Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Företagsekonomiska institutionen
Kandidatuppsats Redovisning 15 hp
HT 2010

En företagsanalys

Handläggare: Thomas Polesie
Andreas Bengtsson 840319
Ali Farzin 831217

Sammanfattning

Kandidatuppsats i Företagsekonomi, Externredovisning och Företagsanalys, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, Höstterminen 2010

Författare: Andreas Bengtsson och Ali Farzin

Handledare: Professor Thomas Polesie

Titel: Google – En företagsanalys

Bakgrund och problem: I och med Internets genombrott, har nya möjligheter öppnats för dess användare. Fenomen såsom Google, har medfört nya sätt att söka efter information. Googles dominanta ställning på internet medför även en kontroll över den information som presenteras för användaren. Vidare har nyckelpersoner inom företaget ett kontaktnät på politisk toppnivå i USA. I detta avseende kan Google ses som ett unikt företag som skiljer sig från traditionella företag. Den övergripande frågan är därmed; Vad är Google för typ av företag?

Syfte: Fallstudiens syfte är att genomföra en företagsanalys på Google, för att få en större förståelse över Google samt vilka faktorer som bidrar till företagets framgång.

Avgränsningar: Fallstudiens analys är begränsad mellan åren 2005 till 2009, med anledning av att ge en aktuell bild av Google. Vidare är konkurrentanalyser begränsade till att endast undersöka finans och sökmotor. Fallstudien bygger uteslutande på sekundärdata, vilket vi anser innehar tillräcklig tillförlitlighet för undersökningens syfte.

Metod: Uppsatsen har ett hermeneutiskt förhållningssätt och utnyttjar både en kvantitativ och kvalitativ metod. Insamlad information består enbart av sekundärdata, vilket innefattar böcker, årsredovisningar samt relevanta hemsidor.

Slutsats: Google är ett speciellt företag som skiljer sig från mängden. Företaget innehar en större innebörd, vilket främst förklaras av företagets betydelse för USA. Vidare finns det individer och företag som är beroende av Google.

Förslag till fortsatt forskning: Google har på senare tid etablerat sig på nya marknader, bland annat genom lanseringen av det mobila operativsystemet Android. En vidareutveckling över drivkraften bakom detta och hur det ska ge lönsamhet för fortsatt tillväxt, är ett intressant forskningsområde. Vidare kan en undersökning göras kring internetanvändare, vilken betydelse de har för företag såsom Google och Facebook, och hur företagen ska behålla dem.

Innehållsförteckning

1. Bakgrund 5

1.1 Inledning 5

1.2 Problemdiskussion 5

1.3 Syfte 6

1.4 Avgränsningar 6

1.5 Disposition 6

2. Metod 8

2.1 Vetenskapligt förhållningssätt 8

2.2 Kvantitativ respektive kvalitativ metod 8

2.3 Datainsamling 9

2.4 Källkritik 9

2.5 Tillvägagångssätt 9

3. Teoretisk referensram 11

3.1 Trekantsmodellen 11

3.2 Finansiella nyckeltal 12

3.3 Fyrkantsmodellen 14

4. Företagspresentation 15

4.1 Historisk utveckling 15

4.2 Google idag 19

4.3 Konkurrenter 21

5. Företagsanalys 23

5.1 Finans 23

5.1.2 Fyrkantsmodellen 25

5.1.3 Företagsförvärv 39

5.2 Objekt 41

5. 3 Subjekt 45

6. Slutsats 47

6.1 Egna reflektioner 47

6.2 Förslag till fortsatt forskning 49

Referenser **50**

Litteratur **50**

Internet..... **50**

Appendix **52**

1. Bakgrund

Det här kapitlet redogör för bakgrunden till denna fallstudie. Därefter följer en problemdiskussion, vilket klargör en övergripande frågeställning. Vidare beskrivs fallstudiens syfte, avgränsningar och fortsatta disposition.

1.1 Inledning

Under mitten av 1990-talet fick internet sitt genombrott, vilket har öppnat nya möjligheter. Idag kan personer utföra en mängd aktiviteter online såsom shopping och få vägbeskrivningar genom en enkel sökning. Detta har medfört att individer har fått nya rutiner i sitt dagliga liv. Exempelvis krävs inte ett besök i en fysisk butik för att beställa en resa. I och med Internets genomslag har även nya fenomen dykt upp såsom Facebook, YouTube och inte minst Google, som utifrån användarens sökord returnerar relevant information inom en bråkdels sekund.

Skaparna av dessa fenomen, såsom Google och Yahoo, har på kort tid utvecklats till några av världens största företag[1]. Vidare är de välkända av allmänheten, med varumärken värderade till miljardbelopp. Enligt konsultfirman Interbrands lista över världens största varumärken för år 2010, finns de tre it-företagen IBM (2), Microsoft (3) och Google (4) i toppen[2].

Google är förutom dess höga marknadsvärde, unikt på fler sätt. Nyckelpersoner inom företaget har ett kontaktnät som få företag innehar. När den dåvarande presidentkandidaten Barack Obama kandiderade till presidentposten, stödde Google öppet Obama´s administration både finansiellt och genom rådgivning. Vidare har Obama fördömt storföretags agerande bland annat på Wall Street och inom bilindustrin. Däremot har han uttalat sig positivt om Google. Obama har bland annat förespråkat företagets betydelse för USA och är positiv till fri tillgång av information på internet.[3] Google har därmed fått en betydelse som utmärker sig från traditionella företag. Företaget har fått en djupare innebörd än att bara fylla funktionen som ett företag och kan liknas vid företaget Gazproms betydelse för den ryska regeringen.

1.2 Problemdiskussion

Google har idag en dominant ställning på internet genom sökmotorn. En kostnadsfri tjänst med miljontals användare varje dag. Det har även medfört en kontroll över den enorma information som internet erbjuder. I detta perspektiv kan Google ses som ett unikt företag som skiljer sig från traditionella företag exempelvis ett tillverkningsföretag inom industrin.

[1] http://www.forbes.com/lists/2010/18/global-2000-10_The-Global-2000_Rank.html
[2] http://www.interbrand.com/en/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2010.aspx
[3] http://money.cnn.com/2009/10/21/technology/obama_google.fortune/

Denna fallstudie syftar därmed till att undersöka detta fenomen, vilket leder in på fallstudiens övergripande frågeställning:

- *Vad är Google för typ av företag?*

För att bringa klarhet i denna fråga, har vi valt att analysera Google utifrån ett helhetsperspektiv. Vår förhoppning är att belysa viktiga faktorer som har bidragit till att skapa ett av världens största företag. För att uppnå detta, har vi använt oss av nedanstående följdfrågor:

- *Vilken betydelse har sökmotorn för företaget?*
- *Hur genererar Google intäkter?*

1.3 Syfte

Fallstudiens syfte är att genomföra en företagsanalys på Google under tidsperioden 2005 till 2009, för att få en större förståelse över Googles verksamhet och vilka faktorer som bidrar till företagets framgång.

1.4 Avgränsningar

Fallstudien strävar efter att beskriva Googles verksamhet och framgångsfaktorer de senaste åren. Vi har därmed begränsat oss till att analysera årtalen 2005 till 2009, med anledning av att ge en aktuell bild av Google. Vidare har vi begränsat omfattningen av att undersöka företagets konkurrenter. Det har medfört att undersökningen enbart innehåller limiterade konkurrentanalyser inom finans och produkter. Fallstudien bygger uteslutande på sekundärdata, vilket vi anser innehar tillräcklig tillförlitlighet för undersökningens syfte.

1.5 Disposition

Kapitel 2 – Metod

Beskriver fallstudiens forskningsmetodik och avslutas med en skildring av det praktiska genomförandet.

Kapitel 3 – Teoretisk Referensram

Redogör för de modeller som används vid analysen av företaget. Syftet är att ge läsaren en större förståelse för hur analysen har genomförts.

Kapitel 4 – Företagspresentation

Här beskrivs de viktigaste händelserna i företagets historia. Skildringen omfattar från grundandet fram till nuvarande tillstånd, för att ge läsaren en generell uppfattning över företaget.

Kapitel 5 – Företagsanalys

Företaget analyseras genom att tillämpa de angivna modellerna i kapitel 3. Avsikten är att beskriva utvecklingen över den undersökta tidsperioden.

Kapitel 6 – Slutsats

Ger svar på den övergripande frågeställningen. Vidare redogörs för egna reflektioner och förslag till fortsatt forskning.

2. Metod

Detta kapitel redogör för det vetenskapliga förhållningssätt författarna har använt vid studiens utförande. Vidare diskuteras studiens val av metod, datainsamling och källkritik. Avslutningsvis beskrivs det praktiska genomförandet.

2.1 Vetenskapligt förhållningssätt

Inom vetenskapen finns två tongivande discipliner att förhålla sig till, hermeneutiken respektive positivismen, för att uppnå resultat. Hermeneutiken innebär ett subjektivt förhållningssätt medan positivismen förhåller sig objektivt till forskningsobjektet.[4]

Hermeneutik betyder tolkningslära där forskaren utifrån sin förkunskap, värderingar och intryck försöker se helheten i forskningsproblemet. Resultatet uppnås dels genom att helheten sätts i relation med delarna men även fokusering på del och helhet för att försöka få en komplett förståelse. Vidare kan forskaren skifta mellan subjektet och objektets perspektiv. Under hela processen utnyttjar forskaren sin förkunskap för att tolka och bringa förståelse över problemet.[5] Positivismen utgår från naturvetenskaplig tradition, där hypoteser och teorier uttrycks genom matematiska formler. Med detta förhållningssätt härleds hypoteser och teorier genom vetenskapliga metoder. Vidare står forskaren i en yttre relation till det som undersöks, vilket innebär att individens åsikter inte påverkar resultatet.[6]

Denna fallstudie förhåller sig till den hermeneutiska disciplinen genom att information granskas och tolkas utifrån egen kunskap. Utifrån denna metod dras sedan slutsatser som ger förståelse för forskningsproblemet.

2.2 Kvantitativ respektive kvalitativ metod

När ett undersökningsproblem ska besvaras, kan man utnyttja två tekniker för att bearbeta och analysera insamlat material. Dels kan man utnyttja var metod för sig alternativt en kombination av båda. Vid kvantitativ teknik använder man sig av statistiska bearbetnings- och analysmetoder. Metoden innebär att data samordnas och beskrivs genom olika former

[4] R Patel & B Davidson, 1994, Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, 2:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 28
[5] R Patel & B Davidson, 1994, Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, 2:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 26-27
[6] R Patel & B Davidson, 1994, Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, 2:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 24

av tabeller och diagram.[7] Vid kvalitativ metod utgår man vanligtvis från textmaterial, där syftet är att förstå och analysera helheter[8].

Denna fallstudie utnyttjar båda metoderna. Kvantitativ teknik används främst genom uppsatsens finansiella avsnitt, vilken bygger på siffror hämtade från årsredovisningar. Kvalitativ teknik utnyttjas främst i trekantsmodellen, där Google analyseras utifrån textmaterial.

2.3 Datainsamling

Insamling av information kan ske genom två sätt. Dels kan information insamlas på egen hand, primärdata, eller används information som är tillgänglig, sekundärdata. Primärdata är information som införskaffas exempelvis genom intervjuer och enkätundersökningar. Det andra alternativet, sekundärdata, innefattar bland annat litteratur och elektronisk information. Beroende på vad som undersöks kan man utnyttja antingen primär- eller sekundärdata alternativt en kombination av båda.

Denna fallstudie använder sig uteslutande av sekundärdata. Den består huvudsakligen av böcker och elektronisk information om Google såsom årsredovisningar och annan relevant information, som har insamlats från dess hemsida. Vidare har företagsspecifikt material samlats in från olika bloggar och hemsidor som ej har någon anknytning till företaget.

2.4 Källkritik

Då denna fallstudie bygger på sekundärdata, såsom företagsspecifik information och årsredovisningar som är hämtad från företagets hemsida, är det viktigt att inta en kritisk ställning till vad som presenteras i denna information. Det är troligt att denna information är framställd på ett positivt sätt som gynnar företaget. De böcker som har använts kan anses ha en hög trovärdighet då de granskats av andra forskare innan publicering.

2.5 Tillvägagångssätt

Fallstudiens utformning bygger på granskning av andra uppsatser och diskussioner med vår handledare vilket har medfört uppsatsens upplägg. Frågeställningen har besvarats genom att utnyttja trekantsmodellen, vars finansiella del har utvecklats genom fyrkantsmodellen och ett antal nyckeltal. Förutom vår förkunskap inom extern redovisning och om företaget har ny relevant kunskap införskaffats. För att få en djupare förståelse för fallstudiens teoretiska modeller har vi studerat relevanta böcker, vilka tilldelats från vår handledare. Vidare har vi införskaffat kunskap om Google genom att samla in och analysera information från internet,

[7] R Patel & B Davidson, 1994, Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, 2:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 90
[8] R Patel & B Davidson, 1994, Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, 2:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 99

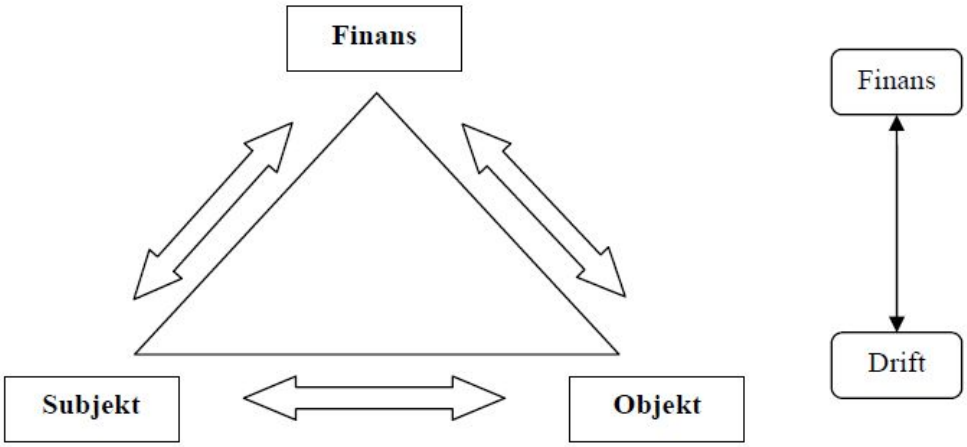
dels från företagets hemsida men även från hemsidor utan koppling till företaget. Samtliga figurer är skapade i Microsoft Word alternativt erhållna från internet. I årsredovisningarna presenteras värden i USD, varvid värden i figurer uttrycks i samma valuta.

3. Teoretisk referensram

I detta kapitel beskrivs de modeller som har använts vid företagsanalysen av Google. Kapitlet omfattar den övergripande trekantsmodellen, vars finansiella komponent utvecklas genom fyrkantsmodellen och finansiella nyckeltal.

3.1 Trekantsmodellen

Inom företagsekonomin finns olika modeller att utnyttja, när en företagsanalys ska genomföras. En metod är Trekantsmodellen. Den syftar till att ge ett helhetsperspektiv genom att beskriva komponenterna Finans, Objekt och Subjekt vilka är tre centrala delar inom ett företag[9].



Källa: Hultqvist, Niklas & Nilsson, Anders (2005), SKF – En analys av drift och finans i ett globalt industriföretag

Komponenten Finans beskriver företaget och dess potential utifrån ett ekonomiskt perspektiv[10]. Genom att studera siffror och redovisningsinformation skildras företagets val av finansiering samt dess förmåga att överleva och generera avkastning till ägarna. Vidare syftar Objekt på företagets operativa verksamhet och beskriver de produkter eller tjänster som företaget levererar. I vissa fall ingår även anläggningar som krävs för att producera produkten eller tjänsten.[11] Komponenten Subjekt skildrar människorna inom företaget. Detta innefattar beskrivning av personalen, deras kompetens och hur de styrs[12].

Komponenterna Finans, Objekt och Subjekt står i relation till varandra och deras samverkan påverkar företagets framgång. Vidare har Subjektet alternativt Objektet varierande

[9] C Jansson, 2008, Lervik: beskrivning av ett företag, BAS, Göteborg, s. 15
[10] C Jansson, 2008, Lervik: beskrivning av ett företag, BAS, Göteborg, s. 39
[11] C Jansson, 2008, Lervik: beskrivning av ett företag, BAS, Göteborg, s. 40
[12] C Jansson, 2008, Lervik: beskrivning av ett företag, BAS, Göteborg, s. 40

betydelse beroende på vilken bransch företaget verkar i. I ett tjänsteföretag är personalens kompetens, Subjektet, av större vikt än i ett tillverkningsföretag. Detta beror på att tjänster i större grad är beroende av personalen som levererar dem. I ett tillverkningsföretag är det produktionsprocessen, Objektet, som dominerar. I detta fall har inte personalen samma betydelse eftersom det inte medför någon större förlust för företaget att ersätta dem.

