

MARTA BOGUŚ

Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków

## **Koncentracja przestrzenna działalności gospodarczej korporacji ponadnarodowej Google w latach 2006–2010**

Główną rolę w nasilających się procesach globalizacji odgrywają korporacje ponadnarodowe. „Proces kształtowania się korporacji światowych stymulowany jest poprzez mechanizmy konkurencji dokonujące się na rynku globalnym” (Zioło 2009, s. 12). Korporacje organizują gospodarkę światową wyznaczając i intensyfikując zależność w zakresie zaopatrzenia w surowce, dostaw kooperacyjnych, rynków zbytu, transferu kapitału finansowego oraz intelektualnego, a także technologii (Zioło 2006). Podstawowym celem funkcjonowania korporacji jest maksymalizacja zysku, do której dążą poprzez zwiększanie efektywności swej działalności, pogłębianie istniejących oraz opanowywanie nowych rynków (Zioło 2009). W trwającej współcześnie fazie społeczeństwa informacyjnego jednym z podstawowych czynników rozwoju działalności gospodarczej są rozrastające się technologie informacyjne, a najcenniejszy kapitał stanowią ludzie, wiedza, wysokie technologie oraz innowacje (Olszak 2007). Dlatego układy przestrzenne różnej skali nieustannie podnoszą swoją atrakcyjność, by stwarzać jak najkorzystniejsze warunki lokalizacji dla nowych form działalności gospodarczej. Obecnie w grupie czynników kształtujących przewagę lokalizacyjną korporacji największe znaczenie mają zdolność technologiczna krajów goszczących, stopień zintegrowania rynków regionalnych oraz tworzenie się wyspecjalizowanych w określonej dziedzinie obszarów działalności badawczo-rozwojowej i produkcyjnej (Wieloński 2005). Rozmieszczenie firm informatycznych na świecie jest związane z poziomem rozwoju gospodarczego, zasobami pracy i uwarunkowaniami ekonomicznymi (Kilar 2009). Coraz częściej dokonuje się lokalizowania za granicą kraju macierzystego badań naukowych i prac rozwojowych w celu przejścia lub wykorzystania zaawansowanych zdolności technologicznych ośrodków naukowo-badawczych oraz wysoko wykwalifikowanej kadry specjalistów.

W świetle przedstawionych przesłanek przedmiotem niniejszych rozważań będzie określenie zmian stopnia koncentracji przestrzennej działalności gospodarczej korporacji ponadnarodowej Google w latach 2006–2010.

Zmierzać będziemy do określenia uwarunkowań lokalizacji oddziałów korporacji w przestrzeni światowej w latach 2006–2010. Okres ten obejmuje zmieniające się uwarunkowania działalności gospodarczej na świecie związane ze wzrostem gospodarczym w latach 2006–2007, recesją w latach 2007–2009 oraz wychodzeniem z niej w 2010 roku. Biorąc

pod uwagę dostępność bazy informacyjnej, działalność gospodarczą korporacji i zmiany jej potencjału ekonomicznego przedstawiono w świetle wartości przychodu, zysku, aktywów, wartości rynkowej oraz liczby zatrudnionych.

W nawiązaniu do bazy źródłowej w dalszej części analizy zmiana przestrzenna działalności ekonomicznej korporacji Google omówiona zostanie w podziale na trzy obszary występowania: Stany Zjednoczone, Wielką Brytanię oraz pozostałe obszary świata w oparciu o wartość przychodu w latach 2006–2010 oraz wartości aktywów w latach 2007–2010.

## ZARYS DZIAŁALNOŚCI KORPORACJI GOOGLE

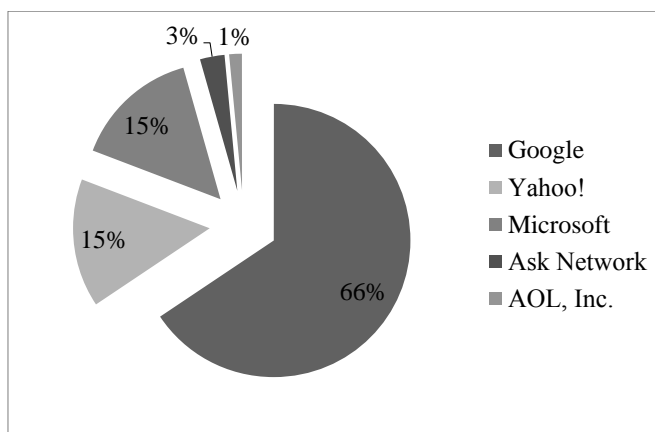
Założyciele firmy Google – Larry Page i Sergey Brin pracę nad swoim projektem rozpoczęli w 1995 roku w pokoju akademika prywatnego Uniwersytetu Stanfordzkiego mieszczącego się w Dolinie Krzemowej w Kalifornii. Początkowo wyszukiwarka, którą stworzyli działała na serwerach amerykańskiego Stanford University w domenie google.stanford.edu. Gdy pokój okazał się zbyt mały do prowadzenia działalności, wynajęli roku garaż w Menlo Park w Kalifornii. Rejestracja firmy *Google Inc.* nastąpiła we wrześniu 1998 r. dzięki wsparciu prywatnych inwestorów. Dopiero w 1999 roku firmę przeniesiono do obecnej siedziby i centrali w Mountain View w Kalifornii. Korporacja przetrwała załamanie rynku dot-comów<sup>1</sup>, co ugruntowało jej pozycję na rynku.

