانکی و سایر موسسات مالی غیربانکی.

لازم به ذکر است براساس مستندات جهانی، قاچاق مواد مخدر مهم‌ترین جرم منشا پولشویی است.

6 - Prohibition on informing the customer.

7 - Internal freeze of funds.

مزبور، ناشی از فساد یا سوء استفاده از اموال عمومی است، برقراری یا حفظ روابط کاری با این اشخاص، امری نامطلوب و غیراخلاقی بوده؛ با انجام درست و مناسب عملیات بانکی سازگاری ندارد. اگر بانکی در نظر دارد نسبت به برقراری روابط با شخصی که احتمال می‌دهد یک مقام سیاسی است، اقدام نماید شناسایی هویت کامل آن فرد، امری ضروری خواهد بود همان‌گونه که شناسایی کامل افراد و شرکت‌هایی که دارای روابط آشکاری با وی هستند نیز، حایز اهمیت می‌باشد.

۴۴- به منظور تعیین این موضوع که آیا یک مشتری جدید دارای منصبی سیاسی است یا خیر، بانک‌ها می‌بایست نسبت به جمع‌آوری اطلاعات کافی در مورد او اقدام نموده و پیش از پذیرش یک صاحب‌منصب سیاسی، راجع به منبع وجوه وی تحقیق کنند. تصمیم‌گیری راجع به افتتاح حساب برای مقام‌های سیاسی، می‌بایست در سطح مدیریت ارشد بانک گرفته شود.

۶-۲-۲- مشتریان غیر حضوری^۱

۴۵- تعداد تقاضا از بانک‌ها جهت افتتاح حساب به نمایندگی از مشتریانی که برای انجام مصاحبه فردی در بانک حضور نمی‌یابند، روز به روز در حال افزایش است. این موضوع در خصوص مشتریان غیرمقیم^۲ همواره امری عادی بوده است لیکن همزمان با وقوع پیشرفت‌های حاصله اخیر در زمینه بانکداری پستی، الکترونیکی و تلفن‌بانک، درخواست‌هایی از این دست نیز به شدت افزایش یافته‌اند.

در مورد مشتریان غیر حضوری، بانک‌ها باید از استانداردهای نظارتی جاری و روش‌های کارآمد شناسایی مشتری - درست مشابه آنچه که در خصوص مشتریان حضوری به کار می‌گیرند - استفاده نمایند. یکی از مباحث موجود در این زمینه امکان‌تایید

1- Non-face-to-face customers.

2- Non-resident customers.

مستقل فرد از سوی یک شخص ثالث مشهور^۱ است. کمیته ویژه اقدام مالی، مبحث شناسایی هویت مشتریان غیر حضوری را به طور کامل مورد بحث و بررسی قرار داده است. همچنین این موضوع در متنی که به منظور اصلاح دستورالعمل جامعه اقتصادی اروپا (منتشره به سال ۱۹۹۱ میلادی) در دست تهیه است، مورد مطالعه قرار گرفته است.

۴۶- نمونه بارز مشتری غیر حضوری، فردی است که می‌خواهد از طریق اینترنت یا فناوری مشابه آن، از خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده نماید. در حال حاضر، بانکداری الکترونیکی به ارائه طیف وسیعی از محصولات و خدماتی می‌پردازد که از طریق شبکه‌های مخابراتی راه‌دور؛ قابل ارائه هستند. ماهیت غیرفردی^۲ و فرامرزی^۳ بانکداری الکترونیکی - در ترکیب با سرعت بالای مبادلات - به طور حتم مشکلاتی را در فرآیند شناسایی مشتریان و تایید هویت آنان ایجاد می‌کند. در نتیجه به عنوان یک خط مشی اساسی، ناظران بانکی انتظار دارند بانک‌ها به ارزیابی فعالانه ریسک‌هایی بپردازند که در فناوری‌های جدید نهفته است و در رابطه با چنین ریسک‌هایی، رویه‌هایی را برای شناسایی هویت مشتریان تدوین و طراحی نمایند.^۴

۴۷- حتی اگر بتوان در خصوص هویت مشتریان حضوری^۵ و غیرحضوری، مدارک مشابهی را اخذ نمود باید دانست که مشکل اصلی در مورد مشتریان غیرحضوری، تطبیق آنان با مستندات مزبور است. تایید هویت مشتریان در بانکداری الکترونیکی و تلفبانک، از این هم مشکل‌تر می‌شود.

۴۸- در کار با مشتریان غیر حضوری:

- لازم است بانک‌ها برای شناسایی هویت مشتریان، از همان رویه‌های کارآمدی استفاده نمایند که در خصوص مشتریان حضوری به کار می‌گیرند.

1 - Reputable third party.

2 - Impersonal.

3 - Borderless.

۴- در ماه می سال ۲۰۰۱ میلادی، گروه بانکداری الکترونیکی کمیته بال اقدام به انتشار مقاله‌ای راجع به «اصول مدیریت ریسک برای بانکداری الکترونیکی» نمود.

5 - Face-to-face customers.

• لازم است برای کاهش ریسک‌های بالاتر، تدابیری خاص و کافی اندیشیده شده باشد.
موارد ذیل از جمله اقداماتی هستند که در خصوص کاهش ریسک، می‌توان به آنها اشاره نمود:

- تایید مدارک ارائه شده
- برای تکمیل سوابق این قبیل مشتریان، مدارکی بیش از آنچه که از مشتریان حضوری مطالبه می‌شود؛ از آنان درخواست شود.
- برقراری ارتباط مستقیم^۱ با مشتری از سوی بانک
- معرفی از سوی شخص ثالث، مثلاً به وسیله فردی که تابع معیارهای مندرج در بند ۳۶ این نوشتار است.
- الزام به اینکه اولین پرداخت از طریق حسابی انجام شود که نزد بانکی دیگر و به نام مشتری افتتاح شده است. بانکی که از استانداردهایی مشابه (در خصوص شناسایی مشتریان) پیروی می‌نماید.

۷-۲-۲- کارگزاری بانکی^۲

۴۹- کارگزاری بانکی به معنی ارائه خدمات بانکی از سوی یک بانک (بانک کارگزار^۳) به بانک دیگر (بانک متقاضی^۴) می‌باشد. حساب‌های کارگزاری^۵ که در تمامی جهان مورد

1 - Independent contact.

2 - Correspondent Banking.

3 - Correspondent Bank.

4 - Respondent Bank= بانک مخاطب، بانک کارفرما

5 - Correspondent accounts= حساب‌های کارگزاری، حساب‌های مکاتبه‌ای

استفاده بانک‌ها قرار می‌گیرند این امکان را به آن‌ها می‌دهند که به طور غیرمستقیم، نسبت به انجام امور تجاری و ارائه خدمات اقدام نمایند. حساب‌های مزبور که توجه خاصی را می‌طلبند شامل ارائه خدمات در قلمرو حکومت‌هایی هستند که بانک‌های متقاضی در آن مناطق، حضور فیزیکی ندارند. هرچند اگر بانک‌ها نتوانند سطح مناسبی از شناسایی مشتریان را برای چنین حساب‌هایی به کار گیرند، خود را در معرض گستره‌ای از ریسک‌هایی قرار می‌دهند که پیش از این به آن‌ها اشاره شد. نیز ممکن است خود را عامل نگهداری یا انتقال وجوهی بیابند که مرتبط با فساد، کلاهبرداری یا دیگر فعالیت‌های غیر قانونی می‌باشند.