Trekantsmodellen kan förklara de utbyten som sker inom ett företag, vilket illustreras av pilarna i figuren[13]. Transaktioner medför en viss kompensation varvid pilarna är dubbelriktade. I ett tjänsteföretag kan pilarna motsvara följande: Pilen mellan Finans och Subjekt visar personalens insats, vilket bidrar till företagets resultat och Finans kompenserar genom att exempelvis betala lön. Pilen mellan Finans och Objekt, illustrerar de pengar som inbringas av försäljningen och återinvesteras i utveckling av nya tjänster. Pilen mellan Subjekt och Objekt visar att utan personal, inga tjänster.

Grunden i Trekantsmodellen utgörs därmed av komponenterna Subjekt och Objekt, vilket kan hänföras till företagets drift. Förhållandet mellan drift och finans kan vidare utvecklas med fyrkantsmodellen.

3.2 Finansiella nyckeltal

Ett företag har definierade mål, av varierande karaktär, som ska uppfyllas. Målen sätts av företagets ledning vilka omfattar kort- och långsiktiga lönsamhetsmål samt andra finansiella mål eller restriktioner. De kan beröra hela verksamheten samt delar av företaget. Lönsamhetsmått formuleras i räntabilitetsmått såsom räntabilitet på eget kapital (R_E) och finansiella målrestriktioner anges exempelvis i soliditetsmått.[14] Finansiella mått beräknas genom siffror från ett företags balans- och resultaträkningar. Det finns dock begränsningar med att använda finansiella mått för att bedöma ett företags prestation. Kritik har bland annat framförts i form av att måtten är ensidiga. Det medför att enbart det som värderas i pengar rapporteras. Vidare ger måtten bristfällig information om vad som händer i företagets omgivning. En annan begränsning innefattar måttens fokusering på historiska händelser och att de uppmuntrar till ett kortsiktigt agerande.[15]

I denna fallstudie används finansiella nyckeltal för att skildra företagets förändring under åren 2005 till 2009. Nyckeltalen har beräknats genom erhållna siffror från Google Inc. årsredovisningar. De använda nyckeltalen definieras nedan.

[13] C Jansson, 2008, Lervik: beskrivning av ett företag, BAS, Göteborg, s. 41
[14] S-E Johansson & M Runsten, 2005, Företagets lönsamhet, finansiering och tillväxt: Mål, samband och mätmetoder, 3:e upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 11
[15] J Greve, 2003, Modeller för finansiell planering och analys, 1:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 99

Soliditet

Soliditet är ett finansiellt mått som anger förhållandet mellan eget kapital och totalt kapital. Måttet beskriver således ett företags skuldsättningsgrad. En hög soliditet innebär att företaget finansierar verksamheten med hög andel eget kapital, medan en låg soliditet medför att företaget har hög andel främmande kapital. Ett företag med hög andel främmande kapital leder till höga räntekostnader, varvid ägarna får en mindre del av rörelseresultatet.[16]

$$\text{Soliditet} = \frac{Eget\ kapital}{Totalt\ kapital}$$

Räntabilitet på eget kapital

Räntabilitet på eget kapital, R_E, anger hur mycket avkastning ägarna får på sin investering i ett företag. Måttet är beroende av hur effektivt företaget presterar, det vill säga att företaget genererar positiva rörelseresultat. Men räntabilitet på eget kapital påverkas även av företagets finansieringspolitik. Ett företag som finansierar sin verksamhet genom hög upplåning och har ett negativt rörelseresultat under ett år, ska likväl betala räntekostnader för det aktuella året. Detta scenario medför en högre risk för ägarna, som ansvarar för årets betalning av räntekostnader och att förlusten täcks.[17]

$$R_E = \frac{Resultat\ efter\ räntekostnader}{Eget\ kapital}$$

Vinstmarginal

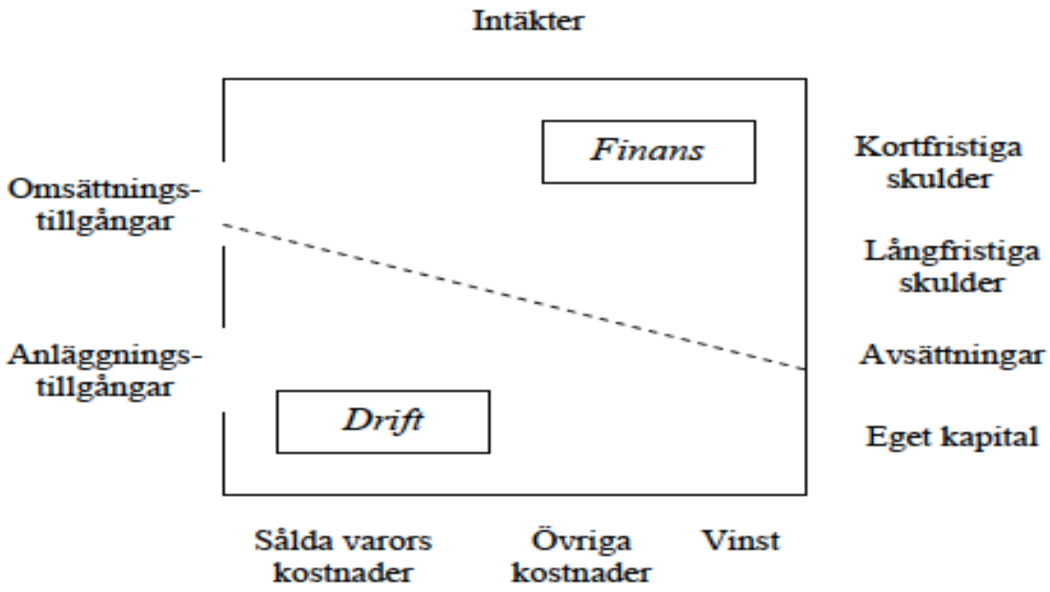
Vinstmarginalen visar relationen mellan omsättning och rörelseresultat före räntekostnader och uttrycker i procent hur mycket ett företag tjänar per omsatt krona. Måttet påverkas av företagets intäkter och kostnader där en prishöjning alternativt reducering av kostnader resulterar i en högre och därmed bättre vinstmarginal.[18]

$$\text{Vinstmarginal} = \frac{Resultat\ före\ räntekostnader}{Omsättning}$$

[16] J Greve, 2003, Modeller för finansiell planering och analys, 1:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 90
[17] J Greve, 2003, Modeller för finansiell planering och analys, 1:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 62, 91
[18] J Greve, 2003, Modeller för finansiell planering och analys, 1:a upplagan, Lund Studentlitteratur, s. 92

3.3 Fyrkantsmodellen

Fyrkantsmodellen kan användas för att visa gränserna mot företagets omgivning. Den visar uppbyggnaden i ett företags resultaträkning och balansräkning. Modellen är uppbyggd på så vis att de horisontella sidorna visar ett företags intäkter och kostnader. Det utgör tillsammans ett företags resultaträkning. På liknande sätt visar de lodrätta sidor företagets tillgångar, eget kapital och skulder. Det utgör tillsammans företagets balansräkning.[19] Dessutom kan de lodräta och horisontella sidorna uppdelas i underkategorier där vänster lodrätt sida även visar omsättningstillgångar och anläggningstillgångar. Höger lodrät sida visar skulderna och det egna kapital som finns hos företaget. Vidare visar den undre horisontella sidan företagets kostnader samt vinst. Vidare kan man genom fyrkantsmodellen få en stillbild av ett företag som illustrerar dess ställning och den förbrukning av resurser som sker under en given tidpunkt.[20]



Källa: Hultqvist, Niklas & Nilsson, Anders (2005), SKF – En analys av drift och finans i ett globalt industriföretag

Fyrkantsmodellen presenterar grafiskt den relationen som existerar mellan de interna och externa aspekterna inom ett företag. Den fördelen med den grafiska överblicken av modellen som ritas upp är det faktum att det enkelt kan göras en överblick mellan åren och på så sätt jämföra mellan åren med hjälp av proportionerna i figuren.

För att behålla en risknivå i ett företags verksamhet som inte är för stor, är det av vikt att dess drift bör stå i rimligt proportion till dess finans. Modellen kan vid rätt användning visa de begränsningar och möjligheter som finns för ett företag under förutsättning att den används på rätt sätt. [21]

[19] T. Polesie, 1995, Drift & Finans – aspekter på företags ekonomi, sid. 29
[20] T. Polesie, 1995, Drift & Finans – aspekter på företags ekonomi, sid. 34
[21] T. Polesie, 1995, Drift & Finans – aspekter på företags ekonomi, sid. 29

4. Företagspresentation

I detta kapitel ges en övergripande presentation av företaget, dess historia och utveckling. Vidare skildras företagets finansiella ställning.

4.1 Historisk utveckling

Google Inc. väg till framgång började på Stanford University, där studenterna Sergey Brin och Larry Page utvecklade sökmotorn BlackRub vilket senare resulterade i världens ledande sökmotor i form av Google. Företagets verksamhet innefattar att erbjuda förbättrade möjligheter för individers informationshantering på internet. Kärnverksamheten består av söktjänster och annonsering. Nedan redogörs för några av de betydelsefulla händelser som har lett fram till att skapa ett av världens största företag[22].

4.1.1 Google från 1996 till 2003

Under senare delen av 1990 talet fick internet sitt stora genombrott bland allmänheten i västvärlden. Dess användare fick därmed tillgång till en enorm mängd information. Stanfordstudenterna Sergey Brin och Larry Page insåg behovet av att samordna denna information och utvecklade en ny teknik för onlinesökningar. Metoden fick namnet BlackRub och utnyttjade universitetets servrar. Dess användare ökade markant och blev tillslut för komplext för universitetets servrar. Detta medförde att söktjänsten i september 1997 publicerades online på domänen Google.com, i samband med detta ändrades namnet till Google.[23]

Under hösten 1998 uppfattar en av grundarna till IT-företaget Sun Microsystems[24], söktjänstens potential och donerar en check på $100 000 till Google Inc. Detta leder till grundandet av företaget Google Inc. med målsättningen att erbjuda en kostnadsfri tjänst som returnerar relevant information utifrån användarens sökkriterier. Vid denna tidpunkt fanns 30 miljoner webbsidor indexerat på google.com. Under året attraherar företaget ytterligare privata investeringar på ca $1 miljon.[25]

År 1999 investerar riskkapitalbolagen Sequoia Capital & Kleiner Perkins $25 miljoner i Google. Investeringen används till att finansiera företagets expansion och utveckla

[22] http://www.forbes.com/lists/2010/18/global-2000-10_The-Global-2000_Rank_2.html
[23] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[24] Sun Microsystems förvärvades år 2010 av Oracle Corporation, medförde bildandet av Oracle America Inc.
[25] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html

söktjänstens teknologi. I samband med transaktionen blir två bolagsmän, från respektive nämnda riskkapitalbolag, ledamöter i styrelsen.[26]

Under 2000 är google.com den snabbast växande sökmotorn på webben. Söktjänsten utökas och blir tillgänglig på femton olika språk, bland annat svenska. Vidare sluts ett avtal, med IT-företaget Yahoo! Inc., vilket resulterar i att Googles söktjänst erbjuds som ett komplement på nätverket www.yahoo.com. Under året lanserar Google annonsprogrammet AdWords, som medför annonsering på söktjänsten. Vidare lanseras webbläsar tillägget Google Toolbar vilket gör det möjligt att använda söktjänsten utan att besöka Googles hemsida. Sökmotorns tillväxt fortsätter och under året är Google webbens största söktjänst och har ett sökindex på en miljard objekt.[27]

Google Inc. expansion fortsätter och under 2001 etableras företagets första internationella kontor i Tokyo. Under året avtalas ett samarbete med Univero Online, UOL, som är Latinamerikas största tjänsteföretag på internet. Avtalet medför att Googles söktjänst blir tillgänglig för UOLs användare. Under året fortsätter Googles sökindex att öka och uppnår 3 miljarder objekt. Söktjänsten blir även tillgänglig på tjugosex språk. Vidare lanseras bildsökningstjänsten Google Image Search. Under året förvärvar Google Inc. Deja.com´s Usenet Diskussion Service, vilket ger tillgång till ett arkiv på 500 miljoner Usenet diskussioner[28]. Syftet är att ge Google användare tillgång till Usenets information genom sökmotorn.[29]

Under 2002 expanderar företaget ytterligare genom etablering av ett kontor i Australien. Google lanserar även en ny version av annonsprogrammet AdWords, vars klientantal ökar markant, som bland annat innehåller ett nytt prisalternativ för kostnad per klick. Vidare ingår Google ett flerårsavtal med America Online Inc. som är världens ledande företag på interaktiva tjänster. Avtalet medför att söktjänsten med dess sponsrade länkar erbjuds till 34 miljoner kunder av CompuServe, Netscape och AOL.com.[30]

Företaget Pyra Labs, skaparna av webbloggtjänsten Blogger, förvärvas under 2003. Vidare förvärvas Applied Semantics som utvecklar programvara för online annonsering. Deras programvara inom online annonsering integreras i Googles annonsprogram AdSense, som introduceras samma år. Företaget stärker därmed sin kärnverksamhet som innefattar söktjänst och online annonsering.[31]

[26] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[27] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[28] Usenet är ett kommunikationssystem som medför kommunikation mellan grupper av människor över datanät.
[29] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[30] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[31] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html

4.1.2 Google från 2004 till 2009

2004 är ett händelserikt år för Google. I augusti börsintroduceras Google på NASDAQ, med ett öppningspris på $85 per A-aktie. Ett antal nya produkter lanseras. Bland annat e-posttjänsten Gmail och Google Local, som bland annat erbjuder kontaktinformation och vägbeskrivningar till olika företag. Vidare förvärvar Google företaget Keyhole, som utvecklar unik programvara för visualisering av geografisk data. Deras teknik används senare i produkten Google Earth. Under året uppnår Googles sökindex 8 miljarder objekt, vilket inkluderar 4,28 miljarder webbsidor.[32]

I mars 2005 förvärvas IT-företaget Urchin Software Corporation, som utvecklar analystjänster för webben. Deras teknik används i programmet Google Analytics, vilket introduceras senare under året. Vidare har internetinfrastrukturen i Latinamerika förbättrats avsevärt med en kraftig tillväxt på onlinemarknaden som följd. Företaget etablerar sig därmed i Latinamerika, genom att öppna kontor i São Paulo och Mexico City. Under året lanseras ett antal produkter och applikationer såsom karttjänsten Google Maps, blogg söktjänsten Google Blog Search och den satellit baserade bildtjänsten Google Earth. Vidare lanseras mobilapplikationer för vissa produkter bland annat e-posttjänsten Gmail.[33]

Under 2006 sker ytterligare förvärv. Ett av dessa är YouTube Inc., som skapat den marknadsledande webbvideotjänsten med samma namn. Övriga förvärv innefattar dMarc, ett företag som utvecklar annonsplattformar för digital radio, Writley, ett ordbehandlingsprogram för webben och JotSpot, ett webbaserat kontorsprogram. 2006 öppnar Google även sin första domän för företagets söktjänst i Kina. Kravet från den kinesiska regeringen är att begränsa känsliga sökresultat, vilket Google accepterar.[34]

År 2007 inleds ett samarbete med Salesforce.com som är marknads- och teknikledande inom on-demand tjänster för företag. Samarbetet resulterar i en ny produkt från Salesforce.com som kombinerar Googles annonsprogram AdWords. Under året förvärvas även företaget Postini, som erbjuder säkerhetslösningar för webbaserad kommunikation. Vidare annonseras Android, ett nytt operativsystem för mobiltelefoner. Systemet ger möjlighet till att utöka en mobils funktioner genom tillämpningsprogram.[35]

Google stärker under 2008 sin annonsverksamhet genom förvärvet av företaget DoubleClick. Företaget utvecklar webbaserad teknologi för annonshantering till annonsörer, handläggare och annonsbyråer. Google etablerar sig även inom ett nytt produktsegment när webbläsaren Google Chrome introduceras. Google utmanar därmed Microsoft, vars produkt Internet Explorer, är ledande inom webbläsare. Vidare lanseras Google Health, ett program som bland annat erbjuder individen att ställa hälsomål och utifrån detta leva sundare. Under året fortsätter omfattningen på Googles söktjänst att växa och man uppnår ett sökindex på 1

[32] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[33] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[34] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[35] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html

billjon. Det medför att söktjänsten innehar världens största sökindex. Vidare lanseras bland annat webbredigeringsprogrammet Google Sites som utnyttjar teknik utvecklad av JotSpot, som förvärvades 2006.[36]

Under 2009 förvärvas företaget reCAPTCHA som tillhandhåller teknik för att skydda webbplatser från bedrägerier skräppost. Vidare ingås ett avtal med Twitter om att inkludera deras kommunikationstjänsts uppdateringar i Googles söktjänst.[37]

4.1.3 Milstolpar

1995: Larry Page och Sergey Brin träffas för första gången

1996: Samarbetet börjar mellan de två och sökmotorn Back Rub introduceras.