Od momentu wejścia na amerykańską giełdę przy Wall Street 19 sierpnia 2004 roku firma zaznaczyła hiperrozwoj w dziedzinie wyszukiwania, a marka Google rozpowszechniła się wśród poszukujących internautów na całym świecie (Boguś, 2010). Największy dochód korporacji generowany jest przez stale udoskonalaną wyszukiwarkę internetową, której udział w ogóle wyszukiwarek na świecie w październiku 2011 roku stanowił 65,6% (ryc. 1), a także serwisy reklamowe AdWords i AdSense. Google nieustannie poszerza i pogłębia swoją bogatą ofertę produktów i usług, która obejmuje także szeroki wachlarz aplikacji internetowych, usług biznesowych oraz urządzeń mobilnych. Strategia oparta na innowacyjności, jakości oraz kapitale ludzkim pozwoliła korporacji zdobyć i utrzymać pozycję lidera wśród wiodących firm informatycznych na świecie. W 2010 roku wśród 20 firm zajmujących się usługami komputerowymi (*computer services*) Google zajęło 2. pozycję osiągając wartość sprzedaży wynoszącą 29,3 mld USD, wartość zysku równą 8,5 mld USD, wartość aktywów – 57,9 mld USD oraz wartość rynkową – 185,8 mld USD<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Okres euforii na giełdach całego świata w latach 1995–2001 związany ze spółkami z branży informatycznej i z pokrewnych sektorów, związany z nadmiernym przecenianiem przedsiębiorstw, które prowadziły działalność w Internecie bądź zamierzały ją rozpocząć.

<sup>2</sup> Ranking The Global 2000 magazynu Forbes z 2010 roku.



Ryc. 1. Udział poszczególnych wyszukiwarek w rynku wyszukiwarek ogółem w 2010 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.businessinsider.com>

## ANALIZA ROZMIESZCZENIA ODDZIAŁÓW GOOGLE NA ŚWIECIE

Korporacje ponadnarodowe dążąc do poszerzania rynków działania lokalizują swe oddziały na terenie innych krajów. Do tej reguły nawiązuje korporacja Google, która posiada swoje oddziały na całym świecie. Dywersyfikując swe produkty i usługi oraz dokonując lokalizacji oddziałów w różnych państwach Google ma na celu kompleksowe zaspokajanie potrzeb użytkowników i dopasowanie oferty do każdej grupy internautów (Boguś 2010). W 2011 roku na całym świecie Google zlokalizował 76 oddziałów w 43 krajach (tab. 1), z czego 26 (tj. 34,2%) znajduje się w Europie (tab. 2, ryc. 2), 24 (tj. 31,6%) w Ameryce Północnej (tab. 2, ryc. 3), a 18 (tj. 23,7%) w Azji. Najmniej oddziałów, w sumie 8 (tj. 11,8%) znajduje się w Afryce, Ameryce Południowej i Australii (tab. 2, ryc. 3). Biura firmy zlokalizowane są zazwyczaj w stolicach tych krajów lub innych dużych miastach, co ma związek z głównymi rynkami odbiorców (tab. 1).

Dla korporacji Google oferującej usługi związane z wyszukiwaniem, lokalizacja biur rozwojowych na całym świecie stanowi jeden z elementów strategii sukcesu, ponieważ dzięki temu jest w stanie skutecznie adaptować usługi i produkty do lokalnych potrzeb. Jakość i cechy intelektualne klientów są ważnym źródłem wiedzy w rozwoju i stymulowaniu do działań innowacyjnych (Olszak 2007). Przestrzenne rozmieszczenie oddziałów Google nawiązuje do poziomu rozwoju ekonomicznego oraz zasobów intelektualnych, które są podstawowym warunkiem rozwoju branży informatycznej.

