

Metode de evaluare a entităților bazate pe noțiunea de goodwill

Masterand Dorina PLESCACI

Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia

Abstract

In the last period we notice a special importance rightly given to goodwill, especially in terms of moral value. Thus, in accounting, goodwill is an intangible asset associated with a business combination. It is recorded when a company buys another company and the purchase price is greater than the fair value of the identifiable tangible and intangible assets acquired, less the liabilities that have been assumed. Goodwill is reported in the balance sheet as a long-term asset or fixed asset. For this reason, the fundamental purpose of our article is the presentation of the entity valuation methods based on the notion of goodwill, aiming to define the concept of goodwill, to expose the moral value of the goodwill and its calculation method, to review the literature regarding the valuation of the entity by means of goodwill, to present methods of valuation of the company based on the idea of goodwill, as well as to illustrate them by means of examples. Finally, the fulfillment of the proposed objectives will determine the design of a well-defined reflection on the notion of goodwill and its importance within the entities' evaluation methods.

Key terms: goodwill, valuation methods, entity value, update rate, profitability

Termeni-cheie: goodwill, metode de evaluare, valoarea entității, rată de actualizare, rentabilitate

Clasificare JEL: G11, G12, G17, G19, G32

To cite this article: Dorina Plescaci, *Metode de evaluare a entităților bazate pe noțiunea de goodwill*, *CECCAR Business Review*, N° 1/2023, pp. 10-18, DOI: <http://dx.doi.org/10.37945/cbr.2023.01.02>

1. Introducere

Goodwillul sau fondul comercial reprezintă o imobilizare necorporală care este asociată cu achiziționarea unei companii de către alta. Totodată, el constituie o valoare ce îi poate oferi un avantaj competitiv unei companii care achiziționează o alta. Mai exact, conform unei definiții a goodwillului, acesta este partea din prețul de cumpărare care este mai mare decât suma valorii juste nete a tuturor activelor dobândite în cadrul achiziției și a pasivelor asumate în cadrul procesului. Valoarea numelui, reputația mărcii, baza de clienți loiali, serviciul solid pentru clienți, relațiile bune cu angajații și tehnologia proprietară ale unei firme reprezintă componente ale goodwillului. Această valoare este motivul pentru care o companie poate plăti o primă pentru alta. Elementele incluse în goodwill se referă la proprietatea intelectuală și la recunoașterea mărcii, care nu sunt ușor cuantificabile. Așadar, goodwillul se calculează scăzând din prețul de cumpărare al unei societăți diferența dintre valoarea justă de piață a activelor și cea a pasivelor. Companiile sunt obligate să revizuiască cel puțin o dată pe an valoarea goodwillului în situațiile lor financiare și să înregistreze orice deprecieri (Hargrave, 2022). Este important de

menționat că goodwillul are o durată de viață nedeterminată, în timp ce majoritatea celorlalte imobilizări necorporale au o durată de viață utilă finită.

În ceea ce privește evaluarea goodwillului, în majoritatea analizelor de evaluare, acesta include concepte atât din definiția valorii reziduale, cât și din cea a venitului. Uneori, consilierii financiari identifică și evaluează goodwillul ca fiind valoarea necorporală totală a unei entități comerciale. În acest sens, goodwillul poate fi evaluat folosindu-se o analiză reziduală agregată. Într-o astfel de analiză, fondul comercial poate reprezenta fie o valoare reziduală din prețul total de achiziție al afacerii, fie o valoare comercială. Totodată, valoarea fondului comercial total este măsurată ca o valoare reziduală neidentificată după ce valorile imobilizărilor corporale identificate sunt scăzute din valoarea totală a afacerii. Consilierii financiari măsoară adesea fondul comercial ca pe un activ necorporal separat. Folosind această definiție, goodwillul este determinat ca valoarea necorporală neidentificată rămasă a entității după scăderea valorilor tuturor imobilizărilor corporale și a tuturor activelor necorporale identificabile. În consecință, acest fond comercial separat poate fi cuantificat fie folosind o analiză reziduală, fie o analiză a veniturilor. În oricare dintre tipurile de analiză, fondul comercial este valoarea comercială reziduală (sau venitul în exces capitalizat) care nu îi este alocată niciunui dintre următoarele active: active de capital de lucru (creanțe, cheltuieli plătite în avans și stocuri), proprietăți personale corporale (mașini, echipamente și vehicule), imobile (terenuri, clădiri și îmbunătățiri ale acestora), proprietăți personale necorporale (brevete, drepturi de autor, mărci comerciale și secrete comerciale), proprietăți imobiliare necorporale (drepturi de arendă, drepturi de trecere și servitute). (Reilly, 2015)

