PRACE NAUKOWE AKADEMII EKONOMICZNEJ WE WROCŁAWIU
Nr 1086 — 2005
Modele i metody zarządzania informacją i wiedzą

Zbigniew Telec
Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

ANALIZA PORÓWNAWCZA USŁUG AMERYKAŃSKICH AGENCJI INFORMACJI KREDYTOWEJ I POLSKICH BIUR INFORMACJI GOSPODARCZEJ

1. Wstęp

W artykule przedstawiono amerykańskie agencje informacji kredytowej. Wskazano kluczowe kompetencje agencji. Dokonano analizy porównawczej amerykańskich agencji informacji kredytowej z polskimi biurami informacji gospodarczej. Zaprezentowano modele sieci występujące w amerykańskim i polskim systemie informacji kredytowej.

2. Biura informacji kredytowej w Stanach Zjednoczonych

W USA działają trzy niezależne biura informacji kredytowej o zasięgu krajowym. Biura te mają informacje o konsumentach amerykańskich i zagranicznych. Informacje w rekordach konsumenckich mogą się różnić w poszczególnych biurach (agencjach). Populacja konsumentów w Stanach Zjednoczonych liczy 281 mln osób. Aktywnych konsumentów posiadających zadłużenia finansowe (kredyty na dom, samochód) jest 190 mln, stanowi to 67,5% populacji Amerykanów. Skala zjawiska, jakim jest liczba długoterminowych kredytów w USA, świadczy o tym, że:

- system przepływu informacji o konsumencie musi być wydajny i sprawny,
- regulacje prawne są dobre,
- konsumenci nie boją się zadłużenia,
- koszty kredytów są korzystne.

Powszechna dostępność kredytów konsumenckich pobudza rozwój gospodarczy USA.

Historię kredytową powinien mieć każdy Amerykanin. Brak historii lub uboga historia kredytowa pociągają za sobą niekorzystne dla konsumenta konsekwencje finansowe:

– wysokie oprocentowanie kredytów,
– brak możliwości zaciągania długoterminowych kredytów (np. na zakup domu, samochodu itp.),
– nieotrzymanie pracy.

Dzięki wydajnemu systemowi informacji kredytowej amerykański konsument może otrzymać kredyt w ciągu zaledwie kilku minut.

Najstarsza agencja (**Equifax**) powstała w 1899 r. Agencja oferuje usługi i produkty konsumentom i przedsiębiorcom. Equifax udostępnia konsumentom takie produkty, jak:
– Equifax Credit Watch™ (monitoring zmian w raporcie kredytowym),
– Score Watch™ (monitoring zmian w wyniku kredytowym),
– 3-in-1 Credit Report (raport z trzech agencji),
– Score Power® (wynik kredytowy Equifax),
– 3-in-1 with Score Power® (wyniki kredytowe z trzech agencji),
– Equifax Credit Report™ (raport kredyowy),
– Equifax Home Valuator™ (wycena nieruchomości).

Głównym produktem agencji jest Equifax Credit Report™. Equifax przechowuje cztery typy informacji w raporcie kredytowym:
1) dane identyfikacyjne:
   – imię i nazwisko,
   – adres zamieszkania,
   – numer Social Security,
   – datę urodzenia;
2) historię kredytową:
   – stany rachunków bankowych,
   – limit kredytowy,
   – saldo kredytowe,
   – miesięczne zobowiązania finansowe;
3) rekord publiczny:
   – bankructwo konsumenta,
   – orzeczenia sądowe;
4) zapytania:
   – wszystkie zapytania o raport kredytowy konsumenta z ostatnich 6 miesięcy.

Agencja nie przechowuje takich informacji, jak: dochód konsumenta, kwota oszczędności, rasa, płeć, wyznanie, przynależność do partii politycznych, informacje medyczne, informacje o przestępstwach popełnionych przez konsumenta [www.equifax.com].

Opóźnienia w płatnościach negatywnie odbijają się na historii kredytowej konsumenta. Najczęstszymi powodami złej historii kredytowej są:
– brak doświadczenia,
– choroba,

- bezrobocie,
- kradzież tożsamości.

Inną agencją działającą w Stanach Zjednoczonych jest **TransUnion** (rok założenia 1968).