Tab. 1. Lokalizacja oddziałów firmy Google na świecie wg państw w 2011 roku

Państwo	Liczba oddziałów w państwie	Udział oddziałów w ogóle	Siedziby oddziałów
Stany Zjednoczone	20	26,3	Mountain View, Ann Arbor, Atlanta, Austin, Boulder, Cambridge, Chicago, Detroit, Irvine, Kirkland, Birmingham, Madison, Nowy Jork (2), Pittsburgh, Reston, San Francisco, Santa Monica, Seattle, Waszyngton
Indie	4	5,3	Bangalore, Gurgaon, Hyderabad, Bombaj
Chiny	4	5,3	Pekin, Guangzhou, Szanghaj, Hongkong
Kanada	3	3,9	Montreal, Toronto, Waterloo
Polska	3	3,9	Kraków, Wrocław, Warszawa
Dania	2	2,6	Arhus, Kopenhaga
Niemcy	2	2,6	Hamburg, Monachium
Rosja	2	2,6	Moskwa, St. Petersburg
Izrael	2	2,6	Hajfa, Tel Awiw
Wielka Brytania	2	2,6	Londyn, Manchester
Szwecja	1	1,3	Sztokholm
Belgia	1	1,3	Bruksela
Czechy	1	1,3	Praga
Finlandia	1	1,3	Helsinki
Grecja	1	1,3	Ateny
Francja	1	1,3	Paryż
Węgry	1	1,3	Budapeszt
Irlandia	1	1,3	Dublin
Włochy	1	1,3	Milan
Holandia	1	1,3	Amsterdam
Norwegia	1	1,3	Oslo
Portugalia	1	1,3	Lizbona
Hiszpania	1	1,3	Madryt
Szwajcaria	1	1,3	Zurich
Hongkong	1	1,3	Hong Kong
Japonia	1	1,3	Tokio
Korea Południowa	1	1,3	Seul
Malezja	1	1,3	Kuala Lumpur
Singapur	1	1,3	Singapur
Tajwan	1	1,3	Tajpej

Tajlandia	1	1,3	Bangkok
Turcja	1	1,3	Stambuł
Zjednoczone Emiraty Arabskie	1	1,3	Dubaj
Argentyna	1	1,3	Buenos Aires
Brazylia	1	1,3	Sau Paulo
Meksyk	1	1,3	Meksyk
Australia	1	1,3	Sydney
Kenia	1	1,3	Nairobi
Ghana	1	1,3	Accra
Nigeria	1	1,3	Lagos
Senegal	1	1,3	Dakar
Egipt	1	1,3	Kair
Ogółem	76	100,0	

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)

Tab. 2. Lokalizacja oddziałów firmy Google wg kontynentów w 2011 roku

Kontynent	Liczba oddziałów	Udział %
Europa	26	34,2
Ameryka Północna	24	31,6
Azja	18	23,7
Afryka	5	6,6
Ameryka Południowa	2	2,6
Australia	1	1,3
Ogółem	76	100,0

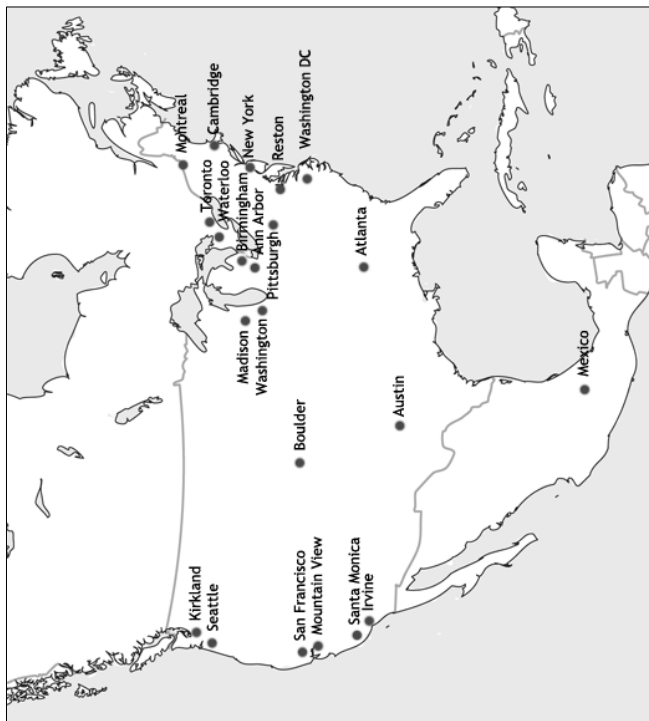
Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)