1997: Back Rub döps om till Google

1998: Google Inc. registreras som företag och en arbetsplats öppnas i ett garage med sin förste anställd.

2000: Mental Plex, Google Toolbar och Adword lanseras. Google.com finns nu på 15 språk. Google blir samtidigt världens största sökmotor.

2001: Google finns nu på 26 språk.

2003: Adsense, Google Grants och Google Print som senare blir Google Book Search lanseras.

2004: ”Googleplex” öppnas för cirka 800 anställd. Google börsnoteras med en IPO på 85 USD.

2005: Google Talk, iGoogle, Google Analytics och Google Transit lanseras.

2006: Google Calendar lanseras. Google köper Youtube

2007: Google lanserar bland annat Google Earth.

2008: Google utvecklar sin egen webbläsare, Google Chrome, och lanserar det under årets slut.

[36] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html
[37] http://www.google.com/intl/en/corporate/history.html

4.2 Google idag

Google har uppnått en kraftig tillväxt sedan företaget grundades, och är idag ett av världens största företag[38]. Företagets sökmotor har sedan 2000 varit marknadsledande och har idag en global marknadsandel på 85 %.[39] För att behålla sin dominans på internet, tilldelas 70 % av företagets resurser till utveckling av sökmotorn och annonsering. Totalt har Google sjuttio kontor etablerade i trettio länder, med 19 835 anställda den 31 december 2009[40]. Företaget finns främst representerat i USA och Europa. Huvudkontoret ligger i Mountain View i Kalifornien.[41] Figuren nedan presenteras Googles verkställande ledning.

Eric Schmidt	Styrelseordförande och verkställande director
Larry Page	Grundare och VD, produkter
Sergey Brin	Grundare och VD, teknik
Nikesh Arora	Chef, global försäljning och affärsutveckling
Laszlo Bock	Vice VD, personalhantering
Shona L. Brown	Överordnad vice VD, affärsverksamhet, Google Inc
W. M. Coughran Jr.	Överordnad vice VD, ingenjörsteknik
David C. Drummond	Överordnad vice VD, företagsutveckling och chefsjurist
Alan Eustace	Överordnad vice VD, ingenjörsteknik och forskning
Urs Hölzle	Överordnad vice VD, verksamhet och Google-samarbetare
Jeff Huber	Överordnad vice VD, ingenjörsteknik
Omid Kordestani	Överordnad rådgivare, kontoret för VD och grundare
Patrick Pichette	Överordnad vice VD och finansdirektör
Jonathan Rosenberg	Överordnad vice VD, produkthantering och marknadsföring
Rachel Whetstone	Vice VD, offentlig policy och kommunikation
Susan Wojcicki	Vice VD, produkthantering

[38] http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/full_list/301_400.html
[39] http://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qptimeframe=Y
[40] http://www.google.com/intl/en/corporate/address.html
[41] Google Inc. Årsredovisning 2009

4.2.1 Finansiell översikt

Företagets finansiella ställning är mycket god. Google innehar stor andel eget kapital, vilket medför en hög soliditet. Den långsiktiga betalningsförmågan anses därmed vara god. Dock visar delårsrapporten för tredje kvartalet 2010, en sjunkande soliditet för samma period för 2009. I september var värdena 81 % respektive 89 %. Däremot är räntabiliteten på eget kapital är snarlik för de båda åren. 13,5 % 2009 och 13,8 % för 2010. Vidare ökar vinstmarginalen från cirka 27 % till drygt 29 %. Effektiviteten kan därmed anses som god.[42]

Företagets intäkter genereras nästan uteslutande, 97 % år 2009, från annonsering. År 2009 hade Google intäkter på drygt $23,65 miljarder, vilket var en ökning med drygt $1,86 miljarder från föregående år. I slutet av 2009 genererades 47 % av annonsintäkterna från USA, 13 % från Storbritannien och 40 % från övriga världen.[43] Under 2010 verkar intäkterna fortsätta att öka. Bolaget redovisade för tredje kvartalet intäkter motsvarande $20,88 miljarder fram till den 30 september, vilket kan jämföras med $16,98 miljarder för samma period 2009. Vidare visar delrapporten för tredje kvartalet en ökning av rörelseresultatet från cirka $4,55 miljarder till drygt $5,96 miljarder. De goda resultaten beror på ökade annonsintäkter främst från Googles webbsidor och Google Network, vilka innefattar webbsamarbeten. Vidare ökade annonsintäkterna från verksamheten relaterad till mobiltelefoner.[44]

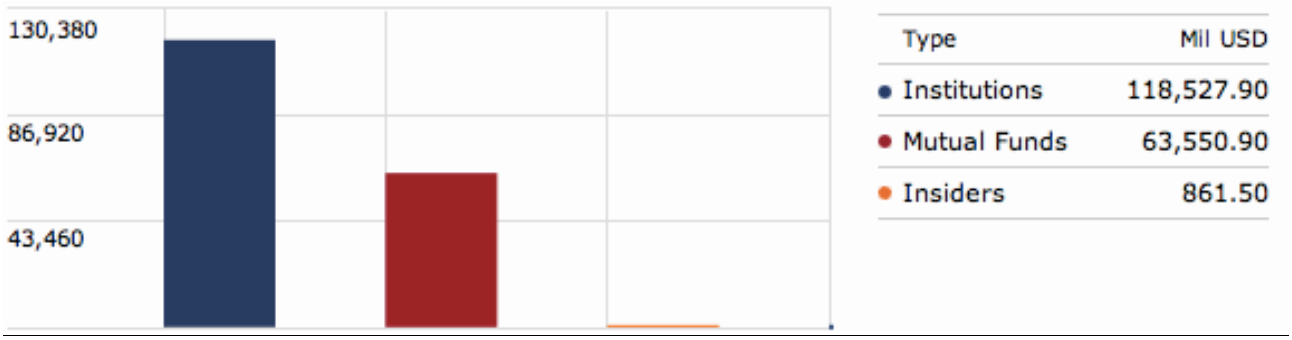
En jämförelse mellan år 2008 till 2009.

	2009	**2008**
Omsättning	24 md	22 md
Rörelseresultat	7 md	4 md
Antalet anställda	19 835	20 222
Marknadsvärde	195 md	97 md
Antal aktier	316 mn	314 mn
Aktiepris	616,98 USD	307,65 USD

[42] Delrapporter för tredje kvartalet 2009 & 2010
[43] Google Inc. Årsredovisning 2009
[44] Delrapporter för tredje kvartalet 2009 & 2010

4.2.2 Största aktieägarna

Som det framgår av figuren nedan är ägarna av Google huvudsakligen tre stora grupper, institutioner, fonder samt insiders. Den grupp som är mest relevant är institutioner då gruppen utgör den stora ägaren av Google. Inom institutioner utmärker sig FMR LLC som innehar 6,17 % av Googles aktier och därmed även rösträtt. Inom gruppen fonder är det Growth Fund of America som utgör den stora aktieägaren med ett innehav på 3,65 %.



Källa: http://investors.morningstar.com/ownership/shareholders-overview.html?t=GOOG

4.3 Konkurrenter

Som Google själva framställer det så har de konkurrenter i varje aspekt av deras snabbt växande företag, i synnerhet från övriga företag som, har som mål att hjälpa människor att hitta relevant information och rådgivning online i likhet med Googles och deras sökmotor. De anser att för tillfället är det främsta konkurrenter Microsoft och Yahoo.[45]

4.3.1 Yahoo

Yahoo bildades 1994 av två doktorandstudenter, David Filo och Jerry Chang, på Stanford universitet. Yahoo började som en form av hobby för studenterna och har utvecklas till ett varumärke som är ledande globalt. Yahoo har varit och förändrat det sätt på vilket människor kommunicerar och delar information med varandra.

Idag är Yahoo en självklar mötesplats för hundratals miljoner människor varje månad. Yahoo har genom sin innovativa teknologi och dess innovativa sätt utvecklas till en mediaföretag av världsklass och Yahoo är idag ett av internets mest trafikerade sida.

Yahoo bedriver idag en verksamhet med produkter som faller inom fem olika kategorier: kundupplevelse, applikationer, sökmotor, medialösning samt mobilt. Huvuddelen av deras

[45] http://investor.google.com/corporate/faq.html#competitors

produkter finns tillgängliga på mer än 30 olika språk. Företagets huvudkvarter finns i Sunnyvale, Kalifornien och företaget har kontor i mer än 25 länder världen över.[46]

4.3.2 Microsoft

I slutet av 70- talet bildade William H. Gates och Paul G. Allen tillsammans Microsoft.

1981 lanserade Microsoft MS-DOS som blev persondatorns stora genombrott. I slutet av 80-talet fanns det mer än 90 miljoner persondatorer över hela världen. Samtidigt under 80-talet sätter Microsoft upp sitt högkvarter i Redmond, Washington.

90-talet blev det årtionde som persondatorerna kunde hittas i varje hem och ett naturligt verktyg att kommunicera med. Det var under samma årtionde som Microsoft presenterade Windows 95, som blev ett av det mest sålda programmen i historien och bidrog till att persondatorn började användas i företag, hem och skolor. Samtidigt började människor att koppla upp sig mot internet och Microsoft Internet Explorer bidrog snabbt till att antalet internetanvändare ökade från 3 miljoner till 200 miljoner under endast en femårsperiod.

Microsoft är verksam numera i över 103 länder och regioner med en omsättning på 62.42 miljarder USD under fiskala året 2010.[47] Företaget är en av Googles konkurrent på marknaden för sökmotorer genom deras sökmotor med namnet Bing. Företaget redovisade en marknadsandel på strax över 10 % under november 2010.[48]

[46] http://yhoo.client.shareholder.com/press/overview.cfm
[47] www.microsoft.com
[48] http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/12/comScore_Releases_November_2010_U.S._Search_Engine_Rankings

5. Företagsanalys

I detta kapitel analyseras Google genom Trekantsmodellen, för att få ett helhetsperspektiv av företaget. Komponenten Finans analyseras genom Fyrkantsmodellen och nyckeltal. Vidare följer en analys över komponenterna Objekt och Subjekt.

5.1 Finans

Komponenten Finans, avser företagets ekonomi. Googles finansiella tillstånd och dess förändringar visas genom finansiella nyckeltal och Fyrkantsmodellen. Avsikten är att belysa företagets utveckling under 2005 till 2009.

5.1.1 Finansiella nyckeltal

Soliditet

Google Inc. kapitalstruktur innefattar en mycket hög andel eget kapital och låg andel skulder. Företaget har därmed en hög soliditet vilket indikerar på en god förmåga att hantera eventuella förluster och till fortlevnad. Vidare minskar företaget den finansiella risken i och med att verksamheten till stor del finansieras av eget kapital. Mellan åren 2005 till 2009 har soliditeten inte förändrats märkbart. Den tydligaste förändringen, drygt 2 procent, har skett under perioden 2006 till 2007. Minskningen beror på företagets tillväxt, vilket kräver ett ökat kapitalbehov. Under 2007 har tillväxten finansierats något mindre med eget kapital än föregående år, vilket har medfört att soliditeten har sjunkit.

År	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
Soliditet	91,7%	92,2%	89,6%	88,9%	88,9%

Räntabilitet på eget kapital (ROE)

Avkastningen på eget kapital har varit positiv och befinner sig på en relativ jämn nivå under åren 2005-2009. Räntabiliteten på eget kapital varierar mellan drygt 15,5 procent till 18,5 procent under perioden. Ledningen kan därmed anses ha presterat väl. Företaget har under perioden uppnått hög tillväxt, vilket medfört stigande rörelseresultat som bland annat tillskjutits eget kapital. Den största skillnaden på R_E finns mellan åren 2007 till 2008. Det beror främst på avtagande tillväxttakt på företagets intäkter, vilket har minskat tillväxten på årets resultat.

År	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
R_E	15,55%	18,06%	18,52%	14,96%	18,11%

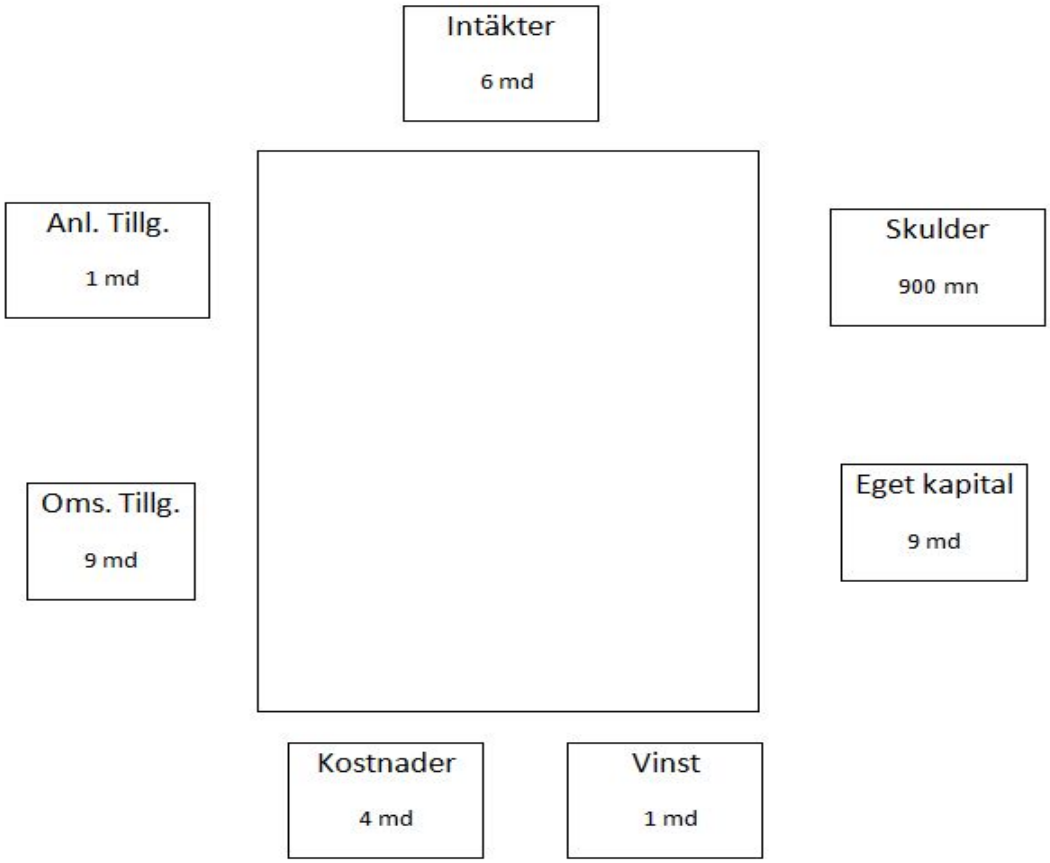
Vinstmarginal

Google Inc. uppvisar under mätperioden en god vinstmarginal. Det förändrade värdet mellan åren 2005 till 2006 beror främst på ökade annonsintäkter, vilket medförde ett starkt rörelseresultat. Från 2006 till 2008 minskade vinstmarginalen med drygt 10 procent. Minskningen beror främst på ökade kostnader i allmänhet och annonskostnader i synnerhet vilket har medfört att årsresultaten inte har ökat i samma takt som tidigare. Den största förändringen i vinstmarginal sker mellan åren 2008 och 2009, där vinstmarginalen är drygt 19 procent respektive 28 procent. Skillnaden beror på ökande intäkter medan kostnaderna, främst från utbetalningar till användare och distributörer av annonsprogram, låg kvar på liknande nivåer. Detta medförde ett bättre rörelseresultat.