Agencja świadczy usługi w zakresie dostarczania informacji kredytowych i handlowych przedsiębiorstwom i konsumentom. Agencja od początku swojej działalności wdrażała innowacyjne technologie informatyczne. Pierwotnie agencja przechowywała wszystkie raporty konsumenckie w postaci papierowej zgromadzone w systemie teczek i segregatorów. W 1972 r. uruchomiono system CRONUS (*Credit Reporting Online Network Utility System*) umożliwiający gromadzenie i zarządzanie informacją o konsumencie w systemie komputerowym. System agencji TransUnion oparty był początkowo na przeglądarce w trybie DeskTop, następnie ewoluował w system, którego produkty i usługi są dostępne przez sieć Internet. Raporty dostarczane drogą elektroniczną są chronione bezpiecznym protokołem SSL (*Secure Layer Socket*).

Agencja oferuje produkty i usługi konsumentom i przedsiębiorcom. Do narzędzi konsumenckich należy zaliczyć:

- Transunion Personal Credit Raport (raport kredytowy),
- 3-in-1 Credit Report (raporty kredytowe z trzech agencji),
- Credit Score (wynik kredytowy Transunion),
- Credit Score Plus (rozszerzony wynik kredytowy Transunion),
- ID Fraud-Watch (instrument do wykrywania oszustw tożsamości),
- Online Credit Monitoring (monitoring zmian w raporcie kredytowym).

Każdy raport kredytowy Transunion składa się z sekcji:

1) dane osobowe:
   - imię i nazwisko,
   - aktualne i poprzednie adresy zamieszkania,
   - numer Social Security,
   - numer telefonu,
   - data narodzin,
   - aktualni i poprzedni pracodawcy;
2) historia kredytu:
   - wykaz wszystkich rachunków bankowych z ostatnich 10 lat,
   - karty kredytowe,
   - pożyczki bankowe,
   - pożyczki towarzystw finansowych,
   - hipoteki;
3) informacje o wierzycielach:
   - numer rachunku,
   - imię i nazwisko wierzyciela,
   - kwota pożyczona,
   - kwota należna,

– limit kredytu,
– daty otwarcia, uaktualnienia lub zamknięcia rachunku,
– punktualność płatności,
– opóźnienia w płatnościach;

4) rekord publiczny:
– bankructwa,
– orzeczenia sądów;

5) zapytania:
– wykaz wszystkich zapytań o raport kredytowy konsumenta.

Informacje zawarte w rekordzie publicznym bardzo negatywnie wpływają na wizerunek finansowy konsumenta, nawet jeżeli zobowiązania zostały w całości spłacone.

Raport kredytowy nie zawiera takich informacji o konsumencie, jak: rasa, płeć, wyznanie, orientacja seksualna, narodowość, historia medyczna, wynik kredytowy (*credit score*).

W rekordzie konsumenta przechowywane jest każde zapytanie o raport kredytowy konsumenta. Zapytania w raporcie w małym stopniu zmniejszają wynik raportu kredytowego konsumenta. Poprawa wyniku kredytowego konsumenta zachodzi w momencie spłaty aktualnych zobowiązań finansowych [www.transunion.com].

Trzecią agencją o zasięgu międzystanowym jest agencja **Experian**. Działalność agencji skupia się przede wszystkim na zarządzaniu informacjami kredytowymi o konsumentach (215 mln rekordów konsumentów w bazach danych, 0,01 mln rekordów o przedsiębiorcach).

Experian oferuje konsumentom następujące produkty (narzędzia):
– 3 Bureau Credit Report SM (raporty kredytowe z trzech agencji),
– Credit Manager SM (raport kredytowy z wynikiem kredytowy, monitoring zmian w raporcie kredytowym),
– Experian credit report (raport kredytowy),
– Experian credit score (wynik kredytowy),
– Vehicle History Report – raport historii samochodu, baza krajowa pojazdów.

Raport kredytowy o konsumencie zawiera takie informacje, jak:
– dane personalne (imię, nazwisko, aktualne i poprzednie adresy, numer telefonu, numer Social Security, data narodzin, aktualny i poprzedni pracodawcy),
– rekord publiczny (bankructwo, zastaw podatków),
– informacje o wszystkich kontach bankowych (daty otwarcia, pożyczki, miesięczne płatności itp.),
– informacje o podmiotach, które pobrały raport kredytowy,
– spór między konsumentem a wierzycielem.