Scopul fundamental al acestui articol este prezentarea metodelor de evaluare a entității bazate pe noțiunea de goodwill, alături de obiective cum sunt definirea conceptului de goodwill, expunerea valorii morale a fondului comercial și a modalității de calcul al acestuia, revizuirea literaturii cu privire la evaluarea entității cu ajutorul fondului comercial, ilustrarea metodelor folosite în acest scop prin intermediul exemplelor.

2. Stadiul actual al cercetării în domeniu

Tratând problematica evaluării afacerilor în care fondul comercial este strâns legat de persoana care conduce afacerea, în lucrarea *Valuation of Businesses where Goodwill is Personally Determined*, Tomáš Krabec specifică faptul că valoarea unei astfel de întreprinderi este formată din două părți: valoarea substanței materiale (imobilizări corporale și necorporale identificabile) și fondul comercial. În scopurile noastre, fondul comercial ar trebui considerat un activ necorporal care generează venituri și creează valoare pentru afacere. Cu toate acestea, în majoritatea cazurilor de evaluare, fondul comercial nu poate fi privit ca un drept negociabil în sens juridic. În țările Europei Centrale și de Est, evaluarea acestor tipuri de afaceri nu a atins încă nivelul economiilor dezvoltate. Există multe motive pentru aceasta. Afacerile au fost înființate în anii 1990, iar în prezent antreprenorii au atins vârsta de pensionare. Aproape nu există dovezi empirice, iar metodele de evaluare bazate pe tranzacții comparabile pe piață, populare în țările occidentale, nu pot fi aplicate fără adaptare. Împreună cu abordări comparabile pe piață, aceste metode bazate pe fluxuri de numerar actualizate pot fi utilizate. (Krabec, 2011)

În articolul *Possibility of Company Goodwill Valuation: Verification in Slovak and Czech Republic*, Ivana Podhorska, Katarina Valaskova, Vojtech Stehel și Tomas Kliestik, punându-și întrebările *Suntem capabili să găsim surse potențiale de creare a fondului comercial pe baza teoriei venitului rezidual? și Ulterior, este posibil să se verifice puterea lor explicativă totală și acuratețea?*, menționează pentru început că goodwillul, ca fenomen economic, a atras atenția experților economici încă din secolul al XIX-lea. Actualitatea acestei probleme este confirmată de numărul de lucrări publicate în baza de date Web of Science – peste 70 de studii despre evaluarea și măsurarea fondului comercial, sau Scopus – peste 50. Pe parcursul acestor ani au fost create diverse metode pentru evaluarea și cuantificarea sa. Fondul comercial al companiei este o chestiune interdisciplinară. Sursele

de creare a goodwillului pot fi găsite în managementul financiar, economie, drept, marketing, sociologie. Cunoașterea și înțelegerea surselor fondului comercial al companiei reprezintă încă o provocare managerială. Identificarea lor poate duce la crearea și gestionarea eficientă a acestuia și, în cele din urmă, poate fi un instrument puternic în efortul competitiv. (Podhorska *et al.*, 2019)