År	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
VM	23,87%	29,02%	25,33%	19,39%	27,56%

5.1.2 Fyrkantsmodellen

2005



Balansräkningen

Av företagets totala tillgångar, är ca 88 % omsättningstillgångar. Vidare är de stora posterna under omsättningstillgångar, kassa samt marknadsnoterade värdepapper, som är väldigt likvida och som kan omsättas till likvida medel på väldigt kort tid. Det resulterar samtidigt i att anläggningstillgångar endast uppgår till 12 % av Googles totala tillgångar. Företaget har i jämförelse med årets trots detta markant ökat sina anläggningstillgångar och investerat resurser i informationsteknologiska tillgångar. Förmodligen som ett resultat av att företaget expanderat.

Beträffande företagets skulder härrör en stor del av de från förutbetalda intäkter och upplupna kostnader samt leverantörsskulder. Samtliga är kortfristiga skulder och en slutsats som kan dras är att företaget inte har finansierats av banker eller andra finansiella institut utan av sina aktieägare.

Redovisning av eget kapital

Under 2005 visar fyrkantmodellen att Googles egna kapital uppgår till ca 92 % av företagets totala tillgångar. Den höga siffran kan härledas till att företag utgav nya aktier under år 2005 vilket tillförde 7, 477 MD USD till det egna kapitalet. Vidare gjorde Google ingen utdelning under året och behöll därmed vinsten inom företaget.

Resultaträkningen

Googles vinst under 2005 var 1, 456 MD USD. Det var ungefär en fördubbling från år 2004 då företaget börsnoterades. Det resulterar i att ca 24 % av företagets intäkter resulterar i vinst.

Av företagets intäkter på 6, 138 MD USD återfinns 6, 065 MD USD från företagets hemsida och dess annonseringsprogram. Intressant att notera därmed är att ca 99 % av företagets intäkter härrör från företagets hemsida och dess kraftfulla verktyg för annonsering genom Googles sökmotor.

Vid en anblick på kostnaderna utmärker främst posterna forskning och utveckling (F&U) samt försäljning och marknadsföring sig. Google investerar under året 483 987 M USD på F&U och 439 741 M USD på försäljning och marknadsföring.

Utveckling av aktie

Året efter att Google börsnoterats lyfter deras aktie som en raket på börsen precis som det gjorde under de få månader sedan företagets börsnotering under augusti 2004. Aktiekursen för Google är $202,71 när Nasdaq börsen öppnar den 3 januari 2005. Googleaktien första fyra månader, januari till april, är relativt jämn med en knapp tillväxt under februari månad. I slutet av april växer aktiekursen till följd av bland annat att företaget genomför en stor utveckling och förbättring av deras kassako, Adwords, som ger företag bättre möjlighet att nå ut till sina kundsegment. Google fortsätter att utveckla sina produkter under året och

aktiens utveckling på börsen är mycket god. Aktieåret för Google slutar med en tillväxt på strax över 100 % och aktiepriset är den 30 december 2005 är $414,86

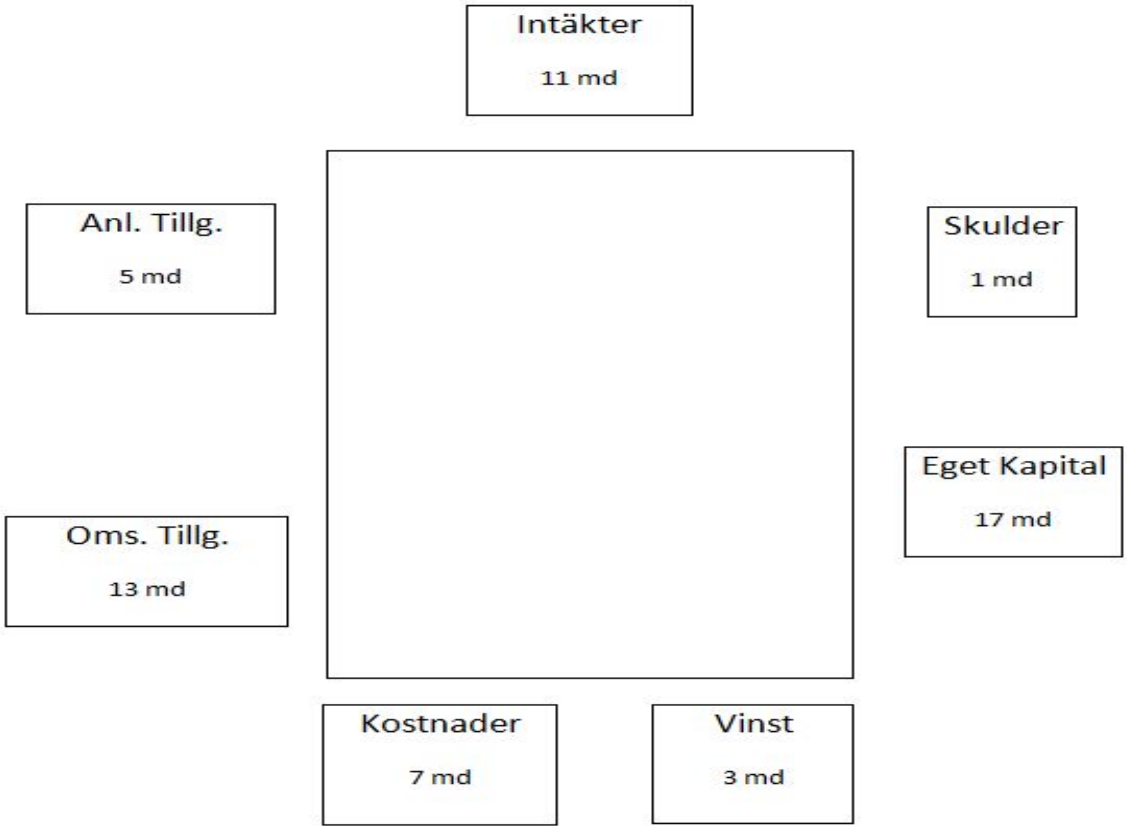
I jämförelse med Nasdaq indexet (i gult), som hade en väldigt knapp tillväxt under året så har Googles aktie som tidigare nämnt en väldig tillväxt. Nasdaq börsen

I jämförelse med Googles stora huvudkonkurrenter, Yahoo (i grönt) och Microsoft (i rött), så framgår det av figuren ovan att Yahoo och Microsoft, i likhet med Nasdaq indexet, slutar på knappt någon tillväxt.

Aktuella aktiepriser under år 2005 (i dollar):

	3 jan 2005	30 dec 2005
Google	202,71	414,86
Microsoft	26,74	26,15
Yahoo	38,18	39,18
Nasdaq	2.152,14	2.205,32

2006



Balansräkningen

Googles tillgångar ökar markant under år 2006, en ökning på ca 80 %. Den kraftiga tillväxten kan härledas till två faktorer. Företaget har återigen utgivit nya aktier under året vilket har medfört ökning av eget kapital.

Vidare har Googles omsättnings- och anläggningstillgångar ökat under 2006. Företaget betalar 1, 545 MD USD i Goodwill och deras anläggningstillgångar ökar därmed. Samtidigt ökar deras marknadsnoterade värdepapper markant och resulterar i större omsättningstillgångar.

Vid en analys av deras skulder så är det i likhet med året tidigare främst kortfristiga skulder som företaget har och företagets tillväxt har finansierats av dess aktieägare och inte av banklån och banker eller andra liknande finansiella institut.

Redovisning av eget kapital

Det egna kapitalet har, i jämförelse med året tidigare, ökat med ca 81 % från 9, 418 MD USD till 17, 039 MD USD. Som tidigare nämnts har företaget utgivit nya aktier under året vilket

har medfört nytt kapital till Google. Samtidigt deklarerar Google i sin årsredovisning att ingen utdelning har gjorts och att de planerar att behålla kapitalet inom företaget.

Den balanserade vinstmedlet ökar från 2, 055 MD USD som företaget redovisade år 2005 till 5, 133 MD USD under 2006. En ökning på nästan 150 % i jämförelse med året tidigare.

Resultaträkningen

Som det framgår av fyrkantsmodellen ovan gör Google en vinst på 3, 077 MD USD under år 2006. Det är en ökning på 111 % i jämförelse med året tidigare. Ökningen beror helt enkelt på att företaget får mer intäkter genom deras annonseringsprogram Adwords och Adsense. Verktygen som används för att annonsera via deras sökmotor. Återigen kan ca 99 % av deras intäkter härledas till deras sökmotor och annonseringsprogram. Googles vinstmarginal ökar och deras vinst uppgår till ca 29 % av företags intäkter.

Kostnaderna för F&U och försäljning och marknadsföring ökar med en ungefärlig fördubbling. Google fortsätter att satsa på att marknadsföra sig och utveckla deras produkter under år 2006.

Utveckling av aktie

2006 aktie år var inte lika framgångsrik som tidigare för Google och aktien var volatil i stort sett under hela året. Under årets första börsdag den 3 januari 2006 så slutar Googles aktiekurs på $435, 23 men från mitten av januari till slutet av mars sjunker aktiekursen med ca 20 %. Trots att Google presterar bättre på börsen under de kommande månaderna så gör aktien inget bra år. Det kan bero på att Google under 2006 släpper en del nya produkter, bland annat Picasa som är ett fotodelningsprogram, som troligen inte omfamnas av marknaden. Googles aktiekurs slutar trots det på en tillväxt på strax under 10 %.

Nasdaq indexet har precis som året tidigare en väldigt jämn tillväxt och det är endast under juni till augusti som indexet faller under 0 % och har en negativ tillväxt. Nasdaq indexet har i likhet med Google en tillväxt på ca 10 % under 2006.

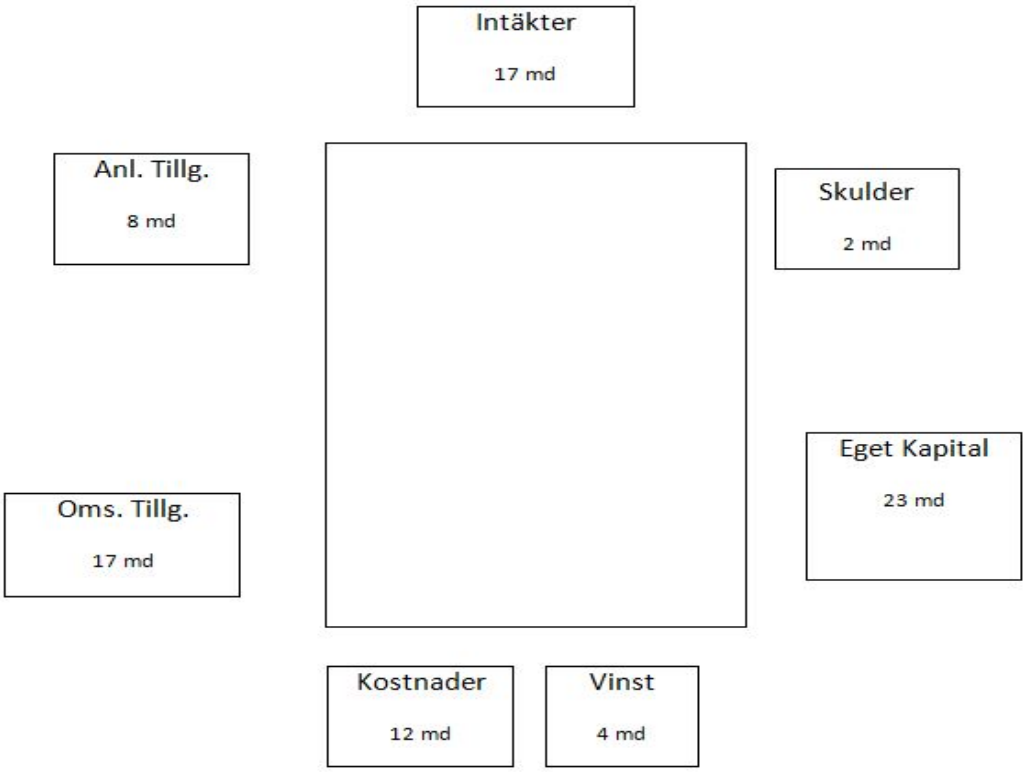
För Googles konkurrenter, Microsoft och Yahoo, så är utveckling av deras aktiekurs väldigt olika. Medan Microsofts aktiekurs i likhet med Google har en tillväxt på ca 10 % så faller Yahoos aktiekurs med ca 40 % under hela året och en trolig orsak till det är att Googles marknadsandel på marknaden för sökmotorer tilltar och resulterar i att fler företag annonserar via deras sökmotor och annonseringsprogram. Yahoo tillkännager under september 2006 att de planerar att lansera ett nytt annonseringsprogram, Panama, till slutet av året, troligen för att bättre kunna konkurrera med Google.[49]

Aktuella aktiepriser under år 2006 (i dollar):

	3 jan 2006	29 december 2006
Google	435,23	460,84
Microsoft	26,84	29,86
Yahoo	40,91	25,54
Nasdaq	2.243,74	2.415,29

[49] http://techcrunch.com/2006/09/19/yahoo-stock-plummets-as-cfo-says-ad-sales-are-slowing/

2007



Balansräkningen

Som det framgår av modellen ovan så ökar Googles tillgångar under 2007, en ökning på ungefär 37 %. Företaget fortsätter sin satsning med företagsförvärv vilket resulterar i att deras Goodwill-post ökar till 2, 299 MDS USD och således resulterar i en ökning av anläggningstillgångar. En annan faktor bakom ökningen av anläggningstillgångarna är att Google investerar i fastigheter och utrustning till ett värde av 2, 402 MD USD. Vidare sker en ökning i företagets likvida medel i jämförelse med året tidigare från 3, 544 MD USD till 6, 081 MD USD.

Googles skulder växer till 2, 646 MD USD under 2007 men är i likhet med tidigare år ett resultat av kortfristiga skulder som förutbetalda intäkter och upplupna kostnader samt leverantörsskulder. Företagets skulder uppgår till ca 10 % av företagets totala tillgångar.

Redovisning av eget kapital

I likhet med tidigare år fortsätter Googles egna kapital att växa mycket även under år 2007. Företagets egna kapital ökar med 5, 649 MD USD under året och beror till stor det på att det balanserade vinstmedlet ökar med 4, 201 MD USD från år 2006. Google redovisar även i årsredovisningen att företaget inte har några intentioner på att betala någon utdelning under året eller kommande framtid.

Företag utger även under 2007 nya aktier men inte väsentligt mindre omfattning än tidigare två år, det vill säga 2005 och 2006.

Resultaträkningen

Googles intäkter ökar avsevärt och företaget uppvisar den största intäktsförändringen sedan 2005. Intäkterna ökar från 10, 604 MD USD till 16, 593 MD USD, vilket är en ökning med approximativt 56 % i jämförelse med året tidigare.

Ökningen är i likhet med tidigare år ett resultat av Googles stora marknadsandel av sökmotorer (ca 60 % år 2007) och den dominerande position som företag har. Även år 2007 härrör 99 % av Googles intäkter från deras annonsprogram.

Beträffande företagets kostnader fortsätter företaget sin satsning på F&U och marknadsföring. En väsentlig skillnad i jämförelse med tidigare år är posten ”General and administrative” som är en post för de kostnader företag har för deras anställda. Denna post kostnader uppgår till 1, 279 MD USD och utgör numer 7,7 % av företagets intäkter.

Utveckling av aktie

Under år 2007 så lanserar Google en rad nya produkter och ingår även samarbeten med olika stora bolag. I januari så meddelar Google att de ingår samarbete med kinesiska China Mobile, världens största mobiloperatör, för att tillhandahålla sökmotorn till den mobila marknaden i Kina. Aktiekursen får visserligen ett uppsving av detta samarbete men tillväxten stannar kring 10 % för att sedan fall till ca 0 % till februari månad. Under de kommande månaderna, februari till mitten av maj så stagnerar aktien. Googles aktie har haft en tillväxt på 713,5 % sedan börsnotering i augusti 2004.