Analizując zasięg oddziaływania korporacji ważne zagadnienie stanowi rozmieszczenie jej regionalnych przedstawicielstw. Najwięcej oddziałów – 20 (tj. 26,3%), łącznie z siedzibą główną korporacji – Googleplex, zlokalizowanych jest w Stanach Zjednoczonych, które są kolebką technologii informatycznych i miejscem narodzin Google, a tym samym obszarem najintensywniejszego oddziaływania (ryc. 3). Najwięcej przedstawicielstw pośród krajów europejskich mieści się w Polsce – 3, w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Danii oraz Rosji – po 2 (ryc. 2). Duża liczba oddziałów w Azji świadczy o głównym kierunku ekspansji korporacji, jakim są rozwijające się dynamicznie rynki, w szczególności Indie, gdzie Google zlokalizowało 4 oddziały oraz Chiny, gdzie powstały 3 oddziały (tab. 2, ryc. 4).



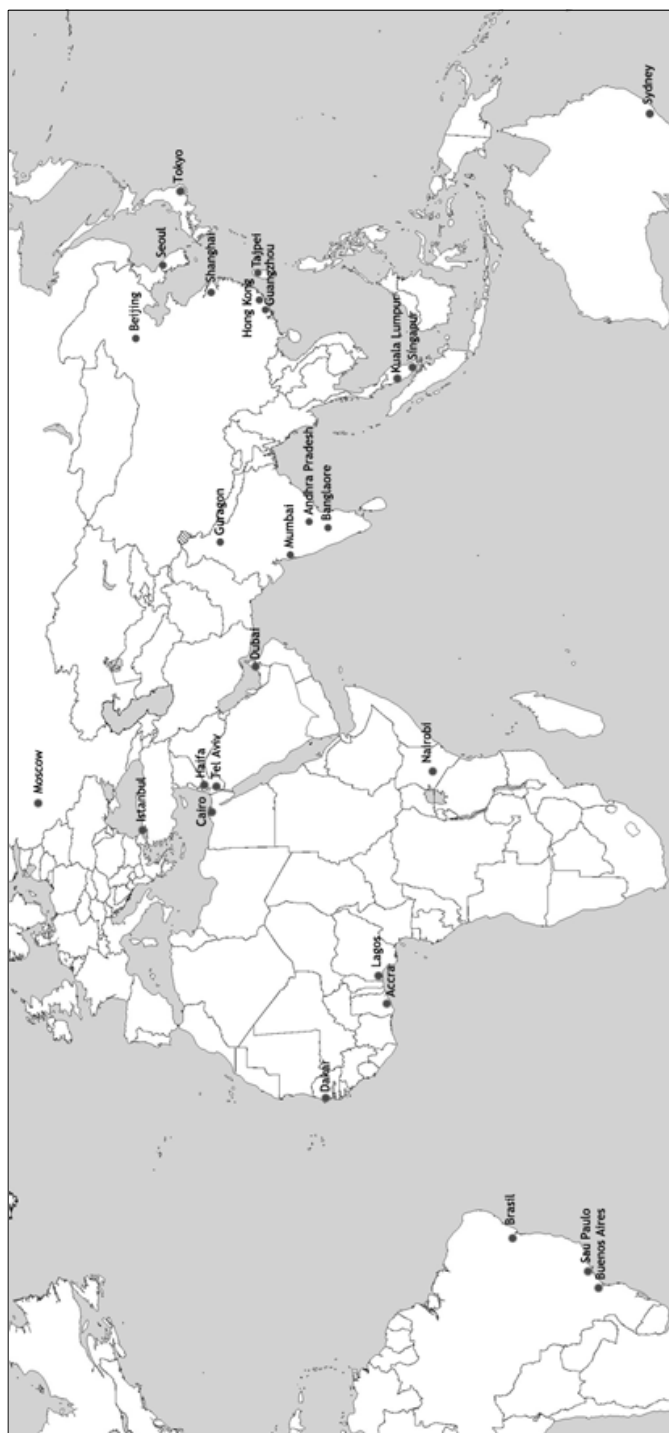
Ryc. 2. Lokalizacja oddziałów firmy Google w Europie w 2011 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)



Ryc. 3. Lokalizacja oddziałów firmy Google w Ameryce Północnej w 2011 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)



Ryc. 4. Lokalizacja oddziałów firmy Google w Azji, Afryce, Ameryce Południowej i Australii w 2011 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)

Firma Google zlokalizowała swoje oddziały na terenie Polski w Warszawie, Krakowie oraz Wrocławiu. Oddział w Warszawie został utworzony w 2005 roku i ma na celu zapewnianie obsługi na najwyższym poziomie partnerom firmy, użytkownikom i reklamodawcom w Europie Środkowej i Wschodniej. Na początku 2007 roku otwarto centrum badawczo-rozwojowe w Krakowie, które w przeciągu roku stało się trzecim co do wielkości centrum badawczo-rozwojowym regionu. Inżynierowie w Google pracują tam nad rozwiązaniami globalnymi. W 2007 roku utworzono centrum innowacji we Wrocławiu, które dzięki współpracy z centrum badawczo-rozwojowym w Krakowie angażuje się w testowanie nowych, innowacyjnych rozwiązań Google.