În lucrarea *Methodical and Practical Approaches to Goodwill Valuation*, abordând goodwillul în contextul Rusiei, autorii menționează faptul că odată cu dezvoltarea și stabilizarea relațiilor de piață în Rusia și apariția pieței financiare ca un segment cu drepturi depline al economiei, companiile ce vizează o existență pe termen lung și prosperă încearcă să treacă la un nou nivel de dezvoltare, în care goodwillul companiei devine cel mai scump activ. Această abordare, bazată pe managementul valorii entităților, este relevantă în primul rând pentru cele care urmăresc să intre pe piața internațională. În ce privește afacerile, procesele de cumpărare și vânzare care se desfășoară pe piață sunt exprimate sub formă de fuziuni, achiziții și absorbții de companii. În același timp, prețul unei tranzacții, și anume valoarea societății, este afectat semnificativ de *reputația afacerii* (termenul adoptat în Rusia) sau de goodwill (termenul adoptat în practica internațională). Companiile care doresc să aibă o reputație de afaceri bună trebuie să ofere bunuri de înaltă calitate (lucrări, servicii), să aibă o echipă de management puternică și o strategie de marketing dezvoltată. Disponibilitatea unei baze de clienți stabile, relațiile solide cu furnizorii, riscurile de credit scăzute și, desigur, o cultură corporativă durabilă sunt, de asemenea, de mare importanță. Deci este evident că valoarea unei organizații, luată ca un complex de proprietăți unice, diferă de valoarea agregată a activelor și pasivelor sale. Întotdeauna există o diferență între ele – goodwillul. Fondul comercial este, de obicei, creat atunci când se plătește o anumită primă pentru a achiziționa un bloc de acțiuni ce controlează o întreprindere. El poate fi creat și în cazul unei bănci care cumpără un împrumut sau un alt activ similar la un preț ce depășește valoarea sa de piață estimată. (Kurakova și Orlov, 2019)

Prin realizarea studiului *Market Responses to Private and Public Targets: The Role of Goodwill Valuation*, autorii fac cunoscut faptul că investitorii supraprețuiesc valoarea fondului comercial achiziționat de la o entitate privată în timpul unui anunț de fuziune/achiziție. Cu toate acestea, supraprețul fondului comercial este corectat în anii următori încheierii tranzacției. Rezultatele studiului arată că investitorii prevăd scăderea valorii fondului comercial și își ajustează rapid prețurile, indiferent de deprecierea sa. Reacțiile diferențiate ale pieței în ce privește fondul comercial dintre țintele private și cele publice sunt semnificative din punct de vedere economic. Prețul fondului comercial obținut de la o companie privată este cu 47% mai mare în preajma anunțurilor, cu 44% mai mic la un an și cu 33% mai mic la doi ani de la finalizarea fuziunii/achiziției decât cel de la o entitate publică. (Kwon și Wang, 2019)

În lucrarea *On the Usefulness of Supplemental Disclosure about Fair Value Measurement: Evidence for Goodwill Impairment*, Vincent Y.S. Chen și Feng Gu examinează utilitatea prezentărilor suplimentare ale firmelor cu privire la evaluarea valorii juste utilizată la determinarea deprecierei fondului comercial. Așadar, aceștia au constatat că nivelul de prezentare suplimentară referitor la specificul testului de depreciere a fondului comercial în anul curent este asociat negativ cu recurența anulării fondului comercial în anul următor. De asemenea, ei au remarcat că evaluarea de către investitori a pierderii din deprecierea fondului comercial este mai puțin negativă pentru firmele care fac descrieri mai ample ale testului de depreciere a fondului comercial. S-a observat că acest efect este mai puternic pentru firmele cu o decizie mai complexă și mai subiectivă privind deprecierea fondului comercial. Deci expunerile suplimentare despre măsurarea valorii juste îmbunătățesc verificabilitatea informațiilor contabile bazate pe valoarea justă și atenuează îngrijorarea investitorilor legată de subiectivitatea și opacitatea deciziilor contabile în domeniul valorii juste ale firmelor. (Chen și Gu, 2019)