Google har därefter ett väldigt bra år på aktiemarknaden under i stort sett resten av året med en absolut topp från september till november månad. Nyheter som bland annat att företaget optimerar Adword och Adsense för den mobila marknaden, Youtube, som företaget köpte i oktober året tidigare, lanseras i ytterligare nio länder, samt att företag introducerar sitt mobila operativsystem, Android, under året. En slutsats kan dras att

marknaden ser positivt på företagets fortsatta verksamhet. Företagets aktiekurs stiger med ca 50 % under 2007.

Nasdaq indexet har återigen en väldigt jämn och stabil tillväxt på aktiemarknaden och indexet slutar under året på en tillväxt, i likhet med tidigare år, på ca 10 %.

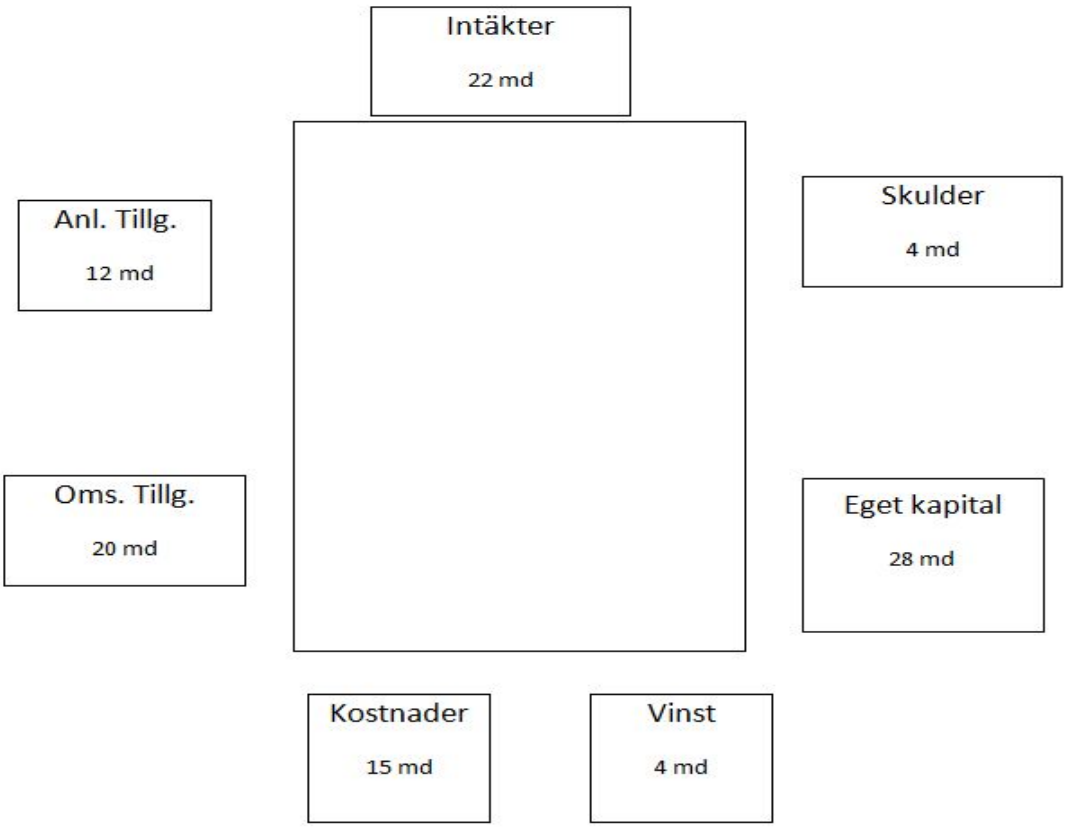
Yahoo prestationer på börsen kommer under år 2007 att, förvisso från året tidigare få ett uppsving, sluta med negativ tillväxt. Företaget fortsätter att tappa marknadsandelar till Google och det resulterar i att allt mindre företag vänder sig till Yahoo för annonsering. Samtidigt var förväntningarna för höga på det nya annonseringsprogrammet Panama från analytiker, förväntningar som Yahoo inte kunde möta under hela året.[50] Microsoft aktiekurs stiger med 20 % under 2007.

Aktuella aktiepriser under år 2007 (i dollar):

	3 jan 2007	31 dec 2007
Google	467,59	691,48
Microsoft	29,86	35,60
Yahoo	25,61	23,26
Nasdaq	2.423,15	2.652,28

[50] http://www.marketingpilgrim.com/2007/04/yahoos-stock-price-falls-on-overly-optimistic-expectations-by-analysts.html

2008



Balansräkningen

De totala tillgångarna ökar under 2008 med 24 % till 31, 767 MD USD. I likhet med tidigare år beror främst denna ökning till följd av att företagets omsättningstillgångar har ökat men även anläggningstillgångar ökar till följd av en ett företagsförvärv under året som renderar i att posten Goodwill uppgår till 2, 353 MD USD.

Gällande företagets skulder framgår det, trots att skulderna ökar från 2, 646 MD USD till 3, 528 MD USD, att det i likhet med tidigare år är skulder som är kortfristiga och företaget fortsätter att finansieras av aktieägare och står i mångt och mycket utanför banker och övriga finansiella institut.

Redovisning av eget kapital

Det egna kapitalet ökar från 22, 689 MD USD till 28, 238 MD USD, en ökning med nästan 25 %. Det är resultatet av att Google inte gör någon utdelning under året eller intentioner att göra så.

Resultaträkningen

Googles intäkter fortsätter att öka betydligt även under år 2008. Företaget uppvisar intäkter på 21, 795 MD USD, vilket är en ökning med 31 % gentemot året tidigare. Googles vinst stagnerar dock i jämförelse med tidigare år och kan vara ett resultat av en betydande ökning i företagets kostnader.

Företagets ökade kostnader härrör från bland annat ökade kostnader inom tre poster, F&U, försäljning och marknadsföring samt ”General and administrative”. Kostnaderna under 2008 ökade med ca 32 %. Resultatet av det blir att företaget har en betydligt lägre vinstmarginal än tidigare år. Vinstmarginal uppgår till 19,39 % under år 2008.

Utveckling av aktie

År 2008 är i jämförelse med tidigare år ett unikt på börsen. En ekonomisk kris slog till runtom i världen och orsakade ekonomiska skador inom många olika branscher och sektorer.

År 2008 har Googles aktie sitt sämsta år sedan företagets börsnoterades i augusti 2004. Aktiepriset faller redan under februari månad med ca 40 % och trots att Googles aktie under perioden april – augusti håller en jämn utveckling slutar året i moll för Google. Aktiepriset rasar med nästan 60 % under 2008.

I jämförelse med sin huvudkonkurrent för Yahoo så faller Googles aktie för första gånger sedan börsnoteringen mer än Yahoo. Det är först under 2008 år sista kvartal som Yahoos aktie faller markant. Yahoos aktie stiger dessutom avsevärt under början av februari månad

efter nyheter om att Microsoft planerar ett förvärv av företaget och därefter officiellt lämnar ett bud till Yahoo.[51] Ett bud som senare avvisades av Yahoo.

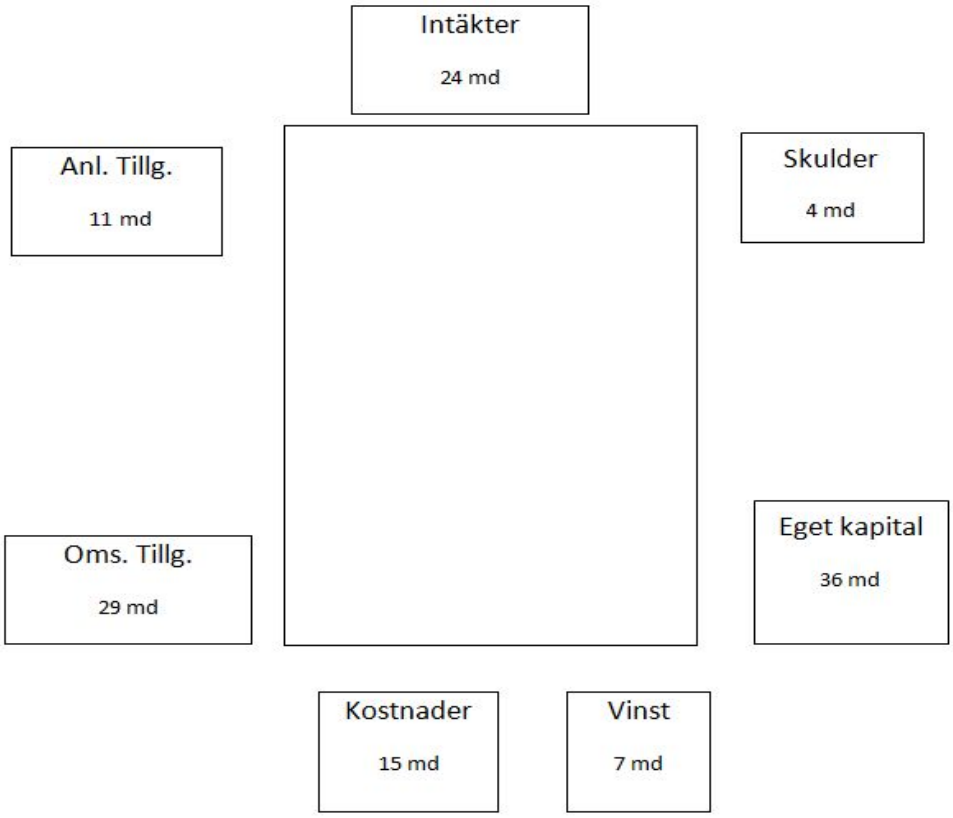
I jämförelse med Nasdaq indexet så presterar Google sämre under detta år. Nasdaq indexet utveckling är jämn under årets första tre kvartal för att sedan falla kraftigt under årets sista kvartal. Ett resultat av att världen gick en ny ekonomisk kris till mötes.

Aktuella aktiepriser under år 2008 (i dollar):

	2 jan 2008	31 dec 2008
Google	685,19	307,65
Microsoft	35,22	19,44
Yahoo	23,72	12,20
Nasdaq	2.609,62	1.577,03

[51] http://www.microsoft.com/presspass/press/2008/feb08/02-01corpnewspr.mspx

2009



Balansräkningen

Googles totala tillgångar ökar markant under år 2009 i jämförelse med året tidigare. En förändring på 27 % som kan huvudsakligen kan härledas till företagets ökade tillgång i marknadsnoterade värdepapper samt kassa. De två posterna utgör tillsammans 72 % av företagets totala tillgångar. Googles anläggningstillgångar minskar under året och det beror bland annat på avskrivningar och amortering samtidigt som företaget inte i större omfattning investerar i nya anläggningstillgångar.

Företagets skulder fortsätter att öka och uppgår under 2009 till 4, 492 MD USD. 61 % av skulderna är kortfristiga skulder och skulderna i likhet med tidigare år endast uppgår till 11 % av företagets totala tillgångar.

Redovisning av eget kapital

Googles egna kapital fortsätter att växa precis som tidigare år och uppgår till 36, 004 MD USD under år 2009. Det representerar nästan 89 % av de totala tillgångarna inom företaget. En minskning i jämförelse med år 2005 då företagets egna kapital utgjorde approximativt 92 % av företagets totala tillgångar. Posten som ökade mest är den balanserade vinstmedlet just i likhet med tidigare år.

Resultaträkningen

År 2009 fortsätter Googles vinst att återigen växa och företaget lyckas uppvisa en tillväxt på 54 % för vinsten. Trots att vinsten i jämförelse med tidigare år inte ökar betydligt så lyckas företaget kontrollera deras kostnader vilket resulterar i en större vinst.

Intäkter under 2009 uppgick till 23 650 563 och är en ökning med 8,5 %, en svag siffra vid jämförelser med tidigare år.

Beträffande Googles kostnader så lyckas företaget att i stort sätt bibehålla de på samma nivå som tidigare år och kostnaderna uppgår således till 15, 338 MD USD. En ökning med endast 1 %. Det härrör främst från det faktum att Google inte ökar sina kostnader för F&U och marknadsföring samtidigt som de minskar kostnaderna för posten ”General and administrative”, förmodligen till följd av att antalet anställda minskar under året.

Utveckling av aktie

Även år 2009 präglas av den globala finanskrisen som utbröt året tidigare i september månad världen runt. Resultatet av den ekonomiska krisen var en internationell lågkonjunktur. Genom lyckade insatser från både centralbanker och regeringar förbättrades finansmarknaden under året succesivt och börsen är på väg att återhämta sig från det betydande fallet under slutet av 2008. [52]

Googles aktie fortsätter att påverkas av den ekonomiska krisen i världen det första kvartalet under år 2009. Därefter lyfter aktiepriset väsentligt och året slutar med en tillväxt på över 80 % för Googles aktie.

[52] http://www.scb.se/Pages/PressRelease____303078.aspx

I likhet med Google så faller Nasdaq indexet under årets första kvartal och har en negativ tillväxt på ca 20 % i mars månad. Därefter stiger indexet succesivt under hela året och slutar med en tillväxt på 40 % under 2009.

Konkurrenterna till Google, Yahoo och Microsoft, får ett positivt börsår och främst för Microsoft slutar 2009 års aktiekursutveckling väl med en aktie som stiger ca 60 % under året. Yahoos aktiekurs stiger med strax under 40 % under året, i likhet med Nasdaq indexet.

Aktuella aktiepriser under år 2009 (i dollar):

	3 jan 2009	31 dec 2009
Google	321,32	619,98
Microsoft	20,33	30,48
Yahoo	12,85	16,78
Nasdaq	1.632,21	2.269,14

5.1.3 Företagsförvärv

Som det framgår av fyrkantsmodellen ovanför så är Googles finansiella utveckling under åren 2005-2009 betydande och företagets lyckas med det faktum att kunna ha en tillväxt på sin vinst under varje år. Detta avsnitt har intentioner att belysa hur Google investerar bland annat den vinst och det kapital som de får in genom att de utger nya aktier under de föregående åren. En tidslinje kommer närmare att presentera de företagsförvärven som är av störst karaktär.