### ZMIANA STRUKTURY PRZESTRZENNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ GOOGLE

Korporacja Google odznacza się wysokim poziomem potencjału ekonomicznego, który wyrażono wartością przychodu i wartością aktywów. Dokonując analizy zmiany struktury przestrzennej działalności gospodarczej korporacji w latach 2006–2010 wyróżniono trzy obszary koncentracji kapitału: Stany Zjednoczone, Wielką Brytanię i pozostałe kraje. Stany Zjednoczone i Wielka Brytania zostały wyróżnione ze względu na ich kluczową rolę w rozwoju lidera branży informatycznej jakim jest Google.

Rozwój korporacji Google w latach 2006–2010 można zauważyć na podstawie rosnącej wartości przychodu. W omawianym przedziale czasowym wartość przychodu firmy wynosiła od 10,6 mld USD do 29,3 mld USD i można w nim wyróżnić trzy okresy. Pierwszy okres obejmujący lata 2006–2008 charakteryzował się dynamicznym wzrostem wartości przychodu, podczas którego wartość ta wzrosła z 10,6 mld USD do 21,8 mld USD (tab. 3), tj. ponad dwukrotnie (tab. 4, ryc. 5). Drugi okres przypadający na lata 2008–2009 odznaczał się stopniowym wzrostem wartości przychodu z 21,8 mld USD do 23,7 mld USD, tj. o 9%. W ostatnim okresie miał miejsce dynamiczny wzrost wartości przychodu, która wzrosła z 23,7 mld USD w 2009 roku do 29,2 mld USD w 2010 roku, tj. o 23,2% (tab. 4).

Biorąc pod uwagę udział w wartości wygenerowanego przychodu przez Google można zauważyć, iż dominowały oddziały zlokalizowane w Stanach Zjednoczonych. Wartość ich przychodu wzrastała systematycznie z 6,0 mld USD w 2006 roku do 14,1 mld USD w 2010 roku (tab. 3), tj. ponad dwukrotnie (ryc. 3). Stany Zjednoczone posiadają ogromną przewagę udziałową w ogóle przychodu uzyskanego przez Google, jednak udział ten zmniejszył się w omawianym okresie z 56,6% do 48,1% (tab. 3, ryc. 6). Jest to spowodowane ugruntowaniem pozycji na rynkach amerykańskich i zwiększaniem się intensywności opanowywania przez korporację rynków światowych. Wartość przychodu oddziałów dominujących na rynku europejskim, a zlokalizowanych w Wielkiej Brytanii zwiększyła się z 1,6 mld USD do 3,3 mld USD, tj. ponad dwukrotnie, natomiast jej udział w ogólnej wartości zmniejszył się z 15,1% do 11,3% (tab. 3, ryc. 6).

Równocześnie nastąpił dynamiczny wzrost wartości przychodu oddziałów zlokalizowanych na terenie pozostałych krajów. Wartość przychodu osiągnięta przez oddziały zlokalizowane w pozostałych krajach świata wzrosła z 3,0 mld USD w 2006 roku do 11,9 mld USD w 2010, tj. prawie czterokrotnie, a jej udział w ogólnej wartości w przeciwieństwie do Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, zwiększył się z 28,3% do 40,6% (tab. 3).



Oddziały mieszczące się w Stanach Zjednoczonych w dalszym ciągu posiadają przewagę nad innymi regionami, natomiast spadek wartości wygenerowanego przez nie przychodu w ogóle przychodu uzyskanego przez Google oznacza zwiększenie się intensywności opanowywania rynków światowych.