Propunându-și să determine în ce măsură cadrul de reglementare contabil actual, respectiv IFRS 3 *Combinări de întreprinderi* și IAS 36 *Deprecierea activelor*, oferă o bază adecvată pentru evaluarea corectă a fondului

comercial, în lucrarea de cercetare *Issues Relating to Goodwill Valuation: Evidence from Companies in Federation of Bosnia and Herzegovina*, Amra Gadžo și Benina Veledar au cercetat toate analizele critice ale tratamentului contabil al fondului comercial disponibile și calitatea aplicării reglementărilor contabile asupra exprimării poziției fondului comercial în practicile societăților din Bosnia și Herțegovina. Cercetarea empirică a fost efectuată asupra tuturor companiilor din Federația Bosniei și Herțegovinei (FBiH) care au înregistrat fondul comercial în bilanțurile lor în perioada 2013-2018. Rezultatele studiului au arătat un nivel ridicat de subiectivism în procesul de determinare a valorii fondului comercial și discrepanțe mari în respectarea reglementărilor contabile pe partea de evaluare suplimentară și exprimare a valorii fondului comercial în situațiile financiare. Acest lucru a condus la faptul că ponderea companiilor din FBiH ce prezintă valori scăzute ale fondului comercial este mult mai mare decât a celor din Uniunea Europeană. De asemenea, articolul confirmă teoria agenției și arată un mare subiectivism în evaluare, ceea ce are ca rezultat prezentarea nejustificată în rapoartele financiare a unui succes operativ supradimensionat. (Gadžo și Veledar, 2021)

3. Analize și rezultate

■ Metode de evaluare bazate pe noțiunea de goodwill

În cele mai diverse situații, valoarea unei întreprinderi se determină prin **asocierea la valoarea patrimonială a goodwillului aferent elementelor sale intangibile**, calculat pe baza unor indicatori cantitativi și calitativi realizabili în condiții normale de activitate. În sens comercial, goodwillul reprezintă atitudinea favorabilă a pieței față de întreprindere, fiind expresia motivelor care justifică atribuirea unei valori globale superioare activului său net reevaluat.

Din punct de vedere contabil, goodwillul (plusvaloarea sau supraprofitul) corespunde diferenței dintre prețul plătit de un cumpărător pentru o societate și activul net al acesteia. Goodwillul se confundă adesea cu fondul de comerț, dar cele două noțiuni nu sunt întotdeauna identice. Astfel, la întreprinderile cu activitate de producție, goodwillul este echivalent cu fondul comercial, dar la societățile cu activitate comercială, fondul de comerț diferă de goodwill, pentru că include și elemente materiale necesare obiectului lor de activitate.

În ceea ce privește evaluarea întreprinderii, goodwillul exprimă valoarea suplimentară, de natură necorporală, a valorii de piață a activelor și pasivelor tangibile din bilanț. Existența sa este legată de folosirea mai mult sau mai puțin eficientă a activelor firmei. Astfel, dacă acestea sunt bine gestionate și exploatate, deci generează o rentabilitate superioară celei așteptate de piață, se obține goodwill. Dacă, în schimb, ele nu sunt gestionate și exploatate eficient și conduc la performanțe financiare inferioare așteptărilor pieței, va rezulta badwill, adică o valoare necorporală negativă, care diminuează valoarea globală a întreprinderii.