- **2003 – april:** Google köper Applied Semantics för $103 M som ett steg i att stärka Googles sök- och annonseringsprogram. [53]

- **2005 – maj:** Google investerar $100 M i Current Communications Group. Förvärvet är tänkt att underlätta för användare av videoklipp att koppla sig till Google då Current Communications Group erbjuder bredbandssystem av högteknologisk art.[54]

- **2005 – juli:** Företaget köper det företaget Android, ett företaget med verksamhet inom mobilt operativsystem, med förhoppning om att kunna knyta till sig fler användare inom det området.[55]

[53] http://newsbreaks.infotoday.com/nbreader.asp?ArticleID=16713
[54] http://news.cnet.com/Google-invests-in-power-line-broadband/2100-1036_3-5777917.html

- **2005 – september:** En investering görs i AOL för $1 MD vilket resulterar i ett aktieinnehav värt 5 %. Företagen ingår samarbete för att underlätta distribution av video online för deras användare. Vidare innebär samarbetet att AOL:s produkter blir mer tillgängliga för användare av Google.[56]

- **2006 – oktober:** Google gör sitt, för tiden, största förvärv i företagets korta historia då företaget Youtube förvärvas. Youtube har under den tidpunkten ca 100 miljoner videon online och approximativt 72 miljoner användare varje månad. Google och Youtube fortsätter att drivas oberoende av varandra. Priset för förvärvet uppgår till $1,65 MD.[57]

- **2007 – april:** Företaget fortsätter att riva barriärer och Google tillkännager att ett förvärv av företaget DoubleClick har gjorts till ett belopp på $3,1 MD. Även Microsoft, en huvudkonkurrent till Google, budade på DoubleClick. Genom detta förvärv lyckas Google att erhålla en större marknadsandel för display-annonsering. En marknad som omsatte under $3,34 MD under 2006 och som förväntandes växa till $4,5 MD under 2010.[58]
- **2007 – juni:** Två månader efter förvärvet av DoubleClick investerar Google $100 M i företaget Feedburner vars affärsverksamhet är inom RSS-hantering vilket automatiskt uppdaterar nyheter till användare som kan prenumererar på internetsidor.[59]

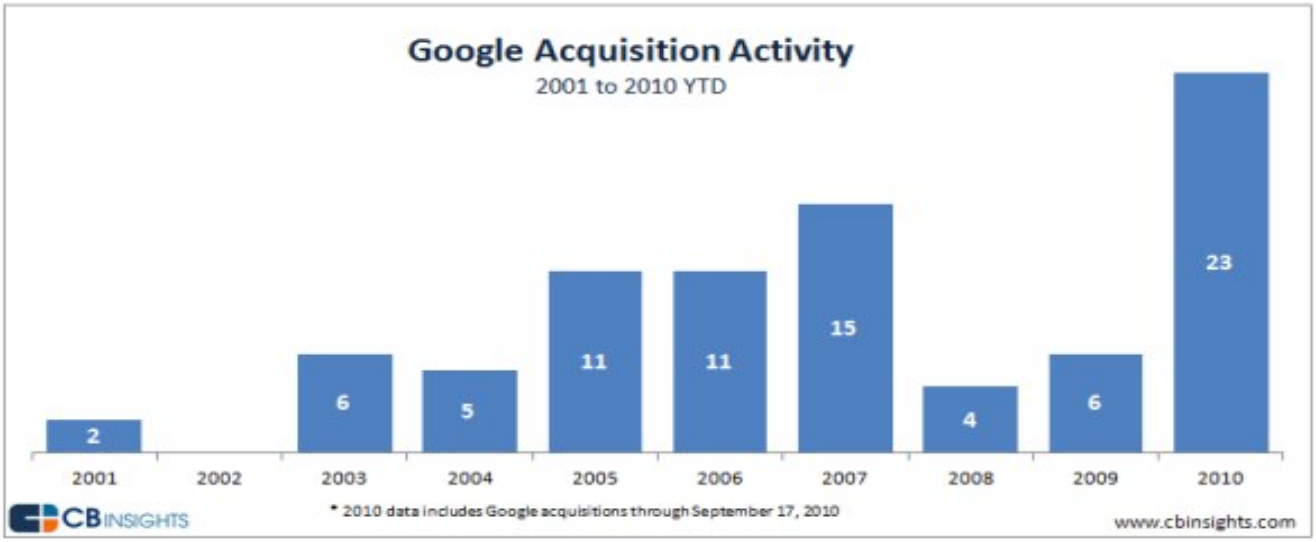
- **2008 – juli**: Google fortsätter att förvärva företag och i juli 2008 meddelar företaget att it-säkerhetsföretaget Postini har köpts för $625 M i ett steg att attrahera företagsanvändare till Googles web-applikationer. Postini, som under den tiden hade en klientelbas på 35 000 kunder, har en affärsverksamhet som bland annat enkrypterar e-post och filtrerar spam.[60]

- **2009 – november:** Företaget AdMob köps för $750 M i vad som blir Googles tredje största företagsförvärv till dags dato. AdMob, vars verksamhet bedrivs inom branscher för mobil annonsering, är tänkt att expandera Google inom det affärsområdet.[61]

---

[55] http://news.cnet.com/8301-13846_3-9810414-62.html
[56] http://www.google.com/press/pressrel/twaol_expanded.html
[57] http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/6034577.stm
[58] http://www.businessweek.com/technology/content/apr2007/tc20070414_675511.htm
[59] http://news.cnet.com/8301-10784_3-9724916-7.html
[60] http://www.forbes.com/2007/07/09/google-postini-email-tech-cx_ag_0709postini.html
[61] http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/archives/2009/11/google_buys_admob_in_bid_to_boost_mobile_ads.html

- **2010 – juli:** Nästa stora förvärv är ett faktum och Google förvärvar ett flyg-informationsföretag, ITA, för $700 M. Köpet är tänkt att hjälpa Google att konkurrera mot övriga rese-informations rivaler i form av bland annat Microsofts Bing och Kayak.com och kunna attrahera till sig fler användare.[62]



Källa: http://www.businessinsider.com/2010-is-already-googles-biggest-year-for-acquisitions-ever-2010-9

5.2 Objekt

Komponenten Objekt i Trekantsmodellen, redogör för företagets produkter och tjänster. I Googles fall är objektet av stor betydelse. Främst på grund av sökmotorn, vilken integrerar med andra av företagets produkter och tjänster exempelvis annonsprogrammet AdWords. Vidare är det sökmotorn i kombination med AdWords som genererar de största intäkterna till Google.

5.2.1 Produkter

En central del i Google Inc. filosofi är att erbjuda användaren den bästa möjliga upplevelsen. Produktutvecklingen strävar efter en kontinuerlig innovation. En produkt genomgår två faser innan den lanseras i full omfattning. I ett första skede erbjuds produkten, som befinner sig tidigt i produktcykeln, på företagets hemsida. Genom detta förfaringssätt kan användare ge värdefull återkoppling. Utifrån responsen fattas beslut om produkten ska avvecklas eller förbättras. I nästa fas erbjuds en betaversion av produkten, vilket medför ytterligare tester. När produkten är tillfredställande, lanseras den i full omfattning som en ny produkt.[63]

Detta förfaringssätt är vanligt förekommande bland företag i Googles bransch. Fördelen är att eventuella brister kan åtgärdas innan produkten lanseras till potentiella användare på internet. Dessutom förhindras att varumärket Google skadas, vilket kan leda till ett minskat

[62] http://www.bloomberg.com/news/2010-07-02/google-s-ita-acquisition-to-face-tough-scrutiny-ubs-says.html
[63] Google Inc. Årsredovisning 2009

användarantal som i sin tur innebär minskade annonsintäkter. Vidare framhäver Google vikten av innovation, vilket är viktigt på webbmarknaden. Ett tydligt exempel på det är söktjänsten, som har gjort Google till en dominant bland världens företag.

Google erbjuder kostnadsfria produkter och tjänster inom olika kategorier, där kärnverksamheten består av söktjänst och annonsering. Produktsortimentet kan delas in i följande:[64]

- Söktjänster: Omfattar produkter och tjänster som snabbt och enkelt genererar relevant information till användaren. Exempelvis Google, Google Books och Google Images.
- Annonsprogram: Produkter anpassade för att utnyttjas tillsammans med delar av övriga produktsortimentet. Exempelvis AdWords och AdSense.
- Applikationer: Verktyg som kan användas till att dela, sprida och kommunicera information. Exempelvis Gmail, Blogger och YouTube.
- Klienter: Omfattar olika webbprogram som förbättrar användarupplevelsen på internet. Exempelvis Google Chrome och Google Toolbar.
- Google GEO: Produkter som erbjuder geografiska funktioner. Exempelvis Google Local, Google Earth och Google Maps.
- Programvara för mobiltelefoner: Omfattar operativsystem och program som är anpassade för mobiltelefoner. Exempelvis Android och Google Mobile.
- Google Checkout: Säkerhetstjänster för internethandel.
- Google Labs: Omfattar testfunktioner, där konsumenter får tillgång till betaversioner av produkter.

Nedan beskrivs företagets största produkter utifrån antal användare på den amerikanska marknaden. Vidare beskrivs annonsprogrammen AdWords och AdSense, vilka genererar de största intäkterna.

Google sökmotor

Google är världens ledande sökmotor och har bidragit till att skapa ett av världens starkaste varumärken[65]. Det är en kostnadsfri tjänst som returnerar relevant information utifrån användarens sökkriterier. Googles popularitet beror på dess användarvänliga design och dess förmåga att erbjuda relevanta resultat inom en bråkdels sekund. Vidare förekommer inga popup-annonser, vilket inskränker på användarens upplevelse. Annonseringen sker istället genom programmet Adwords, vilka är väl avskilda från sökresultaten.[66]

[64] Google Inc. Årsredovisning 2009
[65] http://www.e24.se/business/it-och-telekom/google-atertar-marknadsandelar_2361969.e24, http://www.interbrand.com/en/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2010.aspx
[66] http://www.google.se/intl/sv/corporate/

Sökmotorn utvecklades 1996 av Google Inc. grundare Larry Page och Sergey Brin, under deras tid som studenter på Stanford University. Internet innehåller en enorm mängd information och syftet var att samordna denna utifrån användarens sökkriterier. Sökmotorn döptes till BlackRub och utnyttjade en ny teknik, PageRank, för onlinesökningar. Ryktet om sökmotorns effektivitet spreds och antal användare ökade markant. Namnet BlackRub ändrades senare till sitt nuvarande namn Google och har därefter varit grunden i företagets verksamhet.[67]

Google har utvecklat ett flertal funktioner som underlättar användarens informationshantering, såsom sökresultat i realtid, efter bilder, förslag på sökning med mera. Vidare finns flera verktyg integrerade, exempelvis stavningskontroll och kalkylator.[68]Samtliga av dessa funktioner är utvecklade för att erbjuda användaren den mest effektiva sökmotorn. Effektivitet i detta sammanhang syftar på snabb, relevant, användarvänlig och mångsidig användbarhet. Det är denna effektivitet som bidrar till företagets marknadsdominans. Företaget är starkt beroende av den höga trafik som sökmotorn genererar. Detta förhållande beror på att det är användarantalet som avgör webbsidans attraktionskraft för annonsörer. Vilket leder till annonsintäkter som utgör företagets förmåga till fortlevnad. Google lägger därför stor ansträngning för att vara den främsta sökmotorn bland Internets användare.

Gmail

Gmail är en kostnadsfri webbmail som lanserades i april 2004. Den utmärkte sig från övriga e-postklienter genom att erbjuda ett lagringsutrymme på en gigabyte, vilket var väsentligt mer än andra. Idag har lagringskapaciteten ökat till sju gigabyte och fortsätter att öka. Vidare har varumärket Google hjälpt till att öka Gmails popularitet. Förutom grundläggande funktioner exempelvis skräppostfilter och säkerhet, innehåller Gmail även Googles sökningsteknik vilket medför ett effektivt sätt att finna specifika mail. Vidare finns en chatfunktion vilket kan utnyttjas genom text, röst eller video.[69]

YouTube

YouTube är en webbsida där personer kan ladda upp, dela, titta, betygsätta och kommentera videor. Webbplatsen är marknadsledande för internetvideo och har varit det sedan lanseringen i december 2005. YouTube fick sitt stora genombrott i USA efter att webbplatsen blev den främsta källan av spridningen av en hyllad sketch, från det populära tv programmet Saturday Night Live. Genom webbplatsen har amatörfilmare fått ett verktyg, vilket de på ett enkelt sätt kan sprida sina filmer till en stor skara människor. YouTubes succé

[67] http://www.google.se/intl/sv/corporate/
[68] Google Inc. Årsredovisning 2009
[69] Google Inc. Årsredovisning 2009

har även bidragit till att skapa en ny marknadskanal för företag. Med anledning av webbsidans karaktär ser företaget allvarligt på upphovsbrott, och flera samarbetsavtal har skrivits med företag inom nöjesindustrin. YouTube Inc. förvarvades av Google Inc. i november 2006.[70]

AdWords

Söktjänsten Googles popularitet har även gjort den till en attraktiv plats att annonsera. Annonsprogrammet AdWords lanserades 2000 och har varit en stor inkomstkälla för Google Inc. Genom programmet redigerar kunder egna annonser och väljer sökord som relaterar till dess verksamhet. När någon sedan söker på Google med kundens valda sökord visas annonsen, som har relevans med sökordet, bredvid sökresultaten. Vidare kan kunden välja att rikta annonsen efter språk och geografiska platser. Detta medför att annonsen riktar sig till rätt målgrupp alternativt finner nya. AdWords använder funktionen cost per click (CPC) vilket innebär att kunden endast debiteras när någon klickat på annonsen, alternativt cost-per-thousand impressions (CPM) där kunden debiteras efter antal visningar.[71]

AdSense

Med programmet AdSense kan online-publicister tjäna pengar genom att visa relevanta AdWords annonser. Publiceringen sker på Google Network. Det vill säga webbsidor som Google har samarbeten med, och ej företagets egna. Annonserna kan publiceras online genom egna webbplatser, alternativt erbjuder publicisten en anpassad sökmotor på webbplatsen varvid relevanta annonser visas utifrån besökarnas sökresultat. Vidare kan annonser visas på webbsidor i mobiltelefoner och mobil applikationer. AdSense mångsidighet och fokus på att generera intäkter till publicister har gett den ett stort användarantal. Programmet lanserades 2003 och är kostnadsfritt att använda. AdSense funktioner medför att webbutgivaren anpassar annonserna till webbplatserna genom att välja placering och annonsformat. Vidare erbjuder programmet möjligheter att filtrera konkurrenter eller oönskade annonser. Intäkter från AdSense genereras genom att annonsörerna bjuder på webbsidans annonsutrymme genom en auktion i realtid. Budgivningen grundar sig på hur mycket annonsören är villig att betala per klick eller visning. Den annonsör som bjuder högst får annonsplatsen varvid Google fakturerar annonsören och betalar webbutgivaren.[72]

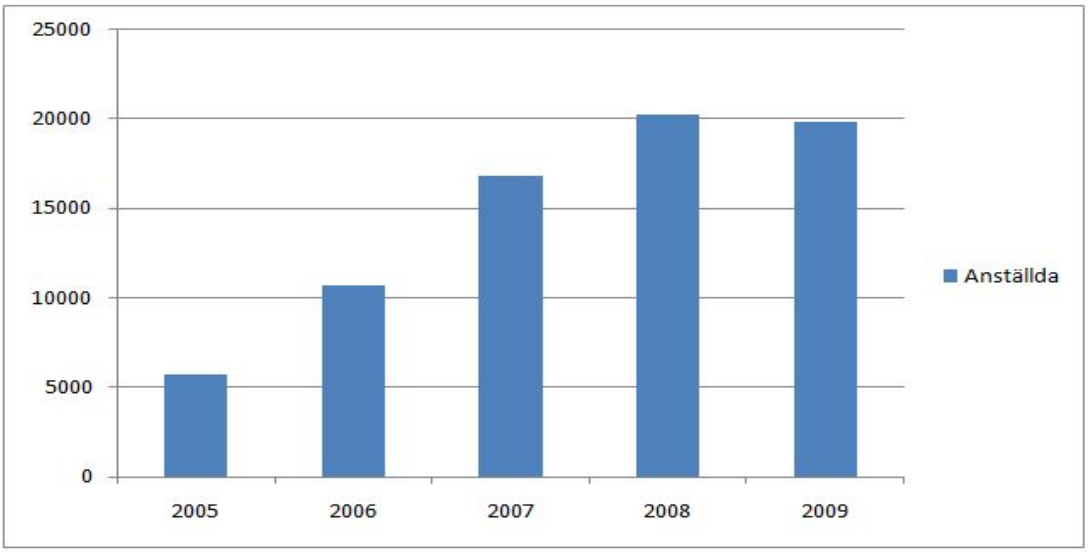
[70] http://www.youtube.com/t/company_history & Google Inc. Årsredovisning 2009
[71] Google Inc. Årsredovisning 2009
[72] Google Inc. Årsredovisning 2009

5. 3 Subjekt

Tredje komponenten i Trekantsmodellen, Subjekt, omfattar företagets personal och dess kompetens. Subjekt, tillsammans med Objekt, kan hänföras till företagets drift. Med anledning av Googles affärsverksamhet, där kreativ personal leder till innovation, är subjektet av stor betydelse för företaget.

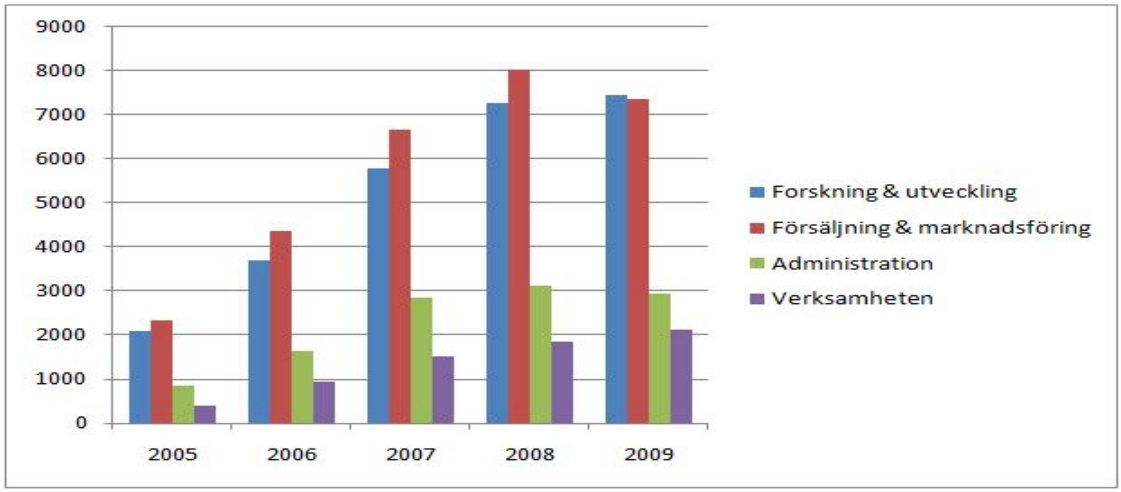
5.3.1 Googles personal och kultur

Google har enligt Forbes Magazine utmärkt sig som företag då de har placerat sig på en utmärkande topp 5 placering över mest populära arbetsplatser. En placering som Google har haft de senaste fem åren från 2006-2010. [73] Företagets huvudkvarter är placerat i Mountainview, Kalifornien och är ett av många kontor som finns världen över. Google har för närvarande cirka 20 000 anställda runt om världen. I figuren nedan, skildras företagets förändring i antalet anställda under åren 2005 till 2009.