Na wynik kredytu nie mają wpływu: rasa konsumenta, kolor skóry, wyznanie, narodowość, płeć, stan cywilny [www.experian.com].

Agencja Experian udostępnia konsumentom *on-line* raporty z biur: Experian, Equifax i TransUnion.

Experian udostępnia raporty kredytowe za pośrednictwem sieci Internet:

– Net Connect – aplikacja typu klient serwer, nie oparta na przeglądarce internetowej, kodowanie SSL2 128 bitami, wymagana rejestracja,

– BizApps – aplikacja oparta na przeglądarce internetowej, wymagana rejestracja.

Każda z agencji (Experian, Equifax, TransUnion) działa niezależnie. Informacje zgromadzone w bazach danych agencji o danym konsumencie mogą być różne.

Na podstawie informacji zawartych w raportach kredytowych agencji można zbudować model przepływu informacji w amerykańskim systemie informacji kredytowej (rys. 1). Do agencji spływają informacje od:

– przedsiębiorców (zobowiązania finansowe konsumenta, zapytania o raport, zakwestionowane stany rachunków konsumenta),

– organów państwowych (informacje o bankructwach, wyrokach sądowych itp.),

– konsumentów (dane personalne, zakwestionowane stany rachunków konsumenta).

Na podstawie zgromadzonych informacji agencje tworzą raport i wynik kredytowy konsumenta.

Rys. 1. Model dyfuzji informacji w amerykańskim systemie informacji kredytowej
Źródło: opracowanie własne.

Zły raport kredytowy uniemożliwia konsumentowi zaciąganie następnych pożyczek lub zwiększa koszty zaciąganego kredytu. Naprawa złej historii kredytowej jest możliwa przez niezaciąganie kolejnych zobowiązań finansowych oraz terminową spłatę bieżących. W Stanach Zjednoczonych w ostatnich latach nasila się zjawisko kradzieży tożsamości. Oszuści, podszywając się pod osoby z dobrym wynikiem kredytowym (*credit score*), dobrym raportem kredytowym, zaciągają

kredyt na konto swojej ofiary. Kredyt taki nie jest spłacany, co powoduje pogorszenie wyniku kredytowego oraz zły raport kredytowy oszukanego konsumenta. Naprawa złej historii kredytowej po kradzieży tożsamości jest trudna, dlatego bardzo ważne jest szybkie wykrycie posłużenia się przez osobę trzecią danymi osobowymi konsumenta.

Oszuści mogą wejść w posiadanie danych osobowych, wykorzystując jedną z takich metod, jak:

- przeszukiwanie śmieci,
- kradzież poczty w poszukiwaniu informacji zawierających dane bankowe, podatkowe,
- kradzież dokumentów,
- zmiana danych adresowych w celu przekazywania poczty pod inny adres,
- pobranie raportu kredytowego przez osobę nie uprawnioną,
- kradzież danych osobowych z miejsca pracy.

Agencje TransUnion, Equifax i Experian oferują konsumentom narzędzia monitorujące zmiany w raporcie kredytowym lub wyniku kredytowym. W agencji TransUnion narzędziami tymi są ID Fraud-Watch i Online Credit Monitoring, w Equifax – Equifax Credit Watch™ i Score Watch™, a w Experian – Experian Credit Manager℠.

Każdy konsument może prosić agencję o weryfikację danych zawartych w raporcie. W przypadku uzupełnienia lub usunięcia informacji po interwencji konsumenta kopia uaktualnionego raportu jest dostarczana bezpłatnie konsumentowi w ciągu 30 dni. W momencie niezadowolenia z przeprowadzonej przez agencję weryfikacji, konsument ma prawo dołączyć oświadczenie wyjaśniające do swojego raportu kredytowego. Koszty weryfikacji informacji ponosi agencja. Z raportu mogą być usuwane tylko informacje niedokładne. System informacji kredytowej daje określone korzyści podmiotom udzielającym pożyczek, kredytów lub wydającym karty kredytowe, zaliczyć do nich możemy:

- natychmiastową ocenę zdolności kredytowej,
- historię zachowań płatniczych konsumenta,
- niskie koszty przyznania kredytu,
- minimalizację strat związanych z nie spłacanymi zobowiązaniami konsumentów.

