

Bloomberg Businessweek

Polska

OLIMPIADA WŁADIMIRA PUTINA

s.46

cena 5,90 zł (w tym 8% VAT)

ISSN 2083-6279

INDEKS 278009



Bloomberg Businessweek

Polska

Zamów
roczną
prenumeratę
magazynu

Otrzymasz
6 wydań
w prezencie

PRENUMERATA 2014



**Bloomberg
Businessweek**

Polska

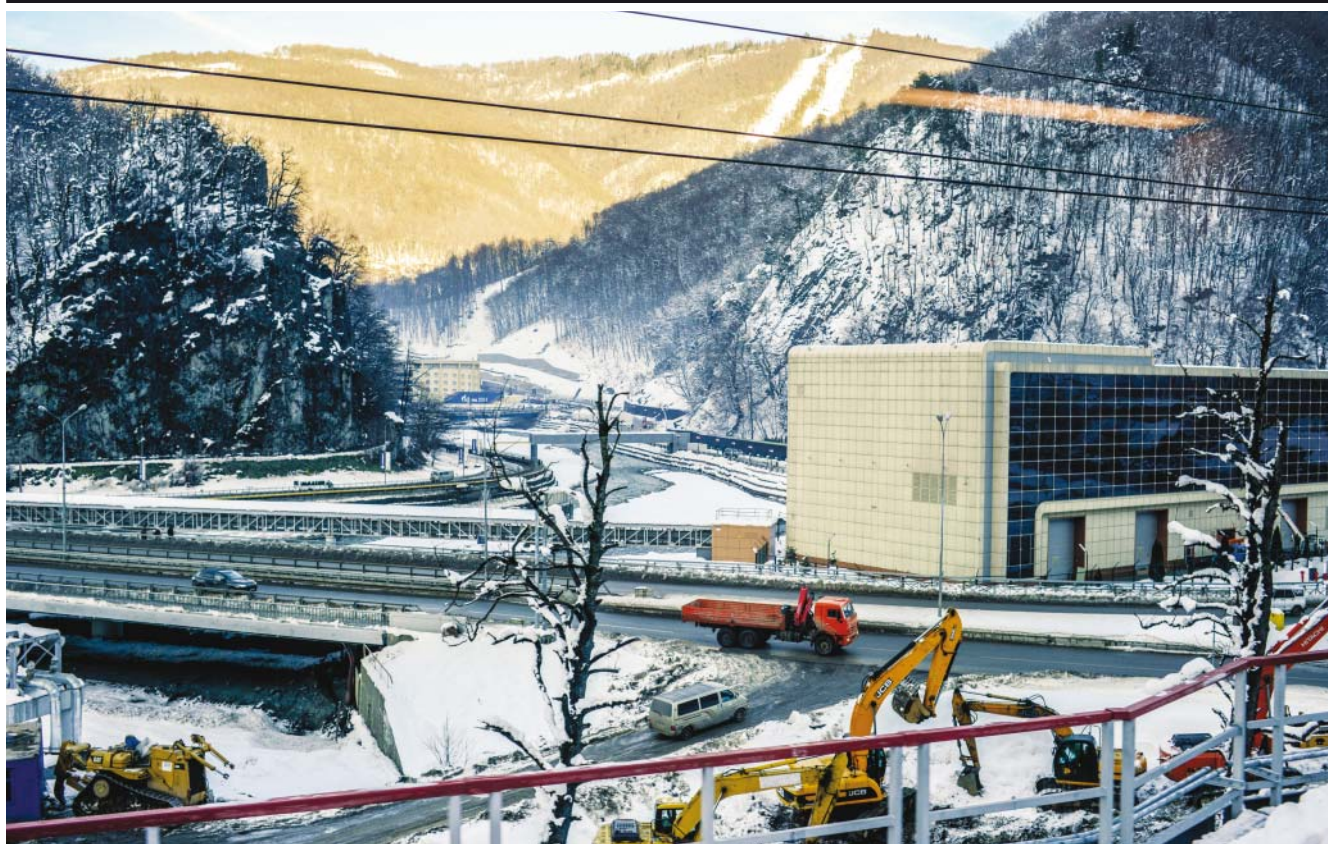
7 dni na biznes



Szczegóły na www.bloombergbusinessweek.pl/prenumerata

Dodatkowe informacje pod numerem telefonu 800 120 195

[Kup książkę](#)



Jeśli rozejrzy się pan dookoła gdziekolwiek w Rosji - opowiada Morozow - zobaczy pan to samo, może nawet więcej. Kultura nieformalnych mechanizmów kontroli i walka o wpływy jako droga do osobistego bogacenia się. To jest starsze niż prace nad olimpiadą, starsze niż era Putina. Soczi dzieje się w całej Rosji.

s.46



Cezary Szymanek

cezary.szzymanek@bbwp24.pl
@cszymanek on twitter

Czy osiedliśmy na laurach?
Polityczna walka o biednych
w Brazylii. Aukcja pod LTE.
Zakupy w sieci po nowemu.
I przytulanie się do drzew
zamiast do smartfona.
Zaczynamy czwarty już rok
„Businessweeka” w Polsce.