[73] http://money.cnn.com/magazines/fortune/bestcompanies/2009/index.html

Figuren visar fördelningen av antalet anställda inom företagets avdelningar under åren 2005 till 2009.



Med anledning av Googles kärnverksamhet, ses personalen som den viktigaste tillgången inom företaget[74]. Teknisk innovation har stor betydelse för företaget och man lägger stor vikt vid att rekrytera och inneha de mest kompetenta forskarna och ingenjörerna i världen. Detta är en viktig resurs för att uppnå lösningar på tekniska svårigheter, och därmed ge framgång åt företaget. Varumärket Google underlättar rekryteringen men det krävs mer. Företaget fokuserar därför på att erbjuda motiverande utmaningar och bra arbetsmiljöer.[75] Google har även kompensationsprogram såsom aktiesparprogram för sina anställda där de får ta del av en betydande andel aktier.[76]

Även om Google har utvecklats till ett stort företag i ett globalt perspektiv, fokuserar man på att bibehålla en småföretagskänsla[77]. Anledningen är att anställda inte ska begränsas med allt för hård styrning, vilket kan medföra brist på innovation. Företaget uppmanar även sina anställda till samarbete och kreativt tänkande. Syftet är att det ska leda till tekniska lösningar som kan stärka företagets produkter, men även generera nya. [78]

Vidare förespråkar företaget öppenhet och medvetenhet hos sina anställda, vilket sker genom interna kommunikationskanaler såsom bloggar och personalmöten. Anställda erbjuds även lunch på företagets egna caféer, där kommunikation kan ske mellan personer från olika avdelningar och med olika arbetsuppgifter[79]. Detta är en del av företagets vision om innovation.

[74] Google Inc. Årsredovisning 2009
[75] Google Inc. Årsredovisning 2009
[76] http://www.google.com/intl/sv/corporate/culture.html
[77] http://www.google.com/corporate/culture.html
[78] Google Inc. Årsredovisning 2009
[79] http://www.google.com/corporate/culture.html

6. Slutsats

I detta kapitel kommer en diskussion att föras av författarna kring uppsatsens frågeställningar samt reflektera gällande analysen. En summering av analysen kommer därmed att göras i detta kapitel och författarnas egna tankar kommer att lyftas fram.

6.1 Egna reflektioner

Google är ett globalt företag med en väldigt kort historia och den avsevärda tillväxttakten som företaget har uppnått under den relativt korta tiden som företaget har existerat är väldigt framgångsrik. Internet har trots allt inte existerat för gemene man i mer ca 15 år. När företaget Google i mitten av 90-talet skapades var det säkerligen få som anade vilken framgång som företaget kommer att nå.

Denna fallstudie utgår från ett helhetsperspektiv med hjälp av trekantsmodellen, för att försöka förstå fenomenet Google. De tre komponenterna subjekt, objekt och finans samverkar med varandra för att göra företaget slagkraftigt. I Google kan subjekt, eventuellt kompletterat med objekt, anses ha en överordnande betydelse över finans. Detta grundas på att det är människorna, med dess kompetens och kreativitet, som har utvecklat den banbrytande teknik som har bidragit till sökmotorn Google och även AdWords, vilket har genererat enorma intäkter till företaget. Att analysera ett företag som Google är dock komplext. Vi anser att trekantsmodellen, med dess tre komponenter, inte är ett tillräckligt verktyg för att bringa klarhet i vad för typ av företag Google är.

Det finns ytterligare dimensioner som har medfört att ge företaget dess ställning idag. En av dessa, vilket vi kan kalla makt, har relation till subjekt. Med makt syftar vi på de nyckelpersoner inom Google som har kontakter på toppnivå i den amerikanska regeringen. I detta fall Barack Obama´s administration, under hans tid som presidentkandidat[80]. Under 2008 när Obama besökte Googles huvudkontor, förespråkade han bland annat för ett öppet internet och att publicera regeringsinformation online[81]. Detta är i linje med Googles vision att göra information tillgänglig på internet. Vidare kan Google, med dess kraftiga inflytande online och därmed dess användare, vara en betydande faktor för USA. Detta i gestalten av en form av propaganda kanal, vilket indirekt stärker landets maktställning i världen. En liknelse kan göras till filmindustrin i Hollywood, vilket bidrar till att sprida en positiv generalisering av USA. Vidare innehar USA för närvarande denna maktställning på internet, vilket kan hänföras till världens ledande teknikcentrum Silicon Valley. Man kan spekulera hur i hur detta kommer att utvecklas i framtiden. Länder i Asien med sin enorma befolkning och ökade ekonomiska levnadsstandard, kan skifta denna form av kontrollorgan.

[80] http://money.cnn.com/2009/10/21/technology/obama_google.fortune/
[81] http://blogoscoped.com/archive/2007-11-19-n10.html

Vidare finns det ytterligare en dimension för Googles framgång, vilket vi kan kalla plattform. Den syftar på de möjligheter som internet har medfört. Internet innehåller en enorm mängd information, vilken Google effektivt har organiserat. Idag finns exempelvis miljoner av böcker indexerade online genom Google Books. Genom en enkel sökning kan man finna och läsa fullständiga eller utdrag från böcker. All denna samordnade information har gett individer nya möjligheter. Vidare är det idag vanligt förekommande att beställa sin resa genom internet och inte minst att utnyttja sökmotorn i detta syfte. Detta har lett till att nya rutiner har skapats för individer runt om i världen. Google kan i detta avseende ses som ett verktyg för företag och dess kunder.

Google är vidare beroende av antal användare som besöker deras webbsidor. Ett sätt att få kontroll över antal användare och växa, är genom företagsförvärv. Ett exempel på detta är förvärvet av YouTube. Genom förvärvet får Google ytterligare en möjlighet till att generera intäkter. På grund av YouTubes popularitet, medför det även en stor annonsplats. Genom att kunna kontrollera antalet användare kan man enligt författarnas tankesätt också kontrollera företagets fortsatta framfart. Man minimerar dessutom företagsriskerna genom att säkerställa ett konstant flöde av människor till Googles kassako, dess annonser. Internetanvändare kan dock vara en känslig grupp, med en enkel tillgång till konkurrenters hemsidor. Författarna anser att det välkända varumärket Google, hjälper till att locka användare till företagets webbsidor och där igenom behålla en hög internettrafik.

Vidare när det gäller Googles företagsförvärv innebär det även en risk i form av kulturkrockar och anställdas attityder mot att arbeta för ett stort företag. Detta är en riskfaktor som kan medföra problem för företaget. Det gäller därför att företagsförvärven är noga planerade och vetskap om hur man ska hantera dess personal.

Googles förespråkning för tillgänglig information online kan medföra positiva effekter på ett större plan. Öppnandet av domänen i Kina är ett exempel på detta. Visserligen censureras känslig information, men kan ändå ses som ett steg till ett friare informationsflöde runt om i världen. Författarna anser dock att informationsspridning även medför risker, vilket det gäller att beakta. Exempelvis får företaget tillgång till information om dess användare, vilket kan vara känslig. Det finns därmed en risk för integritetskränkning. Dessutom är Wikileaks spridning av statshemligheter, ett aktuellt exempel på konsekvenser med informationspublicering online. Vidare kan Google ge effekter på oss användare, i form av att erbjuda information utifrån sökning på ett ord. Vi anser att Google därmed indirekt styr vilken information vi utsätts för. Vi konstaterar därmed att det gäller att väga fördelarna med nackdelarna angående vilken information som ska publiceras online.

Resultatet av dessa fem dimensioner ger ett företag som skiljer sig från mängden. Vi finner därmed inget tydligt svar på vad för typ av företag Google är. Det är därmed svårt att klassificera Google exempelvis enbart som ett multimedia- eller internetföretag. Google innehar en större innebörd, vilket främst förklaras av företagets betydelse för USA. Vidare

finns det individer och företag som är beroende av Google, vilket visserligen inte kan anses som unikt men som onekligen bidrar till att ge företaget en form av makt.

6.2 Förslag till fortsatt forskning

I denna fallstudie har Googles framgång undersökts ur ett helhetsperspektiv. Google har utvecklats till ett av världens största företag genom sökmotorn, som är kostnadsfri att använda. Ett intressant område att forska kring, är företagets expansion på nya marknader. Företaget har nu etablerat sig på mobilmarknaden, bland annat genom lanseringen av Android. En vidareutveckling över drivkraften bakom detta och hur det ska ge lönsamhet för fortsatt tillväxt, är en intressant utgångspunkt. Vidare har nya internetfenomen såsom Facebook och Myspace uppkommit de senaste åren. En undersökning kan göras om vilken betydelse användarna har för respektive företag och hur företagen ska behålla dem på en marknad som snabbt kan skifta.

Referenser

Litteratur

Polesie, Thomas (1995), Drift & Finans – aspekter på företags ekonomi,

Greve, Jan (2003), Modeller för finansiell planering och analys, Studentlitteratur, Lund

Johansson, Sven-Erik & Runsten, Mikael (2005) Företagets lönsamhet, finansiering och tillväxt – Mål, samband och mätmetoder, Studentlitteratur, Lund

Jansson, Christian (2008) Lervik – beskrivning av ett företag, BAS, Göteborg

Patel, Runa & Davidson, Bo (1994) Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, Lund Studentlitteratur

Internet

Hultqvist, Niklas & Nilsson, Anders (2005), SKF – En analys av drift och finans i ett globalt industriföretag, C/D-uppsats i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

Google Årsredovisning 2004 - 2009

Kvartalsrapport för tredje kvartalet 2009 & 2010

www.google.se

www.cnn.com

www.microsoft.com

www.yahoo.com

www.finance.yahoo.com

http:/investors.morningstar.com

www.comscore.com

http://newsbreaks.infotoday.com/nbreader.asp?ArticleID=16713

http://news.cnet.com/Google-invests-in-power-line-broadband/2100-1036_3-5777917.html

http://news.cnet.com/8301-13846_3-9810414-62.html

http://www.google.com/press/pressrel/twaol_expanded.html

http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/6034577.stm

http://www.businessweek.com/technology/content/apr2007/tc20070414_675511.htm

http://news.cnet.com/8301-10784_3-9724916-7.html

http://www.forbes.com/2007/07/09/google-postini-email-tech-cx_ag_0709postini.html

http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/archives/2009/11/google_buys_admob_in_bid_to_boost_mobile_ads.html

http://www.bloomberg.com/news/2010-07-02/google-s-ita-acquisition-to-face-tough-scrutiny-ubs-says.html

http://www.forbes.com/lists/2010/18/global-2000-10_The-Global-2000_Rank.html

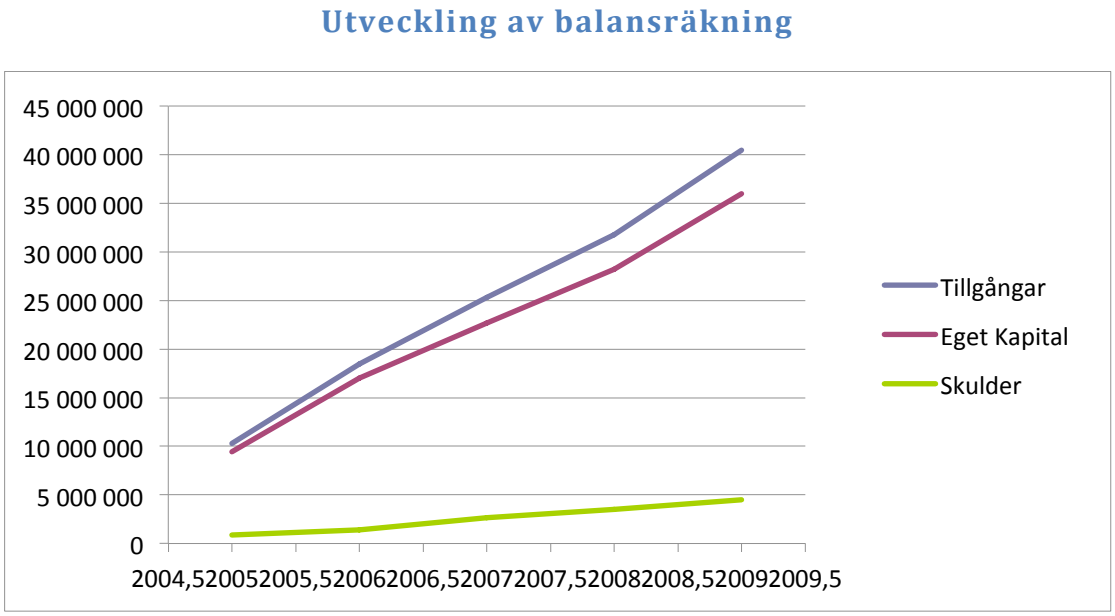
http://www.interbrand.com/en/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2010.aspx

http://blogoscoped.com/archive/2007-11-19-n10.html

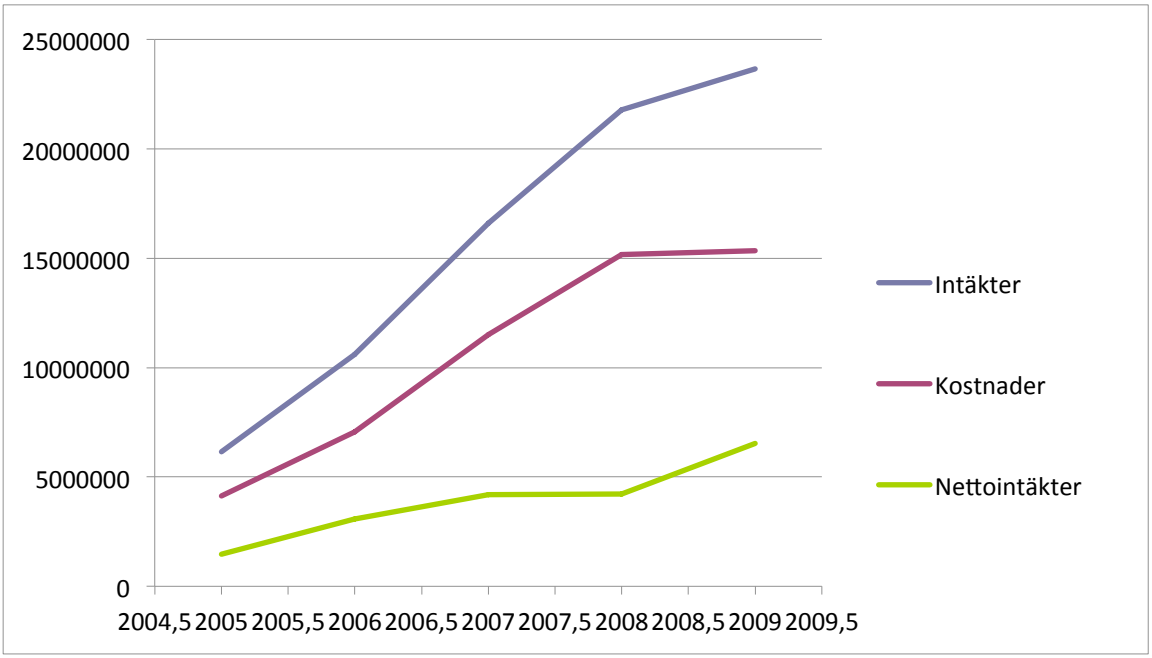
http://money.cnn.com/2009/10/21/technology/obama_google.fortune/