Sursa goodwillului o constituie elementele intangibile ale societății. Acestea sunt, de regulă, elemente nemateriale, care pot sau nu să fie înregistrate în bilanț, dar care contribuie la menținerea potențialului actual și influențează rezultatele financiare ale firmei și valoarea sa globală. Elementele intangibile constituie sursa unui supraprofit, a unui superbeneficiu sau a unei rente de goodwill, însemnând profitul obținut de întreprindere peste pragul de rentabilitate cerut de piață în funcție de efortul său investițional, exprimat prin valoarea patrimonială a acesteia. (CECCAR, 2019)

Elementele de natură intangibilă care nu pot fi înregistrate în patrimoniu se referă la reputația firmei, superioritatea produselor, serviciilor sau lucrărilor, locație, clientelă, vadul comercial, bonitatea și solvabilitatea față de terți, poziția în relația cu organismele publice și administrative, competența tehnică și tehnologică, managerială, comercială, know-how. Acesta din urmă rezidă în cunoștințele specifice deținute de o persoană fizică sau de o întreprindere cu privire la un produs ori un procedeu de fabricație, adesea obținute prin lucrări de cercetare și de dezvoltare importante și costisitoare. În practică, el poate consta în informații concrete despre procedeele de combinare a unor substanțe și materiale pentru obținerea unui produs finit. (Toma, 2007)

Elementele intangibile formează acea parte invizibilă a întreprinderii a cărei valoare obținută prin capitalizare reprezintă goodwillul său. Prin adăugarea acestuia la valoarea patrimonială se obține valoarea globală a firmei.

$$Vg = ANC + GW$$

Cele mai utilizate metode de evaluare bazate pe noțiunea de goodwill sunt următoarele (Mironiuc, 2006):

✓ **Metoda directă.** Constă în reconstituirea și măsurarea cheltuielilor necesare pentru obținerea goodwillului și nu poate fi aplicată decât la întreprinderile nou-înființate, atunci când aceste cheltuieli sunt mai ușor de cuantificat.

✓ **Metoda bazată pe capitalizarea unui supraprofit.** Pentru explicarea acesteia presupunem că există o societate ale cărei capitaluri proprii au o valoare patrimonială (ANC) a cărei exploatare va aduce un profit previzionat constant (Pf). Metoda pleacă de la premisa că nu există supraprofit decât din momentul în care rentabilitatea generată de firmă (care îmbracă forma profitului previzionat) este mai mare decât cea care s-ar obține dacă pe piața de capital s-ar plasa un capital echivalent cu ANC. Prin urmare, rentabilitatea așteptată de la valoarea patrimonială se determină înmulțind-o cu rata rentabilității observate la întreprinderile din același sector de activitate și cu caracteristici asemănătoare (*i*). Supraprofitul (*Sp*) sau plusvaloarea se obține dacă profitul previzionat este mai mare decât rentabilitatea capitalurilor proprii (*i x ANC*).

$$Sp = Pf - i \times ANC$$

Pentru a se ajunge la goodwill trebuie să se stabilească suma acestor plusvalori capitalizate, aplicându-se factorul de capitalizare (*r*).

$$GW = \frac{Pf - i \times ANC}{r}$$

Valoarea (globală a) întreprinderii se determină astfel:

$$Vg = ANC + \frac{Pf - i \times ANC}{r}$$

Exemplul 1

În anul 2021, o entitate ce activează în domeniul medical are capitaluri proprii de 207.077.279 u.m. Profitul previzionat constant al acesteia este de 41.842.000 u.m. Rata rentabilității observate la companiile din același sector de activitate și cu caracteristici asemănătoare este de 17%, iar factorul de capitalizare, de 11%.

Ne propunem să determinăm valoarea globală a entității prin intermediul goodwillului.