„Gdyby przepisy zostały
wdrożone w tej wersji,
która została zaprezento-
wana, to oznacza koniec
energetyki odnawialnej
w Polsce. Mało tego,
zniszczymy wszystko, co
nam się udało do tej pory
zbudować”.

s.6

Polscy menedżerowie
są więc często natural-
nym wyborem przy
rekrutacji kandydatów
na szefów regionu
– tym bardziej że są
postrzegani jako
przedsiębiorczy i ela-
styczni, a co więcej,
nasz kraj zapewnia
zwykle większość
przychodów regional-
nych operacji.

s.18



Otwarcie

O olimpiadzie w Krakowie i gospodarce w 2014 roku w rozmowie z prof. Witoldem Orłowskim 6

Globalne Interesy

Wyborczy kalkulator Dilmy Rousseff 12

Złe czasy dla rolników w Japonii 13

Syria: przemysł nad przepaścią 15

Korelacje – podatki i wzrost 16

Firmy i Rynki

Kierownik – nowy polski towar eksportowy 18

Konsekwencje aukcji częstotliwości szybkiego internetu 20

Firmy uciekają z Chin – wzrosły koszty pracy. Kto zostanie? 22

Rusza kolejna edycja konkursu „Laury Magellana” 23

Stare auta cieszą się wzięciem. Dostrzegli to również oszuści 24

Legia zmienia właścicieli – koncert ITI sprzedaje klub 25

Polityka i Biznes

Nowa ustawa o OZE – projekt, który zatrzyma wiatraki 26

W zbrojeniówce na horyzoncie tłuste lata 28

W sprawie OFE Trybunał Konstytucyjny nie powinien zwlekać, by nie było za późno 29

Zimowe igrzyska w Zakopanem? „Za” i „przeciw” projektowi 31

Technologie

Wielka unijna urawniłowka w e-commerce – dla kogo dobrze, dla kogo źle 32

Targi CES. Las Vegas wytycza trendy w elektronice 34

Wi-Fi może zmienić biznes operatorów komórkowych 35

Innowacje – zmodyfikowane genetycznie świeczące rośliny zamiast latarni miejskich 37

Inwestycje i Finanse

Polacy wierzą, że jeśli inwestować, to w mieszkania, złoto albo na lokacie w banku 38

Dilerzy manipulowali kursami przez chat? Śledztwo trwa 41

Giełda w Iranie rozkwita. Wystarczyła zmiana władzy 43

Polacy szturmują TFI. Dokąd płyną ich pieniądze? 44

Emerytura pod palmami tylko dla najstarszych 44

Zoom

Gigantomania, korupcja, marnotrawstwo. Olimpiada w Soczi to putinowska Rosja w pigułce 46

Ludzie z karabinami. Jak się buduje prywatne imperium wojskowe 54

ETC

Kochasz swój telefon za bardzo? Możliwe, że potrzebny ci cyfrowy odwyk 61

Nośniki muzyki – zeszłoroczne płyty wciąż warte uwagi 64

Na brylantach znają się jak nikt inny – Tiffany & Co. 65

Moja droga na szczyt – Jakub Karnowski, prezes PKP 66

Bloomberg Businessweek Polska

Redaktor naczelny
Cezary Szymanek
Zastępca redaktora naczelnego
Krzysztof Adam Kowalczyk
Sekretarz redakcji
Anna Sochocka
Redaktorzy prowadzący
Zbigniew Domaszewicz
Karol Manys
Paweł Sołtys

Dyrektor artystyczna
Aleksandra Karoń
Grafik
Krzysztof Kapica
Fotoedycja
Anna Wdowińska
DTP
Michał Kasper
Korekta
Grażyna Nawrocka
Obrobka foto
Tomasz Rojek

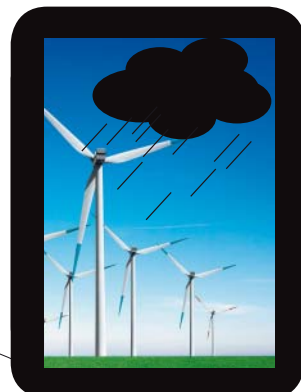
Adres redakcji
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
tel. (22) 463 03 00
www.bloombergbusinessweek.pl
redakcja@bbwp24.pl
ISSN 2083-6279
Artykułów niezamówionych nie zwracamy. Redakcja zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania tekstów.

