

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...](#)

[mc4wp_form id="84"]