۵۰- لازم است بانک‌های کارگزار نسبت به جمع‌آوری اطلاعات کافی راجع به بانک‌های متقاضی اقدام نمایند تا از این رهگذر بتوانند به طور کامل، پی به ماهیت فعالیت کاری آن‌ها ببرند.

عواملی را که در این رابطه باید در نظر گرفت، عبارتند از:

- اطلاعات مربوط به مدیریت بانک متقاضی
- زمینه‌های اصلی فعالیت
- محل استقرار آن‌ها
- تلاش‌های انجام‌شده از سوی آن‌ها در زمینه کشف و پیشگیری از پولشویی
- هدف از افتتاح حساب مزبور
- هویت هر شخص ثالث دیگری که از خدمات بانک کارگزار استفاده خواهد کرد.
- وضعیت نظارت و مقررات بانکی در کشور متبوع بانک متقاضی

لازم است بانک‌ها فقط به ایجاد روابط کارگزاری با آن دسته از بانک‌های خارجی بپردازند که از سوی مراجع ذیربط - به شکلی موثر - نظارت می‌شوند. بانک‌های متقاضی نیز می‌بایست به نوبه خود، از سیاست‌های موثری در زمینه پذیرش و شناسایی مشتریان برخوردار باشند.

۵۱- به خصوص بانک‌ها باید از برقراری رابطه کارگزاری بانکی یا ادامه آن، با بانکی که در حوزه قضایی ثبت شده خود حضور فیزیکی ندارد و به یک گروه مالی تحت نظارت نیز وابسته نیست (همچون بانک‌های مجازی^{۲۰۱})، امتناع نمایند. لازم است هنگام ادامه همکاری با بانک‌های متقاضی - مستقر در قلمرو حکومت‌هایی که دارای استانداردهای ضعیفی در زمینه شناسایی مشتریان هستند یا به عنوان حکومت‌هایی شناخته می‌شوند که در مبارزه علیه پولشویی، همکاری لازم را ندارند - دقت خاصی از سوی بانک‌های کارگزار اعمال شود. باید این موضوع برای بانک‌ها احراز شود که بانک‌های متقاضی،

1 - Shell bank.

۲- منظور از «بانک‌های مجازی» که از آن‌ها تحت عنوان «بانک‌های ظاهری» و «بانک‌های کاغذی» نیز یاد می‌شود بانک‌هایی هستند که در کشوری که مجوز گرفته و به ثبت رسیده‌اند، حضور فیزیکی (به معنای حضور مدیریت و بدنه اصلی آن) ندارند و به هیچ گروه ارائه‌کننده خدمات مالی که تحت نظارت موثر و یکپارچه‌ای قرار دارند نیز وابسته نمی‌باشند. مدیریت و بدنه اصلی در حوزه قضایی دیگری - اغلب در دفاتر یک موسسه وابسته یا گاهی اوقات در یک ملک خصوصی - مستقر هستند. معمولاً یک بانک مجازی - به غیر از یک نمایندگی ثبت‌شده - تشکیلات دیگری در کشوری که در آن به ثبت رسیده‌است، نداشته و نماینده آن نیز، اطلاع چندانی از عملیات روزمره بانک ندارد و فقط آدرسی را برای انجام امور حقوقی بانک مزبور در آن حوزه قضایی فراهم می‌آورد. ساختارهایی این چنین بیانگر شکل خاصی از برخی واحدهای برون مرزی هستند. لازم به توضیح است که تنها حضور یک نماینده یا کارمند رده پایین در محل، به معنای حضور فیزیکی نخواهد بود. در این نوشتار مدیریت شامل مدیریت امور اداری از جمله نگهداری از دفاتر و سوابق است (مترجم).

دارای استانداردهای شناسایی مشتریان - مطابق آنچه که در این نوشتار تدوین شده است - می‌باشند و در مورد مبادلات انجام شده از طریق حساب‌های کارگزاری مزبور، از روش‌های پیشرفته شناسایی مشتریان استفاده می‌نمایند.

۵۲- لازم است بانک‌ها نسبت به ریسکی که در طی آن ممکن است حساب‌های کارگزاری از سوی اشخاص ثالث و برای انجام مبادلات تجاری خود، مستقیماً مورد استفاده قرار گیرند؛ دقت خاصی را اعمال نمایند (به عنوان مثال حساب‌های کارگزاری قابل پرداخت^{۲۰۱}). چنین ترتیباتی مستلزم به کارگیری بخش عمده‌ای از همان ملاحظات

1 - Payable through account.

۲- طی سال‌های اخیر، بانک‌های آمریکایی اقدام به بازاریابی برای ارائه خدمتی نموده‌اند که به عنوان «حساب کارگزاری قابل پرداخت» شهرت یافته است. منظور از این حساب که با اسامی دیگر «pass through accounts» و «pass by accounts» نیز شناخته می‌شود حسابی است که از طرف یک بانک خارجی نزد یک بانک آمریکایی افتتاح می‌گردد تا چک‌هایی که عهده بانک خارجی توسط دارنده حساب سپرده دیداری وی و به دلار آمریکا صادر شده است از طریق آن واریز (پایاپای=clear) گردد. نحوه عملکرد این حساب بدین گونه است که یک موسسه بانکی در ایالات متحده آمریکا اقدام به افتتاح یک حساب جاری برای یک بانک خارجی می‌نماید. سپس بانک خارجی این امکان را برای مشتریان خود که در خارج از ایالات متحده آمریکا قرار دارند فراهم می‌آورد که در ازای پرداخت کارمزد مربوط - با استفاده از برخی ابزارها و از طریق آن حساب - اقدام به انجام مبادلات بانکی خود در کشور آمریکا نمایند. معمولاً بانک خارجی این امکان را در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهد که به عنوان «دارندگان حساب‌های فرعی (sub-account holders)» عهده حساب آن بانک نزد بانک آمریکایی چک صادر نمایند. تمامی افرادی که به این مجموعه از «دارندگان حساب فرعی» تعلق دارند و تعداد آن‌ها برای یک «حساب کارگزاری قابل پرداخت» ممکن است به صدها نفر برسد، همگی از حق امضا در حساب آن بانک خارجی نزد موسسه بانکی مزبور (آمریکایی) برخوردار خواهند شد. در نتیجه اشخاص حقیقی و حقوقی - که برای افتتاح حساب نزد یک موسسه بانکی آمریکایی، الزامات اعمال شده در خصوص شهروندان یا افراد مقیم آمریکا را پشت‌سر گذاشته‌اند - از این امکان برخوردار خواهند بود که اقدام به صدور چک و سپرده‌گذاری در یک واحد بانکی آمریکایی نمایند چنانکه گویی آن‌ها دارندگان حساب واقعی نزدیک بانک آمریکایی هستند. از آنجا که برخی بانک‌های آمریکایی در خصوص چنین حساب‌هایی، دقت لازم را - مشابه آنچه که در مورد مشتریان داخلی

است که باید در مورد اشخاص تجاری (حقیقی، حقوقی) معرفی شده^۱، مورد استفاده قرار گیرند و در این مورد باید از همان معیارهایی استفاده نمود که در بند ۳۶ این نوشتار، به آن‌ها اشاره شده است.