Raporty kredytowe ułatwiają konsumentom zarządzanie swymi zobowiązaniami finansowymi. Konsumenci dzięki raportom kredytowych mogą:

- oceniać swoją zdolność kredytową,
- planować zaciąganie zobowiązań finansowych,
- nie dopuszczać do przerostu zobowiązań względem swoich możliwości finansowych.

3. Analiza porównawcza amerykańskich i polskich biur

Amerykańskie agencje informacji kredytowej czerpią opłaty za udostępnianie informacji kredytowych od konsumentów (podmiotów) pobierających raport, w Polsce BIG obciąża opłatami podmioty przekazujące informacje do biura.

W amerykańskim systemie informacji kredytowej dane o konsumencie (przedsiębiorcy) mogą być skasowane na wniosek konsumenta (przedsiębiorcy). Agencje przez 2 lata nie zbierają informacji o takim konsumencie (przedsiębiorcy). Brak danych w systemie o konsumencie (przedsiębiorcy) uniemożliwia prawie całkowicie możliwość zaciągnięcia kredytu na terytorium USA. Amerykanie dbają więc o jak najbogatszą historię kredytową. Dobre zarządzanie finansami otwiera przed konsumentami (przedsiębiorcami) większe możliwości dostępu do:

- tanich, korzystnych kredytów,
- lepiej płatnej pracy,
- szybszego awansu zawodowego.

Polski system informacji kredytowej różni się od amerykańskiego systemu informacji kredytowej takimi elementami, jak:

- rodzaj przechowywanych informacji gospodarczych,
- zakres działalności prowadzonej przez biura,
- czas przechowywania informacji gospodarczych.

Amerykańskie agencje i polskie Biura Informacji Gospodarczej gromadzą przetwarzają i udostępniają informacje gospodarcze konsumentów oraz przedsiębiorców. W USA prawa konsumentów gwarantuje ustawa Fair Credit Reporting Act (FCRA), a w Polsce Ustawa o ochronie danych osobowych z 29 października 1997 r. oraz Ustawa o udostępnianiu informacji gospodarczych z 14 lutego 2003 r. Gromadzenie, przetwarzanie i udostępnianie informacji gospodarczych przedsiębiorców nie będących osobami fizycznymi nie jest dokładnie określone ani w prawie amerykańskim, ani w polskim.

Ustawa FCRA nie precyzuje dokładnie, jakie informacje można zaliczyć do informacji gospodarczych, określa natomiast, których danych o konsumentach nie wolno gromadzić. Prawo polskie dokładnie definiuje zakres informacji gospodarczych.

Zarówno agencje amerykańskie, jak i polskie BIG przyznają się do gromadzenia pozytywnych i negatywnych informacji gospodarczych. Różnica między oboma systemami informacji kredytowej polega na stosunku ilości informacji pozytywnych do negatywnych zgromadzonych przez dane biuro. Z analizy literaturowej, ustawy FCRA oraz informacji ujawnianych przez amerykańskie agencje informacji kredytowej wynika, że agencje te skupiają się przede wszystkim na gromadzeniu pozytywnych informacji gospodarczych. W Polsce Biura Informacji Gospodarczej gromadzą głównie negatywne informacje o konsumencie lub przedsiębiorcy. Takiemu stanowi rzeczy sprzyja polskie prawo oraz mentalność narodowa. Przedsiębiorcom o wiele łatwiej i prościej jest wysłać do BIG infor-

mację negatywną niż pozytywną. Pozytywne informacje gospodarcze są wysyłane do biura tylko na pisemny wniosek konsumenta (przedsiębiorcy) przez przedsiębiorcę. W Stanach Zjednoczonych pozytywne informacje są gromadzone przez agencje automatycznie.

Czas przechowywania informacji gospodarczych w USA i w Polsce jest różny. W USA negatywne informacje są przechowywane od 7 do 10 lat. Natomiast informacje pozytywne nie ulegają przedawnieniu.