*Tab. 3. Zróżnicowanie wartości przychodu firmy Google i jej udziału na świecie w latach 2006–2009*

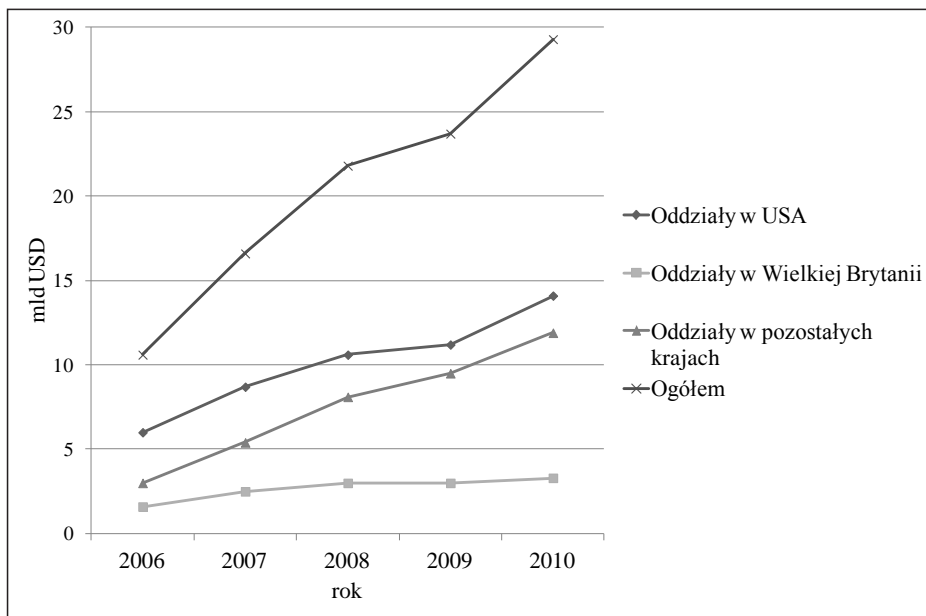
Rok	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
	Wartość przychodu (mld USD)					Udział w ogóle przychodu (%)				
Oddziały w USA	6	8,7	10,6	11,2	14,1	56,6	52,4	48,8	47,3	48,1
Oddziały w Wielkiej Brytanii	1,6	2,5	3	3	3,3	15,1	15,3	13,9	12,6	11,3
Oddziały w pozostałych krajach	3	5,4	8,1	9,5	11,9	28,3	32,3	37,3	40,1	40,6
Ogółem	10,6	16,6	21,8	23,7	29,3	100	100	100	100	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)

*Tab. 4. Dynamika wartości przychodu Google w latach 2006–2010*

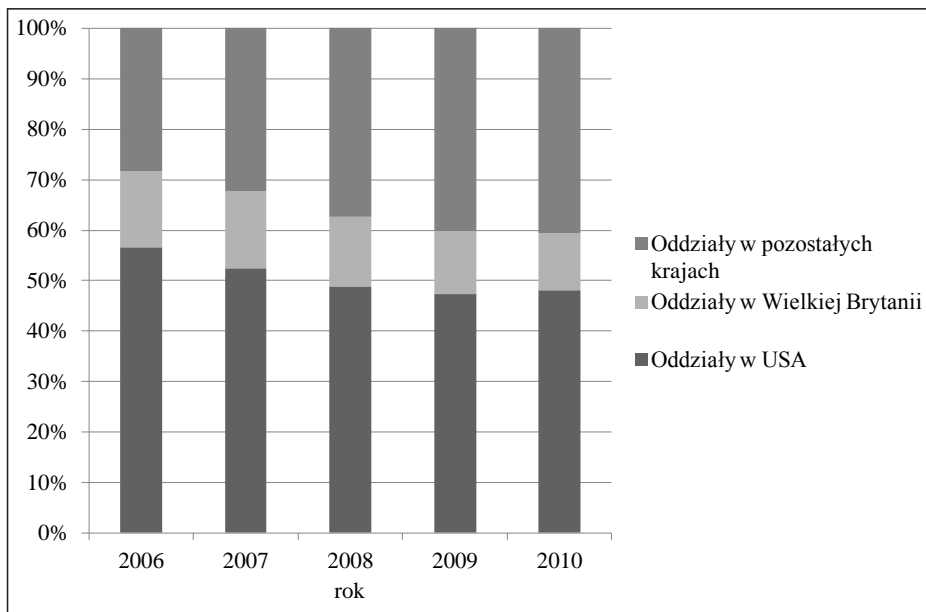
Rok	Dynamika wartości przychodu 2006=100			
	Google ogółem	Oddziałów w USA	Oddziałów w Wielkiej Brytanii	Oddziałów w pozostałych krajach
2006	100,0	100,0	100,0	100,0
2007	156,6	145,0	156,3	180,0
2008	205,7	176,7	187,5	270,0
2009	223,6	186,7	187,5	316,7
2010	276,4	235,0	206,3	396,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)



Ryc. 5. Zróżnicowanie wartości przychodów firmy Google i jej udziału na świecie w latach 2006–2009