۳- نظارت مستمر بر حساب‌ها و مبادلات

۵۳- یکی از ابعاد مهم رویه‌های شناسایی مشتری، نظارت مستمر است. بانک‌ها فقط زمانی قادر به کنترل موثر ریسک خود و کاهش آن هستند که شناختی کافی از فعالیت معمول و منطقی حساب مشتریان خود، داشته باشند به طوری که بتوانند با برخورداری از ابزارهای لازم، مبادلاتی را که خارج از فعالیت‌های معمول یک حساب قرار دارند، شناسایی نمایند. بدون داشتن چنین دانشی، این احتمال می‌رود که بانک‌ها در انجام

خود اعمال می‌نمایند- به کار نمی‌گیرند و بعضاً فقط به جمع‌آوری ساده کارت‌های امضایی بسنده می‌کنند که در خارج از آمریکا تکمیل و از طریق بانک خارجی مزبور به طور یکجا در اختیار آن‌ها قرار گرفته است، امکان استفاده از این حساب‌ها برای مقاصد غیر قانونی (پولشویی و دیگر فعالیت‌های جنایی) به شدت وجود دارد، همان‌گونه که تحقیقات به عمل آمده از سوی واحدهای قانونی و نظارتی نیز موید آن است که برخی اقدامات انجام‌شده در خصوص پولشویی و دیگر فعالیت‌های جنایی، از طریق حساب‌های مزبور در واحدهای بانکی آمریکایی انجام شده است و ناظران بانکی توصیه می‌نمایند، مادامی که یک واحد بانکی آمریکایی: (۱) قادر به شناسایی و تایید هویت «کاربران نهایی» این گونه حساب‌ها نیست (۲) به کار ناظر کشور مبدا در خصوص الزام بانک خارجی مزبور به شناسایی و نظارت بر مبادلات مشتریان خود اطمینان ندارد و (۳) مطمئن نیست که از این حساب‌ها برای مقاصد غیر قانونی از جمله پولشویی استفاده نمی‌شود؛ چنین خدمتی را ارائه نکند. ممکن است این خدمت در آینده و به مرور زمان، توسط موسسات مالی در سایر کشورها نیز ارائه شود لیکن رعایت الزامات مطروحه در این زمینه، از سوی آن‌ها نیز ضروری است (مترجم).

وظیفه خود مبنی بر گزارش مبادلات مشکوک به مقامات ذیصلاح (در مواردی که ملزم به انجام چنین امری هستند)، قصور ورزند. محدوده چنین نظارتی را باید با توجه به میزان حساسیت نسبت به ریسک، تعیین نمود. بانک‌ها باید برای تمامی حساب‌ها، سیستم‌های مناسبی داشته باشند که موارد غیر معمول یا مشکوک در فعالیت حساب‌ها را کشف کنند. این امر را می‌توان از طریق ایجاد محدودیت‌هایی برای رده یا طبقه خاصی از حساب‌ها به انجام رساند. باید به مبادلاتی که فراتر از این حدود می‌روند، توجه ویژه‌ای نمود. وقوع انواع خاصی از مبادلات می‌بایست به بانک‌ها این هشدار را بدهد که مشتری مزبور در حال انجام فعالیت‌های غیر معمول یا مشکوک است. این موارد ممکن است شامل مبادلاتی شوند که به نظر می‌آید نمی‌توانند ناشی از فعالیت‌های اقتصادی یا تجاری باشند. نیز ممکن است مقادیر انبوهی از سپرده‌های نقدی را شامل شوند که با مبادلات معمول و مورد انتظار از مشتری، هم‌خوانی ندارند. گردش بسیار زیاد وجوه، در حسابی که معمولاً در آن سطح عمل نمی‌کند می‌تواند حاکی از شستشوی این وجوه از طریق حساب مزبور باشد. بیان مواردی از فعالیت‌های مشکوک می‌تواند برای بانک‌ها بسیار سودمند باشد. ضمن آنکه لازم است در رویه‌ها و یا رهنمودهای مبارزه با پولشویی در یک حوزه قضایی، این نمونه‌ها گنجانده شود.

۵۴- در مورد حساب‌هایی که از ریسک بیشتری برخوردارند، باید نظارت شدیدتری را اعمال نمود. هر بانک می‌بایست برای چنین حساب‌هایی، اقدام به ایجاد علائم هشداردهنده کلیدی نماید. نیز باید در مورد پیشینه مشتری از جمله کشور مبدا و منبع وجوه، نوع مبادلات کاری وی و دیگر عوامل ریسک، سوابق لازم را گردآوری نماید. در مورد حساب‌هایی که ریسک آن‌ها بیشتر است، باید موارد ذیل را ملحوظ داشت:

- بانک‌ها باید اطمینان یابند که سیستم‌های اطلاعات مدیریت مناسبی دارند. سیستم‌هایی که برای مدیران و کارکنان واحد تطبیق، اطلاعات را به موقع فراهم می‌آورد. برای شناسایی هویت مشتری، تجزیه و تحلیل و نظارت موثر بر

حساب‌های مشتریان پرریسک‌تر، به اطلاعات مزبور نیاز هست. انواع گزارش‌هایی که ممکن است مورد نیاز باشند عبارتند از گزارش‌های مربوط به مفقود شدن مدارک و مستندات افتتاح حساب، مبادلات غیر متعارف انجام‌شده بوسیله حساب یک مشتری، و ارائه خلاصه‌ای از کلیه روابط یک مشتری با آن بانک.

- مدیریت ارشدی که مسئول امور بانکداری خصوصی است باید از اوضاع و احوال فردی مشتریان پرریسک بانک مطلع بوده؛ مترصد کسب اطلاعات از اشخاص ثالث (در مورد مشتریان مزبور) باشد. مبادلات مهم این مشتریان، باید به تایید یک مدیر بلندپایه برسد.
- بانک‌ها باید در زمینه برقراری و حفظ روابط کاری خود با مقامات سیاسی، اشخاصی با گردش حساب بالا، و افراد و شرکت‌هایی که دارای روابط آشکاری با آنها بوده یا به آنها وابستگی دارند؛ رهنمودها، رویه‌ها، کنترل‌ها و نیز سیاست روشنی را وضع نموده، هوشیاری خود را در این زمینه حفظ نمایند^۱. از آن‌جا که امکان تعیین هویت تمامی مقامات سیاسی از همان ابتدا وجود ندارد و نیز به دلیل اینکه ممکن است مشتریان کنونی، بعدها به مناصب سیاسی دست یابند، لازم است حداقل در مورد مشتریان مهم‌تر، بررسی‌های منظمی را ترتیب داد.

۱- این که انتظار داشته باشیم بانک حتی از روابط دور خانوادگی، سیاسی یا تجاری یک مشتری خارجی اطلاع داشته یا در این مورد دست به تحقیق بزند، توقعی نابجا است. نیاز به پی‌گیری موارد مشکوک بستگی به اندازه یا گردش دارائی‌ها، الگوی مبادلات، پیشینه اقتصادی، شهرت (وجهه) کشور، مقبولیت توضیحات مشتری و ... دارد. هرچند باید به این موضوع توجه نمود که مقامات سیاسی (یا حتی دوستان و اعضای خانواده آنها) ضرورتاً به موقعیتی که از آن برخوردارند، اشاره نمی‌کنند و در عوض خود را به عنوان افرادی معمولی (هرچند ثروتمند) معرفی می‌کنند. آنها این حقیقت را کتمان می‌کنند که موقعیت برتر آنها در یک کسب و کار قانونی، فقط به واسطه روابط ویژه‌ای است که با یک مقام دولتی دارند.

۴- مدیریت ریسک

۵۵- رویه‌های موثر شناسایی مشتری شامل نظام‌ها، کنترل‌ها، نظارت مناسب مدیریت، تفکیک وظایف، آموزش و سایر سیاست‌های مرتبط می‌شود. لازم است هیات مدیره بانک با ایجاد رویه‌هایی مناسب و حصول اطمینان از اثربخشی آن‌ها، تعهد کامل خود را به برنامه‌ای اثر بخش در زمینه شناسایی مشتریان نشان دهد. به منظور اطمینان از اینکه سیاست‌ها و رویه‌های بانک به شکلی کارآمد مدیریت می‌شوند و حداقل با معیارهای نظارتی محلی هم‌خوانی دارند؛ باید به تفکیک روشن مسئولیت‌ها در درون بانک پرداخت. برای ارائه گزارش در خصوص مبادلات مشکوک، لازم است مسیرهای کاملاً مشخصی را - به طور مکتوب - تعیین و به تمامی کارکنان ابلاغ نمود. همچنین لازم است بانک‌ها با ایجاد رویه‌هایی داخلی، به ارزیابی این موضوع بپردازند که نظام‌های مختلف موجود در زمینه ارائه گزارش از فعالیت‌های مشکوک، بانک را قانوناً متعهد به ارائه گزارش به چه مرجعی می‌نمایند؟ به مجریان قانونی ذیربط و یا به مقامات نظارتی.

۵۶- واحدهای تطبیق و حسابرسی داخلی، نقش مهمی را در ارزیابی و اطمینان از میزان پایبندی بانک‌ها به سیاست‌ها و رویه‌های شناسایی مشتری ایفا می‌کنند. به عنوان یک قاعده کلی، واحد تطبیق می‌بایست در مورد سیاست‌ها و رویه‌های مختلف بانک - از جمله الزامات قانونی و نظارتی - دست به یک ارزیابی مستقل بزند. وظایف این واحد باید در بر دارنده نظارت مستمر بر عملکرد کارکنان از طریق نمونه‌گیری و ارزیابی میزان تطبیق این عملکرد با ضوابط و مقررات موجود و نیز بررسی گزارش‌های موردی باشد تا در مواقعی که گمان می‌رود مدیریت در بررسی مسئولانه رویه‌های شناسایی مشتری قصور ورزیده است؛ هشدارهای لازم را به مدیریت ارشد یا هیات مدیره بدهد.

۵۷- حسابرسی داخلی نقش مهمی را در ارزیابی مستقل مدیریت ریسک و سیستم‌های کنترلی ایفا می‌نماید. واحد مزبور این کار را از طریق ایفای مسئولیت خویش در برابر «کمیته

حسابرسی هیات مدیره» یا دیگر واحدهای نظارتی مشابه و به وسیله انجام ارزیابی‌های ادواری - در مورد میزان اثربخشی عملیات تطبیق با سیاست‌ها و رویه‌های شناسایی مشتری، از جمله ارزیابی فرآیند آموزشی کارکنان ذیربط - صورت می‌دهد. مدیریت باید اطمینان یابد که واحدهای حسابرسی دارای تعداد کافی از کارکنانی هستند که در زمینه سیاست‌ها و رویه‌های مزبور، تبحر کامل دارند. به علاوه، لازم است حساب‌برسان داخلی در پیگیری یافته‌ها و انتقادهای خویش، فعالانه عمل نمایند.

۵۸- لازم است تمامی بانک‌ها دارای برنامه مستمری برای آموزش کارکنان خود باشند به طوری که پرسنل آن‌ها، آموزش‌های لازم را در مورد رویه‌های شناسایی مشتری بگذرانند. زمان‌بندی و محتوای دوره‌های آموزشی کارکنان در بخش‌های مختلف، باید منطبق با نیازهای خود بانک باشد. دوره‌های آموزشی مورد نیاز برای کارمندان جدید، کارکنان واحدهای عملیاتی^۱، پرسنل واحد تطبیق یا کارمندانی که با مشتریان جدید سر و کار دارند، باید متفاوت باشند. کارکنان جدید می‌بایست در مورد اهمیت سیاست‌ها و الزامات اساسی شناسایی مشتری در بانک، آموزش ببینند. کارکنان عملیاتی که مستقیماً با مردم سر و کار دارند باید در خصوص احراز و تایید هویت مشتریان جدید، اعمال مستمر رویه‌های شناسایی برای حساب‌های مشتریان کنونی بانک و کشف الگوهای رفتاری مشکوک، آموزش‌های لازم را ببینند.

برای اطمینان از اینکه کارکنان مسئولیت‌های خود را به یاد داشته و از آخرین تحولات در این زمینه آگاهی دارند لازم است دوره‌های بازآموزی منظمی^۲ برای آنان در نظر گرفت. این امر ضروری است که کلیه کارکنان ذیربط، نیاز به وجود سیاست‌هایی در زمینه شناسایی مشتریان و اجرای مستمر آن‌ها را کاملاً درک نمایند. وجود فرهنگی که

1 - Front-line staff = کارکنان صفی

2 - Regular refresher training.

موجب پیشبرد چنین بینشی در بانک شود، عاملی کلیدی برای اجرای موفقیت‌آمیز این سیاست‌ها به حساب می‌آید.

۵۹- در بسیاری از کشورها، حساب‌برسان خارجی نیز نقش مهمی در نظارت بر رویه‌ها و سیستم‌های کنترل داخلی بانک‌ها و در تایید میزان انطباق آن‌ها با معیارهای نظارتی ایفای کنند.

ت- نقش ناظران بانکی

۶۰- براساس استانداردهای بین‌المللی موجود در زمینه شناسایی مشتری، از ناظران بانکی کشورها انتظار می‌رود که برای نظارت بر برنامه‌های مورد استفاده از سوی بانکها (در زمینه شناسایی مشتریان)، شیوه‌های نظارتی لازم را تدوین نمایند. عوامل ضروری مورد اشاره در این نوشتار، رهنمودهای روشنی را فراهم می‌آورند که براساس آن، ناظران بانکی قادر خواهند بود تا نسبت به طراحی یا بهبود شیوه‌های نظارتی در سطح ملی اقدام نمایند.

۶۱- ناظران بانکی علاوه بر ترسیم خطوط اصلی برای بانکها، مسئولیت دارند تا بر نحوه به کارگیری رویه‌های موثر شناسایی مشتری و استفاده مستمر از استانداردهای اخلاقی و حرفه‌ای از سوی بانکها نیز نظارت نمایند. آن‌ها باید مطمئن شوند که کنترل‌های داخلی مناسبی طراحی شده است و بانکها در انطباق با رهنمودهای قانونی و نظارتی عمل می‌نمایند. فرآیند نظارتی نه تنها باید بررسی سیاست‌ها و رویه‌ها را در برگیرد بلکه لازم است بررسی پرونده‌های مشتریان و نمونه‌گیری از برخی حساب‌ها را نیز شامل شود. ناظران بانکی باید همیشه از این حق برخوردار باشند که به کلیه اسناد مربوط به حساب‌های نگهداری شده در قلمرو حکومت خود، دسترسی داشته باشند. این امر شامل کلیه تحلیل‌های انجام‌شده از سوی بانک (جهت کشف مبادلات غیر متعارف یا مشکوک) نیز می‌شود.