1. Calcularea supraprofitului:

$$Sp = Pf - i \times ANC$$

$$Sp = 41.842.000 \text{ u.m.} - 17\% \times 207.077.279 \text{ u.m.} = 6.638.862,6 \text{ u.m.}$$

2. Calcularea goodwillului:

$$GW = \frac{Pf - i \times ANC}{r}$$

$$GW = \frac{41.842.000 \text{ u.m.} - 17\% \times 207.077.279 \text{ u.m.}}{11\%} = 60.353.296,4 \text{ u.m.}$$

3. Calcularea valorii globale a entității:

$$Vg = ANC + \frac{Pf - i \times ANC}{r}$$

$$Vg = 207.077.279 \text{ u.m.} + \frac{41.842.000 \text{ u.m.} - 17\% \times 207.077.279 \text{ u.m.}}{11\%} = 267.430.575,4 \text{ u.m.}$$

✓ **Metoda de obținere a goodwillului prin multiplicarea unor rezultate cu un coeficient determinat de evaluatori pe baza analizei și a diagnosticului**, multiplicatorul (k) putând lua valori între 1,5 și 5. Această metodă se aplică în cazul întreprinderilor mici și mijlocii.

$$Vg = ANC + k \times \text{Rezultat}$$

Rezultatul poate fi profitul contabil net, cash flow-ul sau cifra de afaceri, în cazul societăților comerciale cu amănuntul, cu ocazia vânzării lor.

Exemplul 2

În anul 2021, o entitate ce activează în domeniul vânzării cu amănuntul are capitaluri proprii de 3.157.923 u.m. Cifra de afaceri a acesteia este de 7.395.648 u.m. Coeficientul stabilit de evaluatori pe baza analizei și a diagnosticului are valoarea de 2,4.

Ne propunem să determinăm valoarea globală a entității.

$$Vg = ANC + k \times \text{Cifra de afaceri}$$

$$Vg = 3.157.923 \text{ u.m.} + 2,4 \times 7.395.648 \text{ u.m.} = 20.907.478,2 \text{ u.m.}$$

✓ Metoda remunerării valorii substanțiale brute (VSB)

$VSB = (\text{Total activ} - \text{Fondul comercial}) + \text{Bunurile pe care întreprinderea le folosește nefiind proprietara lor (cele luate în regim de leasing financiar, operațional sau extern ori cu chirie)} - \text{Bunurile pe care întreprinderea nu le folosește, deși este proprietara lor (cele date în chirie sau în leasing)}$

VSB înlocuiește ANC în formulele de calcul al goodwillului, fiind tot o valoare patrimonială.

$$GW = \frac{Pf - i \times VSB}{r}$$

Valoarea întreprinderii se obține astfel:

$$V = ANC + GW = ANC + \frac{Pf - i \times VSB}{r}$$

Exemplul 3

În anul 2021, entitatea de la Exemplul 1, care activează în domeniul medical, are capitaluri proprii de 207.077.279 u.m. și un activ total de 807.614.013 u.m. Profitul său previzionat constant este de 41.842.000 u.m. Rata rentabilității observate la companiile din același sector de activitate și cu caracteristici asemănătoare este de 17%, iar factorul de capitalizare, de 11%. Fondul său comercial este de 58.426.783 u.m. Entitatea are un

autoturism în valoare de 238.462 u.m. luat în regim de leasing financiar. Totodată, aceasta are dată în chirie o instalație în valoare de 179.854 u.m.

Ne propunem să determinăm valoarea entității (V) prin intermediul goodwillului.

1. Calcularea valorii substanțiale brute:

$VS B = (Total\ activ - Fondul\ comercial) + Bunurile\ pe\ care\ firma\ le\ folosește\ nefiind\ proprietara\ lor - Bunurile\ pe\ care\ firma\ nu\ le\ folosește,\ deși\ este\ proprietara\ lor$

$$VS B = (807.614.013\ u.m. - 58.426.783\ u.m.) + 238.462\ u.m. - 179.854\ u.m. = 749.245.838\ u.m.$$

2. Calcularea goodwillului:

$$GW = \frac{Pf - i \times VS B}{r}$$

$$GW = \frac{41.842.000\ u.m. - 17\% \times 749.245.838\ u.m.}{11\%} = -777.543.567,8\ u.m.$$