Appendix

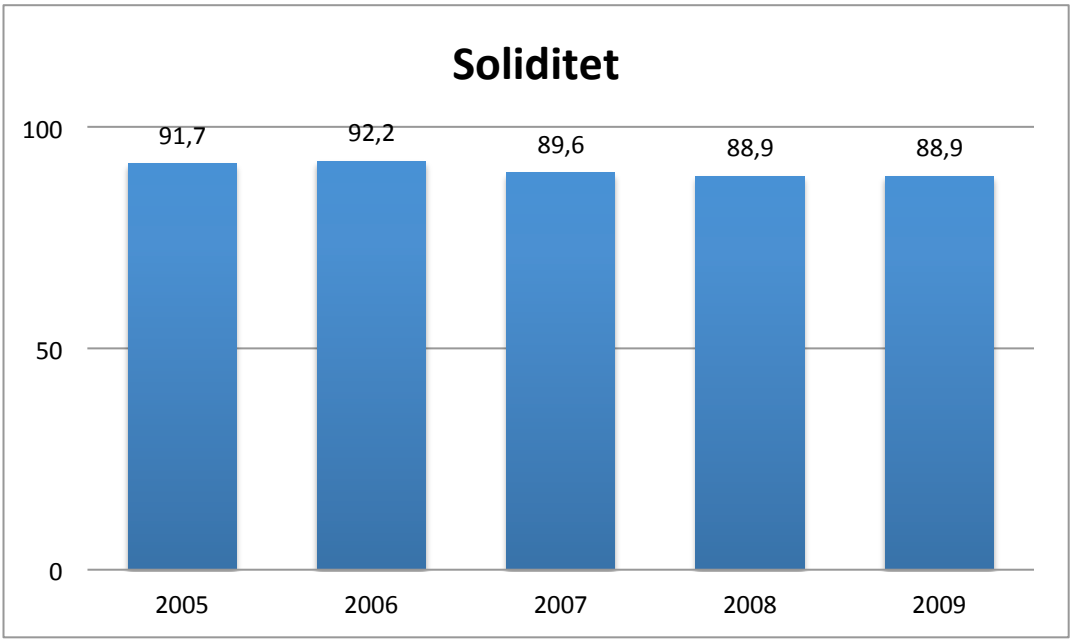
	2005	2006	2007	2008	2009
Tillgångar	10 md	18 md	25 md	32 md	40 md
Eget Kapital	9 md	17 md	23 md	28 md	36 md
Skulder	900 mn	1 md	2 md	4 md	4 md
Intäkter	6 md	11 md	17 md	22 md	24 md
Kostnader	4 md	7 md	12 md	15 md	15 md
Nettointäkter	1 md	3 md	4 md	4 md	7 md
Kortfristiga skulder	700 mn	1 md	2 md	2 md	3 md
Omsättningstillgångar	9 md	13 md	17 md	20 md	29 md
Anläggningstillgångar	1 md	5 md	8 md	12 md	11 md



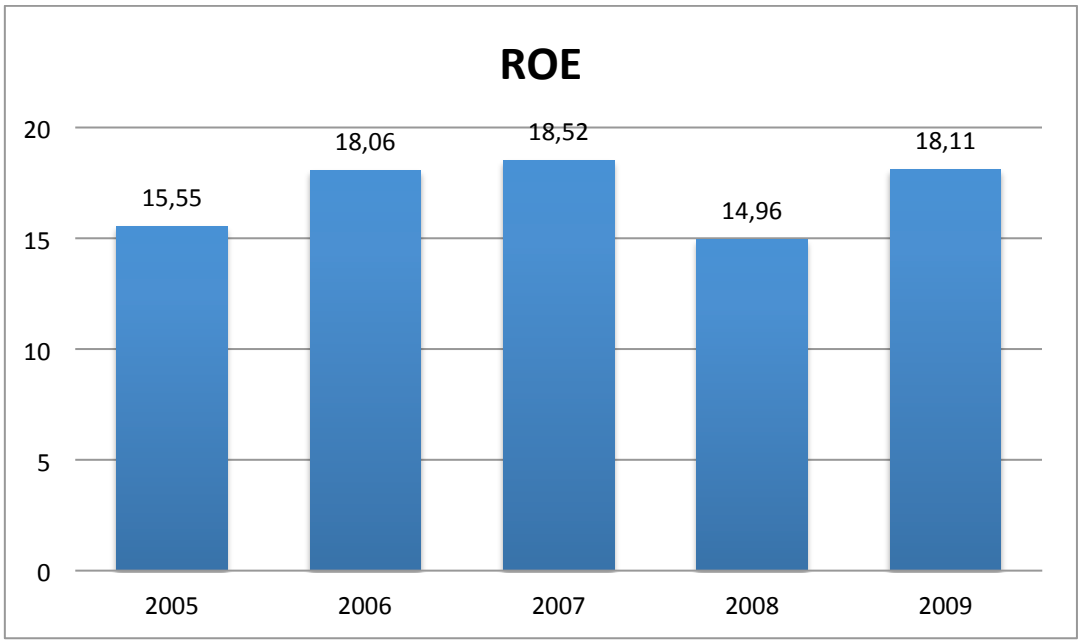
Utveckling av resultaträkning



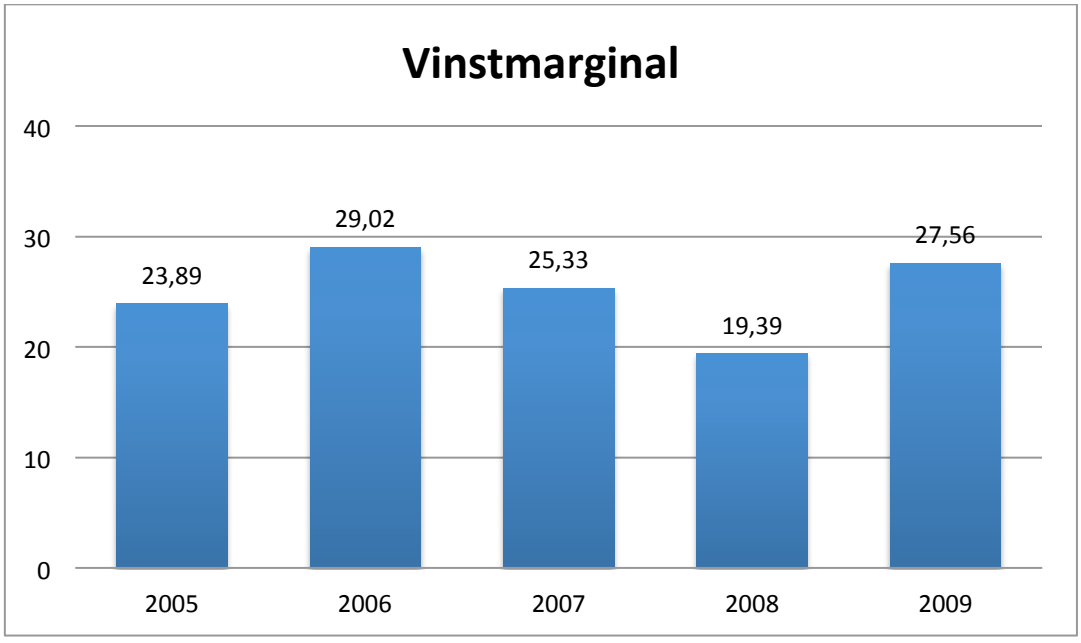
Utveckling soliditet



Utveckling räntabilitet på eget kapital



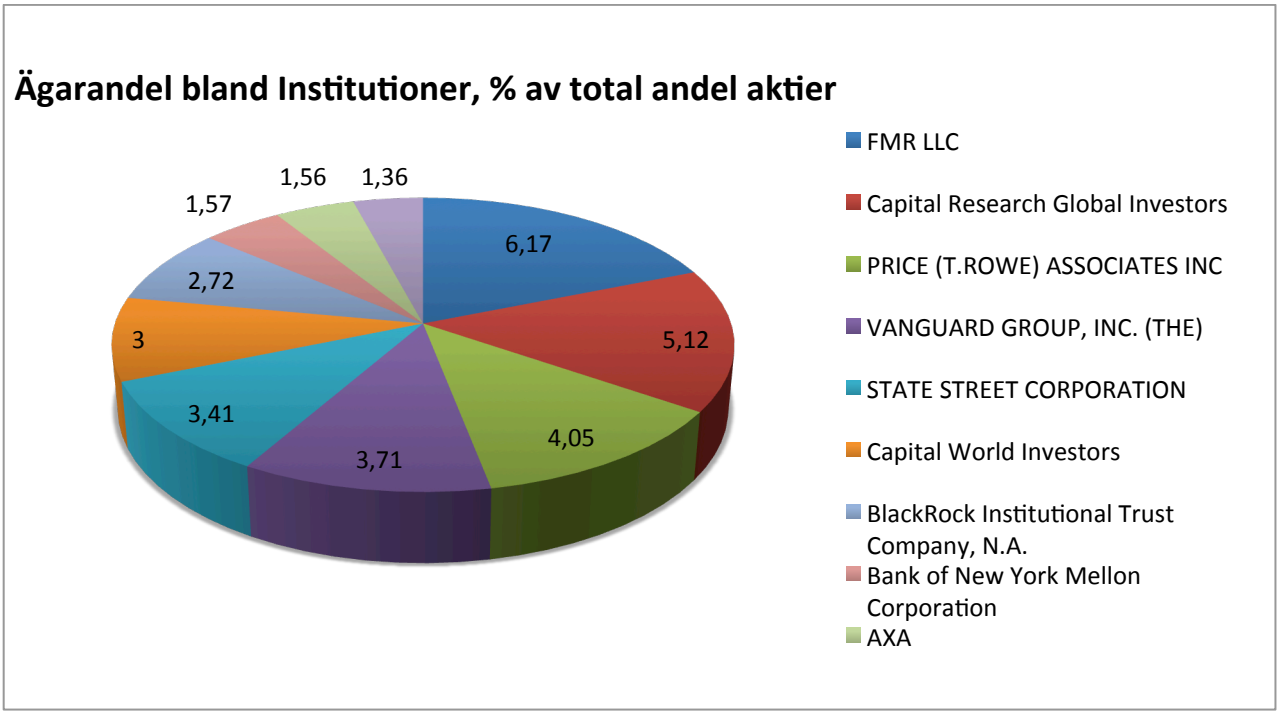
Utveckling vinstmarginal



Ägande i Google

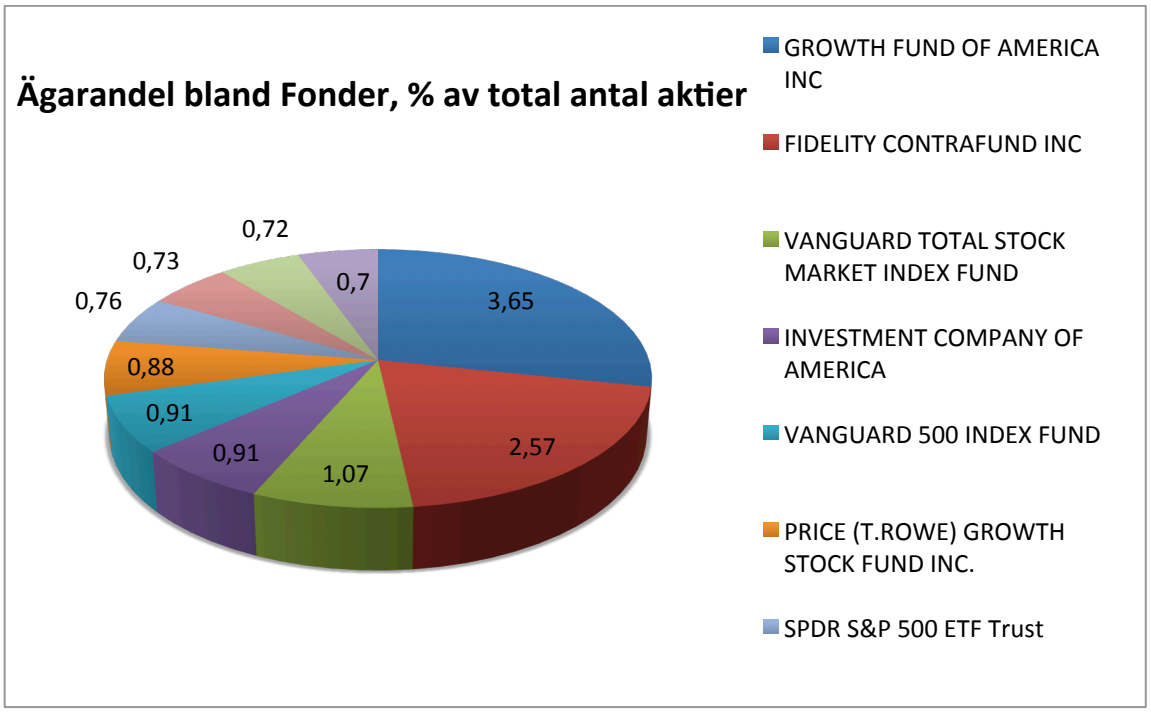
Antal aktier	248 mn
Market Cap (Mil USD)	192 md
Antal ägare genom institutioner	1979
Antal ägare genom fonder	3605
Andel ägare genom institutioner	62,40 %
Andel ägare genom fonder	33,46 %
Andel ägare genom insiders	0,45 %

Topp 10 ägarandel institutioner



Källa: http://finance.yahoo.com/q/mh?s=GOOG+Major+Holders

Topp 10 ägarandel Fonder



Nyckeltal Google vs. konkurrenter

2009	Google	Yahoo	Microsoft
Market Cap	192 MD	21 MD	238 MD
Anställda	19 835	13 900	93 000
Intäkter	27 MD	7 MD	66 MD
Bruttomarginal	28,80 %	16,42%	31,32 %
EBITDA	11 MD	1 MD	30 MD
Rörelsemarginal	35,86 %	11,21 %	41,55 %
Nettointäkter	8 MD	1 MD	21 MD

Marknadsandel sökmotorer

2007

comScore Core Search Report* December 2007 Total U.S. – Home/Work/University Locations Source: comScore qSearch 2.0			
Core Search Entity	Share of Searches (%)		
	Nov-07	Dec-07	Point Change Dec-07 vs. Nov-07
Total Core Search	*100.0%*	*100.0%*	*0.0*
Google Sites	58.6%	58.4%	-0.2
Yahoo! Sites	22.4%	22.9%	0.5
Microsoft Sites	9.8%	9.8%	0.0

Källa: http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2008/01/Top_US_Search_Engines

2008

comScore Core Search Report* December 2008 vs. November 2008 Total U.S. – Home/Work/University Locations Source: comScore qSearch 2.0			
Core Search Entity	Share of Searches (%)		
	Nov-08	Dec-08	Point Change Dec-08 vs. Nov-08
Total Core Search	*100.0*	*100.0*	*N/A*
Google Sites	63.5	63.5	0.0
Yahoo! Sites	20.4	20.5	0.1
Microsoft Sites	8.3	8.3	0.0

http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/1/US_Search_Engine_Rankings

2009

comScore Core Search Report* December 2009 vs. November 2009 Total U.S. – Home/Work/University Locations Source: comScore qSearch			
Core Search Entity	Share of Searches (%)		
	Nov-09	Dec-09	Point Change Dec-09 vs. Nov-09
Total Core Search	*100.0%*	*100.0%*	*N/A*
Google Sites	65.6%	65.7%	0.1
Yahoo! Sites	17.5%	17.3%	-0.2
Microsoft Sites	10.3%	10.7%	0.4

Källa:
http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/1/comScore_Releases_December_2009_U.S._Search_Engine_Rankings

November 2010

comScore Explicit Core Search Share Report* November 2010 vs. October 2010 Total U.S. – Home/Work/University Locations Source: comScore qSearch			
Core Search Entity	Explicit Core Search Share (%)		
	Oct-10	Nov-10	Point Change
Total Explicit Core Search	*100.0%*	*100.0%*	*N/A*
Google Sites	66.3%	66.2%	-0.1
Yahoo! Sites	16.5%	16.4%	-0.1
Microsoft Sites	11.5%	11.8%	0.3

Källa:
http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/12/comScore_Releases_November_2010_U.S._Search_Engine_Rankings

Utveckling av Google aktie

Utveckling sedan börsnotering augusti 2004 - 2010