۶۲- یکی از وظایف ناظران بانکی این است که اطمینان یابند بانک‌های زیر نظر آن‌ها- نه تنها برای محافظت از ایمنی و سلامت خود بلکه برای حفظ قابلیت اعتماد به نظام بانکی آن کشور- از استانداردهای عالی شناسایی مشتری پیروی می‌کنند.^۱ ناظران

۱- بسیاری از ناظران بانکی وظیفه دیگری نیز دارند و آن این است که هرگونه مبادله مشکوک، غیر متعارف یا غیر قانونی را که به عنوان مثال در طی بازرسی‌های حضوری خود کشف کرده‌اند، گزارش نمایند.

بانکی باید این نکته را روشن نمایند که اگر شرایط اجازه دهد، علیه آن دسته از بانک‌ها و کارکنانشان که در پیروی از رویه‌های داخلی و الزامات نظارتی خود قصور ورزیده‌اند اقدامات مناسب را انجام خواهند داد. اقداماتی که ممکن است شدید و علنی باشند. به علاوه، ناظران بانکی باید اطمینان یابند که بانک‌ها در خصوص مبادلاتی که یک طرف آن‌ها حوزه‌هایی قضایی با استانداردهایی ضعیف قرار دارند هشیار بوده، توجه خاصی به آن مبادلات می‌نمایند. کمیته ویژه اقدام مالی (FATF) و مراجع ملی در برخی از کشورها، اقدام به تهیه فهرستی از کشورها و حوزه‌های قضایی نموده‌اند که تمهیدات قانونی و اداری در آن‌ها، منطبق با استانداردهای بین‌المللی موجود در زمینه مبارزه با پولشویی نیست. یافته‌هایی از این دست باید بخشی از سیاست‌ها و رویه‌هایی باشند که یک بانک در زمینه شناسایی مشتریان به کار می‌گیرند.

ث- به کارگیری استانداردهای شناسایی مشتری در شرایط برون‌مرزی

۶۳- به منظور اجتناب از سوء استفاده‌های بالقوه از تفاوت‌های موجود در بین نظام‌های نظارتی^۱ و حفظ قابلیت اعتماد به نظام‌های بانکی چه در عرصه ملی و چه در پهنه بین‌المللی، ناظران بانکی در سراسر جهان می‌بایست با تمام قوای خویش به دنبال توسعه و اجرای استانداردهای ملی خود در زمینه شناسایی مشتریان باشند. استانداردهایی که به طور کامل در راستای استانداردهای بین‌المللی قرار داشته باشند. پیاده‌سازی و ارزیابی چنین استانداردهایی، میزان تمایل ناظران بانکی به همکاری با یکدیگر را به شیوه‌ای بسیار عملی، در معرض آزمون قرار می‌دهد درست همان‌گونه که قابلیت بانک‌ها در کنترل گروهی ریسک‌های مختلف را به ارزیابی می‌گذارد. این امر وظیفه‌ای چالشی برای بانک‌ها و همچنین ناظران بانکی به حساب می‌آید.

۶۴- بازرسان از گروه‌های بانکی انتظار دارند برای عملیات محلی و برون‌مرزی خود، حداقلی از استانداردهای پذیرفته شده در زمینه سیاست‌ها و رویه‌های شناسایی مشتری را به کار گیرند. نظارت بر بانکداری بین‌المللی فقط زمانی می‌تواند موثر واقع شود که به شکلی یکپارچه به اجرا درآید. همانند سایر ریسک‌های بانکی، ریسک شهرت نیز به مرزهای ملی محدود نمی‌ماند. بانک‌های مادر باید سیاست‌ها و رویه‌های خود را به شعب و موسسات وابسته در خارج از کشور از جمله موسسات غیربانکی همچون تراست‌ها^۲ ابلاغ نمایند. نیز برای اینکه برنامه‌های آن‌ها در عرصه گیتی به طور موثری به اجرا درآید باید یک مسیر کاری مشخص برای آزمون میزان انطباق خود با استانداردهای شناسایی مشتری - در هر دو کشور مبدا و مقصد - تهیه نموده باشند.

حسابرسان خارجی و ناظران بانکی نیز نسبت به ارزیابی این قبیل «آزمون‌های

1 - Potential regulatory arbitrage.

2 - Trust Companies.

تطبیقی^۱ اقدام خواهند نمود. بنابراین ضروری است مستندات مربوط به رویه‌های شناسایی مشتریان، به شیوه مناسبی نگهداری شده و به هنگام بازرسی در اختیار آنان قرارگیرد. در راستای بررسی‌های تطبیقی، لازم است ناظران بانکی و حساب‌رسان خارجی بیشتر به بررسی سیستم‌ها و نقاط کنترلی پرداخته، از طریق نظارت و به عنوان بخشی از فرآیند نمونه‌گیری، حساب‌ها و مبادلات مشتریان را بررسی نمایند.

۶۵- برای اینکه اطمینان حاصل شود کلیه کارکنان ذیربط، دوره‌های آموزشی لازم را در رابطه با رویه‌های شناسایی مشتری گذرانیده و آن‌ها را به کار می‌گیرند لازم است مسئولیت این امر را مستقیماً به یکی از کارکنان عالی‌رتبه واگذار نمود حتی اگر واحد برون‌مرزی، تشکیلات کوچکی داشته باشد. رویه‌های مزبور باید در انطباق کامل با استانداردهای موجود، در هر دو کشور مبدا و مقصد باشند. هرچند مسئولیت مقدماتی این امر بر عهده مقام مذکور می‌باشد لیکن لازم است تا آنجا که مناسبت دارد وی از سوی حساب‌رسان داخلی و کارکنان واحد تطبیق (در دفاتر مرکزی و محلی) نیز مورد حمایت قرارگیرد.

۶۶- زمانی که حداقل استانداردهای شناسایی مشتری در دو کشور مبدا و مقصد با یکدیگر تفاوت دارند لازم است شعب و موسسات وابسته - مستقر در حوزه قضایی کشور مقصد - استاندارد بالاتر را از میان این دو برگزینند. به طور کل می‌توان گفت هیچ مانعی نباید سد راه یک بانک در پذیرش استانداردهایی شود که از حداقل استانداردهای مورد نیاز محلی، بالاتر است. در صورتی که قوانین و مقررات محلی (به خصوص قوانین مربوط به رازداری) در کشور مقصد، مانع از اجرای استانداردهای کشور مبدا در زمینه شناسایی مشتری بشوند (به دلیل اینکه استانداردهای کشور مبدا شدیدتر می‌باشند) لازم است ناظران بانکی در کشور مقصد، تمامی تلاش خویش را به کارگیرند تا قوانین و مقررات موجود در این زمینه را تغییر دهند. در طی این مدت، شعب و موسسات وابسته برون‌مرزی

1 - Compliance tests.

می‌بایست از استانداردهای کشور مقصد پیروی کنند لیکن باید مطمئن شوند که اداره مرکزی یا بانک مادر و نیز بازرسان کشور مبدأ، از ماهیت تفاوت‌های موجود در این زمینه، کاملاً آگاهی دارند.