W Polsce pozytywne i negatywne informacje gospodarcze o konsumencie, przedsiębiorcy są przechowywane do czasu:

- całkowitego zaspokojenia zobowiązania, jego wygaśnięcia lub odroczenia jego wykonania,
- stwierdzenia faktu nieistnienia zobowiązania,
- rozwiązania lub wygaśnięcia umowy między przedsiębiorcą a BIG,
- upływu 10 lat od czasu przekazania informacji dotyczącej posłużenia się podrobionym lub cudzym dokumentem,
- upływu 10 lat od czasu przekazania informacji gospodarczej do BIG.

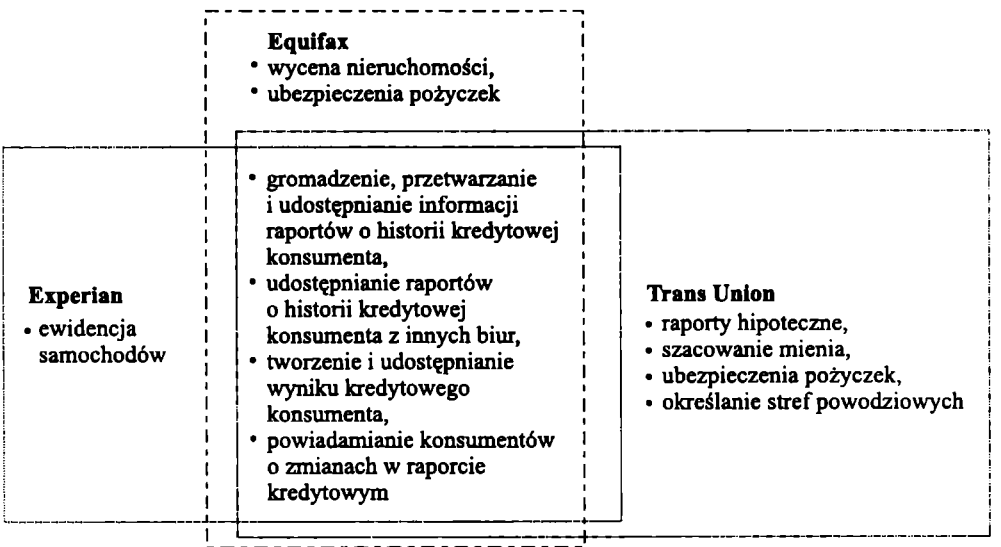
Przedsiębiorca lub konsument nie płacący swoich zobowiązań finansowych dość łatwo może pozbywać się negatywnych informacji w rejestrach BIG. Stosując regułę „czarnego Piotrusia", może spłacić zaległe zobowiązania (BIG nie będzie posiadał negatywnych informacji gospodarczych) w celu zaciągnięcia kolejnych kredytów, których nie będzie spłacał [Perechuda, Telec 2004]. Amerykański system jest odporny na regułę „czarnego Piotrusia", ponieważ gromadzi głównie pozytywne dane, a negatywne usuwa po 7 lub 10 latach.

Agencje amerykańskie gromadzą przede wszystkim informacje o konsumentach, ilość informacji o przedsiębiorcach jest stosunkowo mała w porównaniu z ilością rekordów o konsumentach. Agencje posiadają w swych bazach danych informacje o zwyczajach płatniczych ok. 75% wszystkich amerykanów. Polskie biura nie ujawniają informacji na temat liczby zgromadzonych informacji gospodarczych o konsumentach i przedsiębiorcach. Ze względu na fakt bardzo łatwego usunięcia danych negatywnych z baz danych BIG oraz na nieprostą (nieautomatyczną) procedurę umieszczania w rejestrach informacji pozytywnych należy przypuszczać, że polskie Biura Informacji Gospodarczej posiadają procentowo znacznie mniej informacji o swoich obywatelach niż amerykańskie agencje informacji kredytowej.

Agencje amerykańskie świadczą różnego rodzaju usługi dla konsumentów oraz przedsiębiorców. Część usług dla konsumentów jest ujednolicona. Do podstawowych kompetencji (rys. 2) agencji można zaliczyć:

- gromadzenie, przetwarzanie i udostępnianie informacji z raportów o historii kredytowej konsumenta,
- udostępnianie raportów o historii kredytowej konsumenta z innych biur,
- tworzenie i udostępnianie wyniku kredytowego konsumenta,
- powiadamianie konsumentów o zmianach w raporcie kredytowym.