3. Calcularea valorii entității:

$$V = ANC + GW$$

$$V = 207.077.279\ u.m. - 777.543.567,8\ u.m. = -570.466.288,8\ u.m.$$

✓ Metoda remunerării capitalurilor permanente necesare exploatării (CPNE)

$$CPNE = Imobilizări\ de\ exploatare + Nevoia\ de\ fond\ de\ rulment\ de\ exploatare$$

Goodwillul se stabilește conform relației:

$$GW = \frac{Pf - i \times CPNE}{r}$$

Valoarea întreprinderii se determină după cum urmează:

$$V = ANC + \frac{Pf - i \times CPNE}{r}$$

Exemplul 4

Pentru a exemplifica modul de calcul al goodwillului și al valorii globale ale unei întreprinderi, folosim următoarele două formule:

$$GW = \frac{CB - ANC \times i}{r}$$

$$Vg = ANC + \frac{CB - ANC \times i}{r}$$

unde:

CB – capacitatea beneficiară a întreprinderii, exprimată prin profitul net;

ANC – activul net contabil (corectat);

i – rata neutră de plasament a disponibilităților pe piața financiară;

ANC x i – pragul de rentabilitate al întreprinderii;

CB – ANC x i – supraprofitul, superbeneficiul, plusvaloarea sau renta de goodwill actualizată;

r – rata de actualizare, egală cu costul capitalului întreprinderii majorat cu un procent cuprins între 50% și 200%.

Rata de actualizare ia valori de 17%, 26% și 28%, iar $ANC = 9.800$ u.m., $CB = 2.600$ u.m., $i = 8\%$.

$ANC \times i = 9.800$ u.m. $\times 8\% = 784$ u.m. (pragul de rentabilitate al întreprinderii)

$CB - ANC \times i = 2.600$ u.m. $- 784$ u.m. $= 1.816$ u.m. (renta de goodwill pozitivă)

Rata de actualizare (%)	Goodwillul (u.m.)	Valoarea globală a întreprinderii (u.m.)
17	10.682	20.482
26	6.985	16.785
28	6.486	16.286

Dacă CB ar fi fost de 652 u.m., prin comparație cu pragul de rentabilitate al întreprinderii s-ar fi obținut o rentă de goodwill negativă, de -132 u.m., astfel:

$CB - ANC \times i = 652$ u.m. $- 784$ u.m. $= -132$ u.m.

Rata de actualizare (%)	Goodwillul (u.m.)	Valoarea globală a întreprinderii (u.m.)
17	-776	9.024
26	-508	9.292
28	-471	9.329

4. Concluzii

Goodwillul sau fondul comercial reprezintă o imobilizare necorporală care este asociată cu achiziționarea unei companii de către alta. Totodată, este o valoare care îi poate oferi un avantaj competitiv unei entități ce achiziționează o alta. Mai exact, conform unei definiții a goodwillului, acesta este partea din prețul de cumpărare care este mai mare decât suma valorii juste nete a tuturor activelor dobândite prin achiziție și a pasivelor asumate în cadrul procesului. Goodwillul se confundă adesea cu fondul de comerț, dar cele două noțiuni nu sunt întotdeauna identice. Astfel, la întreprinderile cu activitate de producție, goodwillul este echivalent cu fondul comercial, dar la societățile cu activitate comercială, fondul de comerț diferă de goodwill, pentru că include și elemente materiale necesare obiectului lor de activitate.

Valoarea numelui, reputația mărcii, baza de clienți loiali, serviciul solid pentru clienți, relațiile bune cu angajații și tehnologia proprietară ale unei companii reprezintă componente ale goodwillului. Elementele incluse în acesta se referă la proprietatea intelectuală și la recunoașterea mărcii. Așadar, goodwillul se calculează scăzând din prețul de cumpărare al unei societăți diferența dintre valoarea justă de piață a activelor și cea a pasivelor.