۶۷- احتمالاً عوامل جنایتکار به سمت قلمروهایی کشیده خواهند شد که در آن‌ها، چنین موانعی وجود دارند. از این رو بانک‌ها باید بدانند انجام امور تجاری در قلمرو چنین حکومت‌هایی، ریسک شهرت فراوانی به همراه دارد. باید بانک‌های مادر دارای رویه‌ای جهت بررسی نقاط آسیب‌پذیر یکایک واحدهای عملیاتی و اجرای تدابیر امنیتی بیشتر در مواقع مورد لزوم باشند. در شرایط حاد، لازم است ناظران بانکی، کنترل‌های دیگری را بر روی بانک‌های فعال در این حوزه‌های قضایی اعمال نمایند. در نهایت نیز شاید لازم باشد آن‌ها را تشویق نمایند تا از این حوزه‌های قضایی خارج شوند.

۶۸- در زمان انجام بازرسی‌های حضوری^۱ از سوی ناظران یا حساب‌برسان کشور مبدأ، هیچ چیز نباید مانع از تعیین میزان انطباق واحد برون‌مرزی مذکور با سیاست‌ها و رویه‌های شناسایی مشتری شود. این امر مستلزم بررسی پرونده مشتریان و انجام نمونه‌گیری‌های تصادفی از برخی حساب‌ها است. بازرسان کشور مبدأ می‌بایست تا آنجا که لازم است به اطلاعات مربوط به حساب یکایک مشتریانی که به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند، دسترسی داشته باشند تا بدین وسیله بتوانند ارزیابی مناسبی از کاربرد استانداردهای شناسایی مشتری و عملکرد مدیریت ریسک داشته باشند و قوانین رازداری بانک‌های محلی نیز نباید در این راه مانع‌تراشی کنند. هنگامی که بازرسان کشور مبدأ درخواست می‌نمایند گزارشی تلفیقی از سپرده‌ها، ترکیب وام‌گیرندگان^۲ یا وجوه زیر نظر مدیریت ارائه شود؛ هیچ چیز نباید مانع از انجام این کار شود. علاوه بر این، چنانچه از منظر نظارت بر ترکیب و تمرکز سپرده‌ها^۳ به موضوع نگریسته شود

1 - On-site inspections.

2 - Borrower concentrations.

3 - Deposit concentrations.

و یا از نقطه نظر ریسک و جوه سپرده‌ای که ممکن است از بانک بیرون کشیده شود؛ این امکان برای ناظران بانکی کشور مبدا وجود دارد که از آزمون‌های تعیین اهمیت^۱ استفاده نموده و یا سقف‌هایی را در این زمینه تعیین نمایند به طوری که اگر مقدار سپرده یک مشتری، فراتر از درصد خاصی از ترازنامه رفت بانک‌ها موظف به گزارش آن به بازرسی کشور مبدا باشند. با وجود این، برای اطمینان از اینکه اطلاعات مربوط به حساب مشتریان فقط برای مقاصد قانونمند نظارتی استفاده می‌شود و شخص دریافت کننده، به شیوه‌ای رضایت‌بخش از آن‌ها محافظت می‌نماید؛ به تمهید تدابیری حفاظتی نیاز می‌باشد. برای تسهیل تبادل اطلاعات بین بازرسان کشورهای مبدا و مقصد، امضای یک بیانیه همکاری دوجانبه^۲ از سوی مقامات این کشورها، می‌تواند سودمند واقع شود.

۶۹- در برخی موارد ممکن است بین سیاست‌های شناسایی مشتری بانک مادر (که از سوی مراجع نظارتی کشور مبدا اعمال می‌شود) و آنچه که در واحد برون مرزی آن بانک مورد استفاده قرار می‌گیرد، تضادی جدی وجود داشته باشد. به عنوان مثال ممکن است قوانین محلی مانع از انجام بازرسی توسط کارکنان بخش تطبیق و حساب‌برسان داخلی بانک‌های مادر یا ناظران بانکی کشور مبدا شوند. نیز ممکن است قوانین مزبور این امکان را به مشتریان بانک بدهند که از اسامی جعلی استفاده نموده یا هویت خود را در پشت سر کارگزاران یا واسطه‌هایی مخفی کنند که مجاز به افشای هویت مشتریان خود نیستند. در چنین مواردی، لازم است بازرسی کشور مبدا پس از ایجاد ارتباط با همتای خود در کشور مقصد، این موضوع را جهت اطمینان استعلام نماید که

1 - Materiality tests.

۲- به مقاله کمیته بال تحت عنوان «عناصر اصلی در یک بیانیه همکاری میان ناظران بانکی» (ماه می سال ۲۰۰۱ میلادی) رجوع نمایید.

آیا موانع قانونی مزبور واقعا وجود خارجی دارند و در این صورت آیا عملیات فرامرزی نیز مشمول اعمال این محدودیت‌ها می‌شوند یا خیر. اگر مشخص گردید مشکلات مزبور را نمی‌توان برطرف نمود و از سوی دیگر، راه کارهای رضایت‌بخش دیگری نیز در این زمینه وجود ندارد، لازم است بازرسی کشور مبدا این موضوع را برای همتای خود در کشور مقصد روشن نماید که ممکن است بانک مزبور مستقلا یا برحسب درخواست بازرسی کشور اصلی، اقدام به توقف عملیات مورد بحث بگیرد. در نهایت می‌توان گفت هرگونه توافقی که مبنای انجام این قبیل بازرسی‌های حضوری قرار می‌گیرد باید ساز و کاری را ارائه نماید که امکان انجام یک ارزیابی رضایت‌بخش را به بازرسی کشور مبدا می‌دهد. در این رابطه؛ مبادله اسناد همکاری یا تفاهم نامه‌هایی که در آن‌ها به ساز و کارهای اجرایی توافقات اشاره شده است می‌تواند امری سودمند واقع شود. تا آنجا که ممکن است نباید بازرسان کشور مبدا در دسترسی به اطلاعات مورد نیاز خود، با محدودیت مواجه شوند. ضمن آن که آن‌ها باید حداقل به سیاست‌ها و رویه‌های کلی بانک‌ها در خصوص شناسایی کافی مشتریان و نیز نحوه برخورد با موارد مشکوک دسترسی کامل داشته باشند.

پیوست شماره ۱

گزیده‌ای از سند متدولوژی اصول اساسی^۱

اصل ۱۵: بازرسان باید مطمئن شوند که بانک‌ها دارای سیاست‌ها، رویه‌ها و روش‌های مکفی و مناسبی - از جمله مقررات صریح مربوط به «شناخت مشتری» - هستند که معیارهای عالی اخلاقی و حرفه‌ای را در بخش مالی ارتقا بخشیده و مانع از سوءاستفاده عمدی یا سهوی عوامل جنایتکار از بانک می‌شوند.

معیارهای اصلی

- ۱- ناظر بانکی باید مطمئن شود بانک‌ها دارای سیاست‌ها، رویه‌ها و روش‌های مکفی و مناسبی هستند که معیارهای عالی اخلاقی و حرفه‌ای را ارتقا بخشیده، مانع از سوءاستفاده عمدی یا سهوی عوامل جنایتکار از بانک می‌شوند. این امر شامل جلوگیری از فعالیت‌های جنایی یا کلاهبرداری، کشف آن‌ها و گزارش این قبیل فعالیت‌های مشکوک به مقامات ذیربط می‌شود.
- ۲- باید ناظران بانکی اطمینان یابند که بانک‌ها - به عنوان بخشی از برنامه‌های مبارزه با پولشویی خود - دارای سیاست‌هایی مکتوب و الزامی هستند که از آن‌ها برای تعیین هویت مشتریان و افرادی که به نمایندگی از آنان عمل می‌کنند، استفاده می‌شود. لازم به ذکر است راجع به نوع اسنادی که باید در مورد هویت مشتریان نگهداری کرد، یکایک مبادلات و نیز مدت نگهداری سوابق، مقررات روشنی وجود دارد.