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 3



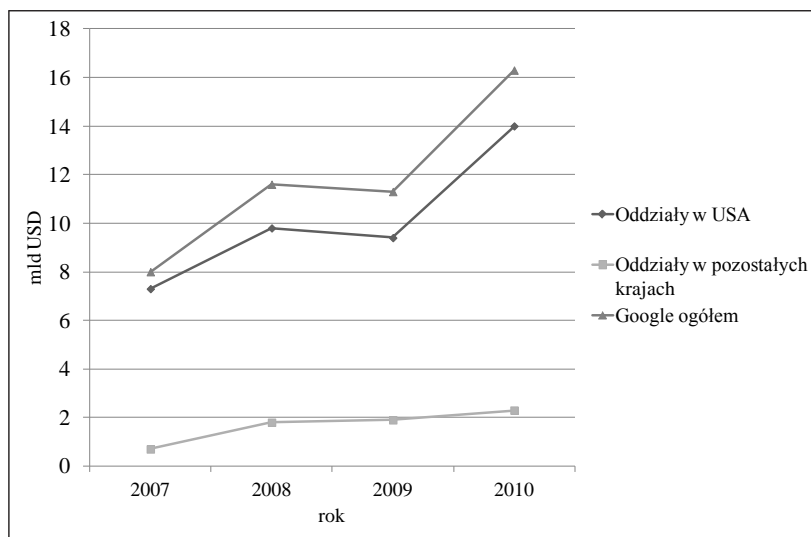
Ryc. 6. Zróżnicowanie udziału wartości przychodu firmy Google na świecie w latach 2006–2009

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 3

Tab. 5. Zróżnicowanie wartości aktywów firmy Google na świecie w latach 2007–2009

Rok	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
	Wartość aktywów (mld USD)				Udział w ogóle aktywów (%)			
Oddziały w USA	7,3	9,8	9,4	14	91,2	84,4	83,3	85,9
Oddziały w pozostałych krajach	0,7	1,8	1,9	2,3	8,8	15,6	16,7	14,1
Google ogółem	8	11,6	11,3	16,3	100	100	100	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.google.com](http://www.google.com)

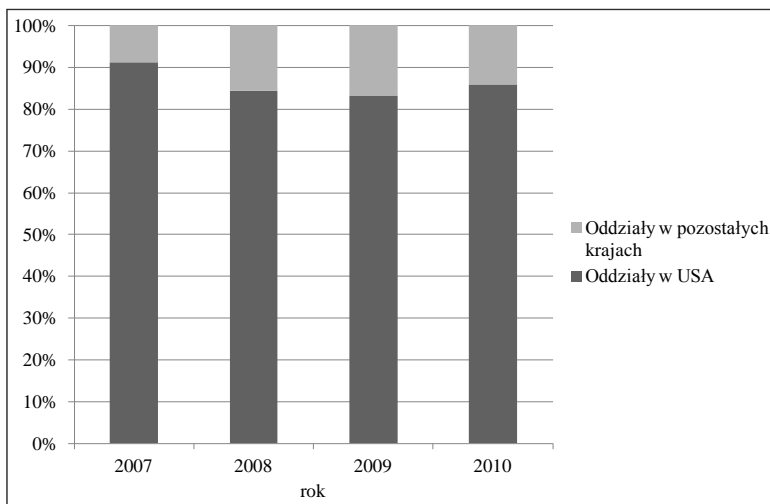


Ryc. 7. Zróżnicowanie wartości aktywów firmy Google na świecie w latach 2007–2009

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5

Na dynamiczny rozwój korporacji Google wskazuje wartość zgromadzonych przez nią aktywów. W latach 2007–2010 wartość aktywów firmy wzrosła z 8 mld USD do 16,3 mld USD, tj. dwukrotnie (tab. 5, ryc. 7). W pierwszym okresie, tj. od 2007–2008 roku nastąpił wzrost wartości aktywów z 8 mld USD do 11,6 mld USD, tj. o 45%. W 2009 roku odnotowano niewielki spadek i wartość aktywów wyniosła 11,3 mld USD, jednak już w roku następnym wartość wzrosła do 16,3 mld USD, tj. o 44% (tab. 5, ryc. 7). Analizując wartość aktywów korporacji można zauważyć, że podobnie jak w przypadku wartości przychodu wiodącą rolę ogrywały oddziały zlokalizowane w Stanach Zjednoczonych. Wartość ich aktywów w latach 2007–2010 zwiększyła się z 7,3 mld USD do 14,0 mld USD, tj. prawie dwukrotnie, przy czym ich udział w ogóle aktywów firmy spadł z 91% do 86% (tab. 5, ryc. 8). Wartość majątku zgromadzonego przez oddziały mieszczące się w pozostałych krajach charakteryzowała się intensywnym wzrostem z 0,7 mld USD do 2,3 mld USD, tj. trzykrotnym, a jego udział w ogóle aktywów należących do korporacji wzrósł z 9% do 14%. Zmniejszanie się udziału wartości aktywów zgromadzonych przez oddziały znajdujące się w Stanach Zjednoczonych

na rzecz aktywów zgromadzonych przez pozostałe oddziały potwierdza tendencję korporacji Google do intensywnego opanowywania kolejnych rynków światowych.