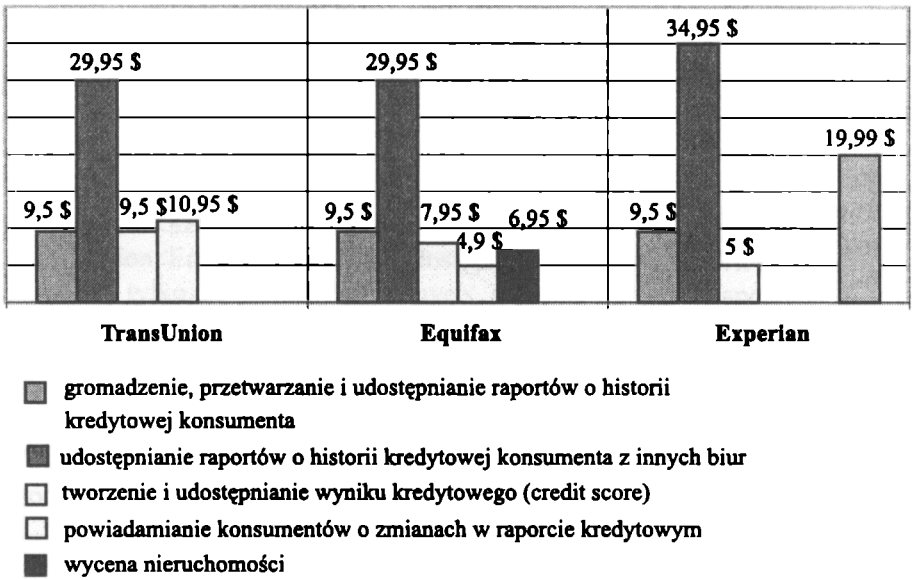
Agencje wyspecjalizowały się dodatkowo w świadczeniu takich usług, jak:
- wycena nieruchomości (Equifax),
- ubezpieczenia pożyczek (Equifax),
- raporty hipoteczne (TransUnion),
- szacowanie mienia (TransUnion),
- ubezpieczenia pożyczek (TransUnion),
- określanie stref powodziowych (TransUnion),
- ewidencja samochodów (Experian), ogólnokrajowa baza pojazdów samochodowych.



Rys. 2. Kompetencje agencji informacji kredytowej w Stanach Zjednoczonych
Źródło: opracowanie własne.

Cennik usług w obszarze konsumenckim jest mało zróżnicowany (rys. 3). Cena zależy od czasu świadczenia usługi. Koszt udostępnienia konsumentowi raportu o historii płatniczej jest jednakowy we wszystkich biurach.

Usługi świadczone przedsiębiorcom przez amerykańskie agencje są dużo bardziej zróżnicowane niż oferowane konsumentom. Agencje na podstawie ogromnej ilości danych zgromadzonych w swoich bazach danych dostarczają przedsiębiorcom informacji i wiedzy o:
- zwyczajach płatniczych konsumentów,
- potencjalnych nabywcach dóbr i usług oferowanych przez przedsiębiorców,
- skłonnościach konsumenta do ryzyka w aspekcie odpowiedzialności na zajmowanym stanowisku pracy,
- możliwości odpłatnego ujawnienia przez pracownika tajnych informacji gospodarczych lub państwowych,



Rys. 3. Cennik usług konsumenckich oferowanych przez agencje w USA
Źródło: opracowanie własne na podstawie: [www.transunion.com; www.equifax.com; www.experian.com].

– wartości nieruchomości w dowolnym miejscu na terenie USA,
– historii pochodzenia samochodów zarejestrowanych na terenie USA,
– próbach kradzieży tożsamości w celu zaciągnięcia kredytu.

Zakres usług oferowanych przez agencje amerykańskie nie jest określony prawnie. W akcie FCRA określono jedynie prawa konsumentów. Umożliwia to agencjom dostosowywanie świadczonych usług do potrzeb prężnie rozwijającej się gospodarki Stanów Zjednoczonych.