1 - Core Principles Methodology, Basel Committee on Banking Supervision, October 1999.

۳- ناظران بانکی باید اطمینان یابند که بانکها، برای تشخیص مبادلات بالقوه مشکوک دارای رویه‌هایی رسمی هستند. ممکن است این امر اعطای اختیارات بیشتر در مورد سپرده‌ها یا برداشت‌های نقدی انبوه (یا موارد مشابه آن) و تمهید رویه‌هایی خاص برای مبادلات غیرمعمول را نیز در برگیرد.

۴- ناظران بانکی باید یقین نمایند که بانکها برای اطمینان از اینکه سیاست‌ها و رویه‌هایشان - در حداقل خود - بالزامات قانونی و نظارتی محلی در زمینه مبارزه با پولشویی سازگاری دارند، کارمندی عالی‌رتبه را با مسئولیت‌های شفاف به کار گمارده‌اند.

۵- بازرسان می‌بایست مطمئن شوند که بانکها برای گزارش مبادلات مشکوک از سوی کارکنان به مقامات ارشدی که مسئولیت تطبیق در زمینه مبارزه با پولشویی را بر عهده دارند، دارای رویه‌های واضحی هستند که به کلیه کارکنان ابلاغ شده است.

۶- ناظران بانکی باید اطمینان یابند که بانکها جهت ارائه گزارش پیرامون مشکلات موجود، خطوط ارتباطی لازم را تا سطوح مدیریت و بخش امنیت داخلی (حراست) برقرار کرده‌اند.

۷- بانکها باید فعالیت‌های مشکوک و موارد اختلاس را علاوه بر مقامات ذیصلاح قضایی، به ناظران بانکی نیز گزارش نمایند. بدیهی است این موارد (فعالیت‌های مشکوک و موارد اختلاس) تاثیر فراوانی بر حفظ ایمنی، سلامت و شهرت بانکها دارند.

۸- قوانین، مقررات و یا سیاست‌های تدوین شده از سوی بانکها باید اطمینان دهند که چنانچه یکی از کارکنان از روی احساس مسئولیت و خیرخواهی، اقدام به ارائه گزارش در مورد مبادلات مشکوک به کارمند عالی‌رتبه مسئول، بخش امنیت داخلی (حراست) و یا مستقیماً به مقامات ذیربط نمود، با هیچ مشکلی مواجه نخواهد شد.

۹- ناظران بانکی باید کفایت ساز و کارهای کنترلی بانکها در مبارزه با پولشویی و نیز قابلیت سیستمهای مورد استفاده از سوی آنها در جلوگیری، شناسایی و گزارش موارد اختلاس و کلاهبرداری را به طور مرتب بررسی نمایند. همچنین برای اینکه آنها بتوانند اقدامات لازم را- بر علیه بانکی که به تعهدات خود در زمینه مبارزه با پولشویی پایبند نیست - به عمل آورند باید از اختیارات اجرایی لازم (پیگرد نظارتی و یا کیفری) برخوردار باشند.

۱۰- ناظران بانکی می توانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم به تبادل اطلاعات مربوط به فعالیت های مشکوک یا واقعا جنایی، با مقامات نظارتی بخش های مالی در داخل و خارج از کشور بپردازند.

۱۱- ناظران بانکی باید این موضوع را مشخص کنند که بانکها راجع به اصول اخلاقی و رفتار حرفه ای دارای سیاست مکتوبی^۱ هستند که به شکلی روشن به کلیه کارکنان ابلاغ شده است.

معیارهای تکمیلی

- ۱- قوانین و مقرراتی که شامل اقدامات موثر بین المللی می شود از جمله انطباق با توصیه های ۴۰گانه ذیربطی که در سال ۱۹۹۰ میلادی از سوی کمیته ویژه اقدام مالی انتشار یافت و سپس در سال ۱۹۹۶ میلادی مورد بازنگری قرار گرفت.
- ۲- ناظران بانکی می بایست یقین حاصل کنند که کارکنان بانک در زمینه کشف و جلوگیری از پولشویی، آموزش های لازم را دیده اند.
- ۳- ناظران بانکی به لحاظ قانونی وظیفه دارند که هرگونه مبادله مشکوک را به مقامات قضایی ذیربط گزارش نمایند.

سیاستنامه= Policy statement - 1

- ۴- ناظران بانکی می‌توانند اطلاعات مربوط به فعالیت‌های مشکوک یا واقعا جنایی را - به طور مستقیم یا غیرمستقیم - با مقامات قضایی در میان گذارند.
- ۵- ناظران بانکی باید دارای منابع داخلی لازم از جمله کارشناسانی باشند که از تخصص کافی در زمینه سوء استفاده‌های مالی و نیز تعهدات مربوط به مبارزه با پولشویی برخوردارند (در صورت عدم انجام این امر از سوی موسسات دیگر).

پیوست شماره ۲

گزیده‌ای از توصیه‌های کمیته ویژه اقدام مالی

پ- نقش نظام مالی در مبارزه با پولشویی

اصول مربوط به احراز هویت مشتری و نگهداری از سوابق

۱- موسسات مالی نباید نسبت به نگهداری از حساب‌هایی که اسامی صاحبان آن‌ها جعلی و یا مجهول می‌باشد، اقدام نمایند. بلکه باید از آن‌ها خواسته شود (از طریق قانون، مقررات، توافق بین مقامات نظارتی و موسسات مالی، و یا موافقت‌نامه‌های داخلی^۱ بین موسسات مالی) که هویت مشتریان دائمی یا گذری خود را براساس مدارک شناسایی رسمی یا دیگر اسناد معتبر، احراز و اقدام به نگهداری از این سوابق نمایند. این امر می‌بایست به هنگام ایجاد روابط کاری یا انجام مبادلات با مشتریان صورت پذیرد (به خصوص هنگام افتتاح حساب یا صدور دفترچه حساب پس‌انداز، ورود به معاملات امانی^۲، اجاره صندوق امانات، انجام مبادلاتی با حجم نقدینگی زیاد).

به منظور تامین الزامات مربوط به تعیین هویت اشخاص حقوقی، موسسات مالی باید به هنگام نیاز، اقداماتی را انجام دهند. اقداماتی که براساس آن بتوانند:

الف) ساختار و هویت قانونی موسسه و نیز مدارک ثبت آن را بررسی و تایید نمایند. این امر شامل کسب اطلاعات درخصوص نام مشتری، چارچوب قانونی آن،

1 - Self-regulatory agreements.

2 - Fiduciary transactions.

آدرس شرکت، مدیران و نیز موادی است که با نظارت بر ساختار قدرت، تعهداتی را متوجه موسسه مزبور می‌نماید. لازم به ذکر است اطلاعات مورد نظر در این زمینه را می‌توان از طریق مرجع ثبت شرکت‌ها^۱، شخص مشتری و یا هر دو آن‌ها به دست آورد.