Metodele de evaluare a entităților bazate pe noțiunea de goodwill sunt metoda directă, metoda bazată pe capitalizarea unui supraprofit, metoda de obținere a goodwillului prin multiplicarea unor rezultate cu un coeficient determinat de evaluatori pe baza analizei și a diagnosticului, metoda remunerării valorii substanțiale brute și cea a remunerării capitalurilor permanente necesare exploatarei. Toate acestea se utilizează în evaluarea entităților prin intermediul goodwillului, însă, în funcție de mărimea companiei, domeniul în care activează, poziția și performanța financiară, reputația pe piață ale acesteia, dintre cele enumerate se folosește o anumită metodă, care furnizează rezultatul optim al evaluării în cazul respectiv.

Bibliografie

1. Chen, V.Y.S., Gu, F. (2019), *On the Usefulness of Supplemental Disclosure About Fair Value Measurement: Evidence for Goodwill Impairment*, Journal of Accounting Review, vol. 69, pp. 1-41.
2. Dinu, F., Loghin, R.-D. (2014), *The Impact of Business Intelligence Recognition on Goodwill Valuation*, Procedia Economics and Finance, vol. 15, pp. 1779-1786.
3. Dunse, N.A., Hutchison, N.E., Goodacre, A. (2004), *Trade-Related Valuations and the Treatment of Goodwill*, Journal of Property Investment & Finance, vol. 22, nr. 3, pp. 236-258.
4. Gadžo, A., Veledar, B. (2021), *Issues Relating to Goodwill Valuation: Evidence from Companies in Federation of Bosnia and Herzegovina*, Ekonomski Pregled, vol. 72, nr. 2, pp. 249-271.
5. Hargrave, M. (2022), *Goodwill (Accounting): What It Is, How It Works, How To Calculate*, <https://www.investopedia.com/terms/g/goodwill.asp>.
6. Krabec, T. (2011), *Valuation of Businesses Where Goodwill Is Personally Determined*, Ekonomska Istrazivanja, vol. 24, nr. 1, pp. 146-158.
7. Kurakova, O., Orlov, A. (2019), *Methodical and Practical Approaches to Goodwill Valuation*, în *Proceedings of the International Scientific Conference „Far East Con” (ISCFEC 2018)*, Atlantis Press, pp. 345-348.
8. Kwon, S.H., Wang, I.G. (2019), *Market Responses to Private and Public Targets: The Role of Goodwill Valuation*, Asia-Pacific Journal of Financial Studies.
9. Lander, G.H., Reinstein, A. (2003), *Models to Measure Goodwill Impairment*, International Advances in Economic Research, vol. 9, nr. 3, pp. 227-232.
10. Mard, M.J., Hitchner, J.R., Hyden, S.D. (2007), *Valuation for Financial Reporting: Fair Value Measurements and Reporting, Intangible Assets, Goodwill and Impairment*, ediția a II-a, John Wiley & Sons.
11. Mironiuc, M. (2006), *Metode de evaluare a întreprinderii*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași.
12. Podhorska, I., Valaskova, K., Stehel, V., Kliestik, T. (2019), *Possibility of Company Goodwill Valuation: Verification in Slovak and Czech Republic*, Management & Marketing, vol. 14, nr. 3, pp. 338-356.
13. Reilly, R.F. (2015), *Goodwill Valuation Approaches, Methods, and Procedures*, American Bankruptcy Institute Journal, vol. 34, pp. 10-24.
14. Toma, M. (2007), *Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, ediția a II-a, Editura CECCAR, București.
15. CECCAR (2019), *Metode mixte de evaluare a întreprinderilor*, CECCAR Business Magazine, nr. 8, <https://www.ceccarbusinessmagazine.ro/metode-mixte-de-evaluare-a-intreprinderilor-a4576/>.
16. <https://www.accountingcoach.com/blog/what-is-goodwill>