W Polsce ustawa o udostępnianiu informacji gospodarczych mocno ogranicza zakres działalności BIG. Biura Informacji Gospodarczej mogą świadczyć jedynie usługi ujawniania informacji o:

– zwłoce w wykonywaniu zobowiązań pieniężnych konsumentów wobec przedsiębiorców określonych przez ustawę,
– zwłoce w wykonywaniu zobowiązań pieniężnych przedsiębiorców względem przedsiębiorców,
– próbie posłużenia się podrobionym dokumentem tożsamości lub zaświadczeniem o zarobkach,
– wywiązywaniu się przedsiębiorcy, konsumenta z zobowiązań pieniężnych względem innego przedsiębiorcy.

Polski system informacji kredytowej jest zamknięty na innowacyjne potrzeby przedsiębiorców oraz konsumentów. Zadaniem polskich biur jest straszenie nierze-

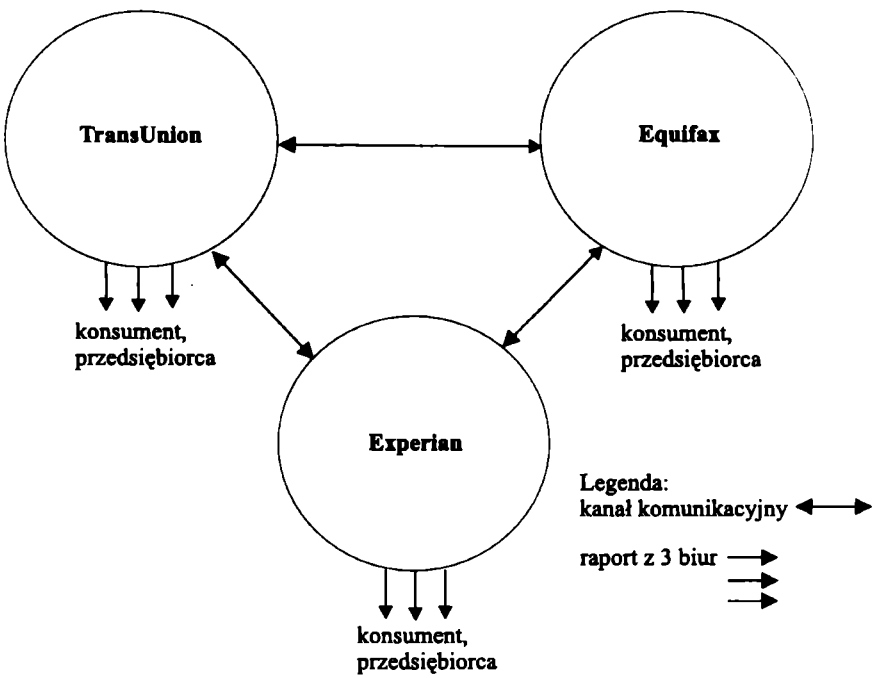
telnych konsumentów i przedsiębiorców możliwością wpisania na „czarną listę" dłużników.

Zarówno amerykańskie agencje, jak i polskie biura informacji kredytowej świadczą swoje usługi za pomocą transmisji elektronicznej danych:

- poczty elektronicznej,
- stron www,
- transmisji danych przez ftp,
- telefonu,
- faksu.

Metoda transmisji elektronicznej musi zapewniać wysoki poziom bezpieczeństwa danych. Biura stosują w tym celu:

- kodowanie 128-bitowe stron www,



Rys. 4. Amerykański model sieci agencji o topologii „każdy z każdym"
Źródło: opracowanie własne.

- bezpieczne połączenia ftp,
- wdzwaniane połączenia *dial-up* itp.

Agencje w USA przetwarzają każdą informację finansową związaną z kredytem konsumenckim dzięki rozwiniętemu systemowi informacyjnemu. Do obsługi i działania całego systemu amerykańskie agencje zatrudniają od 3600 (TransUnion) do 4600 (Equifax) osób.