ب) اثبات کنند هر شخصی که دعوی عمل به نمایندگی از سوی مشتری را دارد، واقعا از سوی وی به این کار گمارده شده‌است و پس از انجام این مهم نیز درصدد احراز هویت شخص نماینده برآیند.

۱۱- برای کسب اطلاعات در مورد هویت واقعی اشخاصی که به نمایندگی از آن‌ها حسابی افتتاح یا معامله‌ای انجام شده‌است می‌بایست موسسات مالی اقدامات لازم را به عمل آورند. این موضوع به هنگام وجود تردید در مورد اینکه آیا مشتریان به نمایندگی از خود عمل می‌کنند یا خیر، به اجرا در می‌آید. به عنوان مثال در مورد شرکت‌های فعال در زمینه مسکن (مانند موسسات، شرکت‌ها، بنگاه‌ها، تراست‌ها و سایر واحدهایی که هیچگونه فعالیت بازرگانی، تولیدی یا دیگر عملیات تجاری را در کشوری که به ثبت رسیده‌اند، انجام نمی‌دهند).

۱۲- لازم است موسسات مالی کلیه سوابق مهم مربوط به معاملات داخلی یا بین‌المللی را برای حداقل ۵ سال نگهداری نمایند تا بتوانند به سرعت به استعلام‌های دریافتی از سوی مقامات ذیصلاح، پاسخ دهند. حجم این سوابق باید به اندازه‌ای باشد که امکان بازسازی و شناخت یکایک معاملات را فراهم آورد (از جمله مقادیر و انواع ارزشهای مورد استفاده؛ در صورت وجود اطلاعات مربوط) تا بدین طریق بتوان شواهدی را برای پیگرد اقدامات جنایی - در صورت لزوم - تهیه نمود. موسسات مالی می‌بایست سوابق مربوط به شناسایی مشتریان (به عنوان مثال کپی یا سوابقی از مدارک رسمی شناسایی مشتری همچون گذرنامه، کارت شناسایی، گواهینامه رانندگی یا دیگر

۱ - Public register = واحد ثبت، واحد ثبت عمومی

مدارک مشابه)، سابقه حساب و مکاتبات کاری را به مدت حداقل ۵ سال پس از بسته شدن حساب مزبور، نگهداری نمایند. هنگام انجام تحقیقات و پیگردهای کیفی، این اسناد باید در اختیار مقامات ذیصلاح داخلی قرار گیرند.

۱۳- تمامی کشورها باید به تهدیدات پولشویی موجود در فن‌آوری‌های جدید یا در حال توسعه، توجه خاصی نمایند. تهدیداتی که امکان پنهان نگه داشتن هویت افراد را فراهم می‌آورد. همچنین در صورت لزوم باید با انجام اقدامات لازم، مانع استفاده از این فن‌آوری‌ها در اشکال مختلف پولشویی شوند.

شناسایی بیشتر از سوی موسسات مالی

۱۴- لازم است موسسات مالی به تمامی مبادلات پیچیده و نیز مبادلاتی که بیش از حد معمول هستند، توجه خاصی نمایند. همچنین باید به تمامی مبادلاتی که خارج از الگوهای معمول قرار دارند نیز توجه کنند. مبادلاتی که به نظر می‌رسد فاقد مبنای اقتصادی یا قانونی باشند. باید سابقه و هدف از انجام چنین مبادلاتی را تا آن جا که ممکن است بررسی و مکتوب نمود و سپس برای کمک به ناظران بانکی، حساب‌برسان و واحدهای مجری قانون در دسترس آن‌ها قرارداد.

۱۵- اگر موسسات مالی نسبت به مبدا وجوه سوءظن داشته، احتمال بدهند که آن وجوه ناشی از فعالیت‌های جنایی هستند باید مراتب سوءظن خود را بلادرنگ به مقامات ذیصلاح گزارش نمایند.

۱۶- مواد قانونی باید از موسسات مالی، مدیران، کارکنان ارشد و دیگر کارکنان این موسسات که با نقض محدودیت‌های موجود در زمینه افشای اطلاعات (محدودیت‌هایی که از طریق قرارداد یا هر مستند دیگر قانونی، نظارتی یا اداری اعمال می‌شوند)، موارد مشکوک را خیرخواهانه به مقامات ذیصلاح گزارش می‌کنند، در برابر

کلیه مسئولیت‌های کیفری یا مدنی محافظت نمایند. حتی در صورتی که آن‌ها به طور دقیق ندانند که مبنای اصلی فعالیت جنایی مزبور چیست و آیا واقعا فعالیتی غیر قانونی روی داده‌است یا خیر.

۱۷- هنگامی که موسسات مالی، مدیران، کارکنان ارشد و دیگر کارکنان این موسسات، اطلاعات مربوط به مشتریان خود را در اختیار مقامات ذیصلاح می‌گذارند اجازه ندارند که مشتریان خود را از این امر مطلع نمایند.

۱۸- آن دسته از موسسات مالی که موارد مشکوک را گزارش می‌کنند باید خود را بادستورالعمل‌های صادره از سوی مراجع ذیصلاح منطبق نمایند.

۱۹- لازم است موسسات مالی برای مبارزه با پولشویی، برنامه‌هایی را تدوین نمایند. این برنامه‌ها باید در حداقل خود، موارد ذیل را دربرگیرند:

الف) توسعه سیاست‌ها، رویه‌ها و کنترل‌های داخلی از جمله تعیین کارکنانی در سطح مدیریت جهت انجام امور تطبیق، و رویه‌های مناسب گزینش برای اطمینان از رعایت استانداردهای عالی به هنگام استخدام کارکنان

ب) اجرای یک برنامه مستمر آموزشی برای کارکنان

ج) ایجاد یک حوزه حسابرسی جهت ارزیابی سیستم.

فهرست منابع

الف) فارسی

- ۱- «پولشویی(مجموعه سخنرانی‌ها و مقالات همایش بین‌المللی مبارزه با پولشویی)»؛ شیراز، هفتم و هشتم خرداد ۱۳۸۲؛ کمیته معاضدت قضایی ستاد مبارزه با مواد مخدر؛ تهران؛ چاپ اول؛ ۱۳۸۲.
- ۲- «مدیریت یکپارچه ریسک شناسایی مشتری (نظرات پیشنهادی کمیته بال)»؛ ترجمه: عبدالمهدی ارجمندنژاد؛ اداره مطالعات و مقررات بانکی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. همچنین رجوع شود به مجله تازه‌های اقتصاد، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی ج.ا.؛ شماره ۱۰۷، خرداد ۱۳۸۴. (این مقاله در سایت بانک مرکزی به آدرس WWW.CBI.IR بخش نظارت بر امور بانک‌ها موجود می‌باشد).
- ۳- «ویژه‌نامه پولشویی»؛ مجلس و پژوهش (نشریه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، سال دهم، شماره سی و هفتم، بهار ۱۳۸۲).

ب) انگلیسی

- 1-"Customer Due Diligence for Banks", Basel Committee on Banking Supervision, October 2001.
- 2-"Explanation of Payable Through Accounts"; DIVISION OF BANKING SUPERVISION AND REGULATION; BOARD OF GOVERNORS OF THE FEDERAL RESERVE SYSTEM; SR 95-10(SUP); WASHINGTON, D.C.; MARCH 3,1995.
- 3-"Shell Banks and Booking Offices"; Basel Committee on Banking Supervision, January 2003.

استفاده از مطالب این مجموعه با ذکر ماخذ بلامانع است.