Wydawca
Gremi Business Communication Sp. z o.o., ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
Druk
RR Donnelley Europe
Biuro reklamy i ogłoszeń
ul. Prosta 51, tel. (22) 629 86 14, 621 48 49,

reklamainfo@presspublica.pl
Dyrektor reklamy i ogłoszeń
Witold Trzciński – tel. (22) 463 05 53, w.trzciński@rp.pl
Sprzedaż egzemplarzowa i prenumerata:
– urzędy pocztowe
– oddziały RUCH SA bezpośrednio na stronie www.prenumerata.ruch.com.pl lub BOK tel. 801 800 803

lub (22) 693 70 00
Prenumerata redakcyjna – tel. (22) 463 00 87, infolinia 800 120 195
Prenumerata elektroniczna
(e-wydanie, wydanie na tablet):
tel. 801 15 15 15, www.e-kiosk.pl, servisy@platne@rp.pl, www.bloombergbusinessweek.pl, www.sklep.rp.pl, www.egazety.pl

„Bloomberg Businessweek Polska” jest wydawany przez Gremi Business Communication sp. z o.o. i Bloomberg L.P. Przetłumaczone i przedrukowane artykuły z „Bloomberg Businessweek” są chronione prawami autorskimi Bloomberg L.P. Wszystkie prawa zastrzeżone. Zakazane jest kopiowanie w jakiegokolwiek formie, w całości lub części, bez pisemnej zgody Bloomberg L.P. i Gremi Business Communication sp. z o.o. „Bloomberg Businessweek Polska” is published by Gremi Business Communication sp. z o.o. and Bloomberg L.P. Articles translated and reprinted in this issue from „Bloomberg Businessweek” are copyrighted 2014 by Bloomberg L.P. All rights reserved. Reproduction in any manner, in whole or in part, without prior written permission of Bloomberg L.P. and Gremi Business Communication sp. z o.o. is expressly prohibited.



Prenumerata 2014

Gazety Giełdy i Inwestorów „Parkiet”



Zaprenumeruj dziennik ekonomiczny „Parkiet” i zyskaj stały dostęp do informacji, analiz, opinii, rankingów i notowań niezbędnych przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych.

Z nami trafnie przewidzisz trendy na rynku!



Wejdź na www.parkiet.com/prenumerata lub zadzwoń:
Prenumerata papierowa: tel. 800-12-01-95
Prenumerata elektroniczna: tel. 801-15-15-15

[Kup książkę](#)

Mam wrażenie, że osiedliśmy na laurach

Z prof. Witoldem
Orłowskim, dyrektorem
Szkoły Biznesu Politechniki
Warszawskiej, głównym
ekonomistą PWC, rozmawia
Cezary Szymanek



ZDJĘCIA: PIOTR BŁAWICKI/EAST NEWS



Najpierw opera w każdym mieście, teraz lotnisko. A za osiem lat olimpiada zimowa w Polsce. Stać nas na taką fanaberię?

Jeśli chodzi o olimpiadę, to po pierwsze, to jest pytanie do władz Krakowa. Nie ma na nie w tej chwili jasnej odpowiedzi, bo nie ma szczegółowych analiz finansowych tego projektu. Wielkie imprezy sportowe właściwie nigdy nie zwracają się w sposób bezpośredni, ale mogą okazać się korzystne, jeśli pośrednio doprowadzą do wzrostu PKB i atrakcyjności kraju, regionu i miasta. Trzeba więc już w tej chwili zadać sobie pytanie, czy i w jakim stopniu pieniądze wydane na organizację olimpiady będą służyć zwiększeniu w przyszłości polskiego PKB. To przełożyłoby się na większe dochody ludzi i wpływy podatkowe, które z kolei pozwolą utrzymać zbudowaną infrastrukturę. To taki magiczny krąg - dobrze zainwestowane pieniądze w kapitał ludzki lub w infrastrukturę powodują, że zwiększają się wpływy, z których można później owe inwestycje utrzymać. A jednocześnie biznesowo musi spinać się sam projekt. W ten sposób powinniśmy podchodzić właściwie do każdego projektu. Jestem bardzo zaniepokojony tym, że coraz częściej w Polsce zaczyna się mówić o tym, że pieniądze z budżetu lub środki unijne to nie finansowanie długookresowych projektów, ale narzędzie, którego działanie ludzie muszą odczuć tu i teraz.

By żyło się lepiej.

Jest małe prawdopodobieństwo, że nawet dobrze wykorzystane fundusze natychmiast i bezpośrednio wpłyną na życie ludzi. To można osiągnąć tylko poprzez wzrost konsumpcji. Natomiast środki budżetowe i unijne służą nie konsumpcji, ale inwestowaniu, które bardzo rzadko daje odczuwalne efekty natychmiast. Mądre działanie polega na tym, by w przyszłości ludziom żyło się lepiej dzięki mocniejszej gospodarce, a nie na tym, żeby ludzie natychmiast odczuli, że żyje się lepiej. I z olimpiadą jest tak samo. To jest przedsięwzięcie, które należy dokładnie skalkulować.

Soczi ma kosztować co najmniej 50 mld dol.

I nawet jeśli wydatki u nas byłyby wielokrotnie mniejsze, to i tak należy ►

Trzeba więc już w tej chwili zadać sobie pytanie, czy i w jakim stopniu pieniądze wydane na organizację olimpiady będą służyć zwiększeniu w przyszłości polskiego PKB.