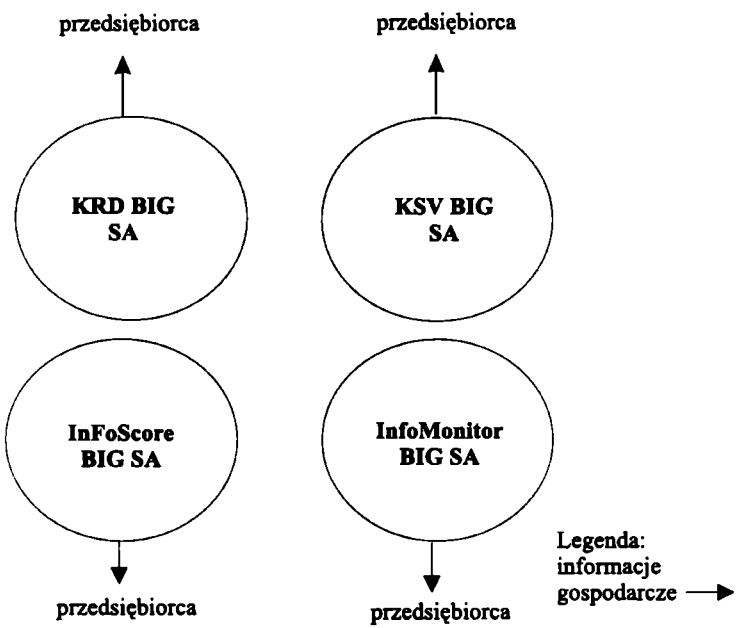
Polskie biura informacji gospodarczej nie ujawniają liczby zatrudnionych pracowników.

Ostatnią cechą rozpatrywaną podczas porównania amerykańskich i polskich biur informacji kredytowej jest model sieci tworzonej między biurami. Biura mogą tworzyć model sieci o topologii:

- gwiazdy,
- „każdy z każdym" [Perechuda, Telec 2004].

TransUnion, Equifax i Experian udostępniają raporty o historii kredytowej konsumenta nie tylko ze swoich baz danych, ale także gotowe raporty pozostałych biur. Amerykańskie agencje wymieniają się gotowym produktem, raportem kredytowym konsumenta. Agencje tworzą model sieci o topologii „każdy z każdym" (rys. 4). Model taki jest korzystny dla konsumentów i przedsiębiorców, ponieważ wymusza na agencjach dbanie o wysoką jakość świadczonych usług.

Polskie biura informacji kredytowej nie ujawniają informacji gospodarczych z pozostałych biur. Nie tworzą obecnie żadnego modelu sieciowego (rys. 5).



Rys. 5. Model sieci polskich biur informacji gospodarczej
Źródło: opracowanie własne.

4. Zakończenie

W artykule dokonano analizy porównawczej usług amerykańskich agencji informacji kredytowej i polskich Biur Informacji Gospodarczej. Polskie prawo ogranicza swobodę działania BIG. W przeciwieństwie do amerykańskich agencji między polskimi biurami nie występuje koordynacja działań polegająca na wymianie gotowych produktów lub danych. Amerykański system informacji kredytowej nieustannie dostosowuje się do potrzeb rynku. Polskie Biura Informacji Gospodarczej rozpoczęły działalność na przełomie lat 2003 i 2004 i są nadal w fazie rozwoju.

Literatura

Informacja w zarządzaniu procesem zmian, red. R. Borowiecki, M. Kwieciński, Zakamycze, Kraków 2003.

Perechuda K., Telec Z., *Modele sieci biur informacji gospodarczej w Polsce*, Prace Naukowe AE nr 1045, AE, Wrocław 2004.

Ustawa o ochronie danych osobowych z dnia 29 października 1997 r., DzU z 2002 r. nr 101, poz. 926, ze zm.

Ustawa o udostępnianiu informacji gospodarczych z dnia 14 lutego 2003 r., DzU z 2003 r. nr 50, poz. 424.

www.equifax.com, 1.04.2005.

www.experian.com, 1.04.2005.

www.transunion.com, 1.04.2005.

EVALUATION OF AMERICAN CREDIT REPORTING AGENCIES IN COMPARISON WITH POLISH OFFICES OF ECONOMIC INFORMATION

Summary

The paper presents services of American credit reporting agencies in comparison with Polish offices of economic information. There are also presented the models of net in American and Polish systems of information.