Ryc. 8. Zróżnicowanie udziału wartości aktywów firmy Google na świecie w latach 2006–2009

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 5

W świetle przedstawionej analizy przemian struktury przestrzennej działalności korporacji ponadnarodowej Google zaznaczył się znaczny wzrost potencjału ekonomicznego zlokalizowanego poza obszarem Stanów Zjednoczonych. Wynika to z opanowania już rynków amerykańskich, a następnie poszukiwania nowych rynków w przestrzeni światowej. Natomiast intensywny wzrost potencjału ekonomicznego ogółu oddziałów korporacji ponadnarodowej Google jako przedstawiciela firm informatycznych, w przestrzeni światowej, można potraktować jako wskaźnik określający stopień zaawansowania rozwoju gospodarki opartej na wiedzy.

## Literatura

- Boguś M., 2010, *Kształtowanie się korporacji ponadnarodowej Google*, praca magisterska wykonana w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytut Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie pod kierunkiem prof. dra hab. Z. Ziolo.
- Kilar W., 2008, *Koncentracja przestrzenna światowych firm informatycznych*, [w:] Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), *Wpływ procesów globalizacji i integracji europejskiej na transformacje struktur przemysłowych*, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 12, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Warszawa–Kraków 2009, s. 97–108.
- Olszanowska K., 2005, *Determinanty strategii internacjonalizacji przedsiębiorstwa na etapie wyboru rynku zagranicznej ekspansji*, [w:] *Biznes międzynarodowy a internacjonalizacja gospodarki narodowej*, Wydawnictwa AE w Poznaniu, Poznań.

- Wieloński A., 2005, *Geografia przemysłu*, Wydawnictwo UW, Warszawa.
- Zioło Z., 2006, *Zróźnicowanie światowej przestrzeni przemysłowej w świetle koncentracji siedzib zarządów wiodących korporacji*, [w:] Z. Zioło, T. Rachwał (red.), *Międzynarodowe uwarunkowania rozwoju przemysłu*, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 8, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 9–26.
- Zioło Z., 2009, *Procesy kształtowania się światowych korporacji i ich wpływ na otoczenie*, [w:] Z. Zioło, T. Rachwał (red.), *Wpływ procesów globalizacji i integracji europejskiej na transformację struktur przemysłowych*, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 12, Uniwersytet Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 11–32.
- Zorska A., 2007, *Korporacje transnarodowe. Przemiany, oddziaływania, wyzwania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

### Strony internetowe

[www.google.com](http://www.google.com)

<http://www.businessinsider.com>

## Spatial concentration of the economic activity of the multinational corporation Google in years 2006–2010

The predominant role played by multinational corporations comes as a result of the globalization process. In the modern era of knowledge, we observe intensive development of high technology industries, mainly computer science. The IT corporations are looking for the effective locations for their offices.

This article presents an analysis of the changes in the spatial structure of the economic potential of the Google corporation in years 2006–2010.

Google was established in 1998. Since then, it has developed rapidly and become a leader in computing and Internet search. 73 departments of the corporation are located in 43 countries, usually in the capitals of these countries or in rather large cities, which are associated with major public markets. The leading actors are 26 departments located in Europe and 24 departments located in the North America. The headquarters of Google is located in Mountain View, California. Individual countries have varying degree of presence of Google offices, the greatest number being located in the United States – 20, whilst 3 are located in Poland: in Warsaw, Cracow and Wrocław.

The economic potential of Google has been concentrated in three areas: the United States, the United Kingdom and other countries. In years 2006–2010, the value of profits in each area increased; the most dynamic growth was noticed in other countries. In years 2007–2010, the value of assets had the same growth tendencies.

Judging by its economic potential, it is said that Google is developing rapidly, especially outside the United States. It is caused by the fact that the American market is already controlled and new markets all over the world are searched for and explored.

Mgr Marta Boguś

Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków

Instytut Geografii

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

e-mail: marbogus@gmail.com