

Przedsiębiorstwa, które mają bardzo bliski kontakt ze swymi klientami lub oferują unikalny produkt są w znacznie mierze niezależne od otoczenia makroekonomicznego - uważa Marek Dietl z SGH. - Im mniejsze przedsiębiorstwo, tym mniejsze zapotrzebowanie na prognozy makroekonomiczne - mówi Ignacy Morawski, główny ekonomista Polskiego Banku Przedsiębiorczości.

Źródło: Obserwator Finansowy. [Czytaj dalej...](#)

Leave this field empty if you're human: