

UNELE ASPECTE PRIVIND FONDUL COMERCIAL

SOME ASPECTS REGARDING GOODWILL

Tabita-Liliana CÎRDEI

Veronica GROSU

e-mail: doruveronica@yahoo.it

Universitatea Ștefan cel Mare, Suceava, România

Svetlana MIHAILA

Academia de Studii Economice a Moldovei

Abstract. *Through this research, we aimed to identify solutions regarding the criteria for recognizing and evaluating the value of goodwill from an accounting perspective, criteria that are provided in OMFP 1802/2014; studying the conceptual issues relating to the accounting treatment applied to goodwill provided for in IAS 38 and the impairment test presented in IAS 36; the analysis of the impact that the application of the rules set out in IAS / IFRS has in determining goodwill belonging to an enterprise; analysis of the importance of the holding of goodwill by an enterprise and identification of the related reasons.*

Keywords: fond comercial, activ intangibil, tratament contabil, recunoaștere, evaluare

JEL classification: M41

Introducere

Fondul comercial ocupă un rol deosebit de important în momentul evaluării unei întreprinderi, de aceea acesta a devenit un subiect de interes, fiind examinat în multe lucrări în ultimii ani. În acest sens, diverși autori au încercat să ofere definiții pentru noțiunea de fond comercial, să îi descopere cu exactitate structura și conținutul în vederea prezentării unui tratament contabil corect [1,2,3]. Viziunile unora s-au asemănat, în timp ce alții au avut perspective diferite sau chiar contradictorii. Interesul crescând pentru această temă atât la nivel național cât și internațional a reprezentat un principal motiv în alegerea acestui subiect în cercetarea de față.

Scopul acestei ceretări îl reprezintă clarificarea criteriilor de recunoaștere și evaluare a fondului comercial în conformitate cu legislația românească în vigoare, precum și cu Standardele Internaționale de Contabilitate pentru firmele care sunt cotate la bursă.

Particularități care disting fondul comercial de alte elemente de valoare

Fondul comercial are ca bază legală OMFP 1802/2014 ale cărui informații sunt similare cu cele prevăzute în SIC. De aici derivă și *obiectivul primar* al cercetării, și anume de a expune și clarifica modul în care legislația din România definește și clasifică fondul comercial, precum și tratamentul contabil pe care acesta îl necesită, alături de identificarea eventualelor deosebiri care sunt prevăzute în IAS 38 Imobilizări necorporale și în IFRS 3 Combinări de întreprinderi, precum și fundamenatarea înțelegerii condițiilor în care fondul comercial este supus testului de depreciere conform IAS 36 Deprecierea activelor.

Conform legislației românești în vigoare, fondul comercial se încadrează în categoria activelor necorporale. Interesul pe care acestea l-au stârnit atât în contabilitate, cât și în cadrul altor discipline (evaluarea întreprinderilor, management, etc.) a dus la existența mai multor criterii de clasificare a activelor necorporale. Unul dintre acestea se referă la identificabilitatea lor. În funcție de acest criteriu, ele se împart în active necorporale identificabile și active necorporale neidentificabile [4,5]. Caracteristica de identificare este explicată în OMFP 1802/2014 conform căruia „un activ este identificabil dacă:

a) este separabil, adică poate fi separat sau desprins din entitate și vândut, transferat, cesionat printr-un contract de licență, închiriat sau schimbat, fie individual, fie împreună cu un alt contract, cu un activ identificabil sau cu o datorie identificabilă aferent(ă), indiferent dacă entitatea intenționează ori nu să facă acest lucru; sau

b) decurge din drepturile contractuale ori de altă natură legală, indiferent dacă acele drepturi sunt transferabile sau separabile de entitate ori de alte drepturi și obligații” [6].

În ceea ce privește bunurile intangibile identificabile, ele se clasifică în: drepturi de natură contractuală și de utilizare, cu excepția bunurilor proprii; proprietatea intelectuală; relațiile firmei și portofoliul de produse și servicii [7].

Cât despre bunurile intangibile neidentificabile, ele sunt denumite prin termenul de fond comercial care, conform OMFP 1802/2014, reprezintă „beneficiile economice viitoare care rezultă din alte active dobândite într-o combinație de întreprinderi care nu sunt identificate individual și recunoscute separat. Beneficiile economice viitoare pot rezulta din sinergia între activele identificabile dobândite sau din active care nu îndeplinesc condițiile pentru recunoașterea, în mod individual, în situațiile financiare” [6].

Fondul comercial, privit ca activ necorporal neidentificabil, este imposibil să existe independent de companie și nu poate fi vândut, achiziționat sau transferat separat fără a face aceleași tranzacții pentru toată activitatea. Cuantificabil, fondul comercial este în general reprezentat de excedentul de cost achitat cu ocazia unei achiziții care depășește valoarea justă a activelor. Totuși, alte active necorporale sunt posibil a fi cuantificate, având o identitate separată, independentă de afacerea în ansamblu. Ele pot fi achiziționate și vândute, închiriate ori schimbate sau cumpărate prin drepturi contractuale ori legale. O altă definiție a fondului comercial enunță că acest element este o componentă a fondului de comerț care nu figurează printre celelalte elemente de patrimoniu, având rolul de a menține și dezvolta potențialul unității.

Fondul comercial este probabil unul dintre cele mai nebuloase concepte în contabilitate, având o semnificație economică vastă.

Atunci când li se cere să definească fondul comercial achiziționat într-o combinație de întreprinderi, majoritatea contabililor răspund descriind cum se calculează acesta, care este excesul prețului de achiziție peste valoarea justă a activelor nete. Această definiție, deși corectă, cere elaborarea, lucru care ar explica de ce o companie ar achiziționa o altă companie pentru mai mult decât valoarea justă a activelor sale nete.

Reputația, loialitatea clienților și longevitatea operațiunii sunt descrieri folosite adesea pentru a face referire la fondul comercial. În lucrarea lor, Clemense Ehoff și Marvin L. Bouillonau menționat că în anul 1983 un autor pe nume John Curtis a întocmit o listă de 91 de definiții ale fondului comercial, și totuși, cu o abundență de descriptori subiectivi din care să aleagă, stabilirea unei definiții comune a fondului comercial nu a apărut încă [8]. În aceeași lucrare autorii au prezentat un rezumat al caracteristicilor care disting fondul comercial de alte elemente de valoare, realizat în anul 1968 de Catlett și Olson în „Accounting for Goodwill (Accounting Research Study 10)”. Acesta este prezentat în figura nr. 1, cuprinzând idei folosite pentru analizarea contabilității fondului comercial [9].

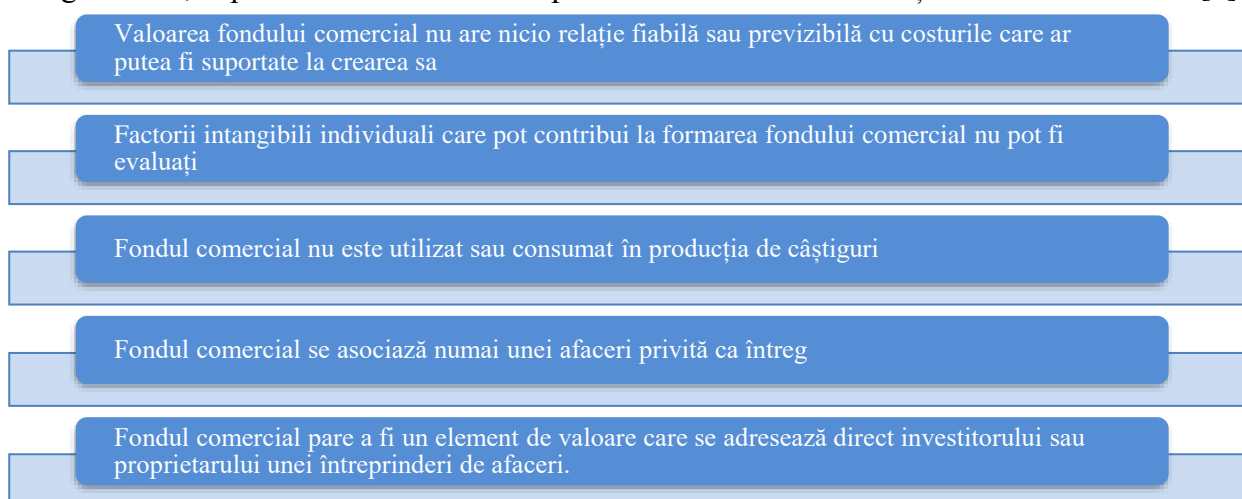


Figura 1. Aspecte care disting fondul comercial de alte elemente de valoare

Sursa: Prelucrat după [8].

Glenn Perdue enunță în lucrarea „Trademarks, Brands And Goodwill: Overlapping Sources of Economic Value” alte trei definiții ale fondului comercial expuse în tabelul 1.

Tabelul 1. Definiții ale fondului comercial

Sursa	Definiția
Miriam Webster Dictionary	Favorul sau avantajul pe care o afacere l-a dobândit în special prin mărcile sale și reputația sa bună.
Black's Law Dictionary	Reputația, patronatul și alte imobilizări necorporale ale unei afaceri care sunt luate în considerare la evaluarea afacerii, în special la cumpărare; capacitatea de a obține venituri care depășesc veniturile care ar fi de așteptat din partea întreprinderii privite ca o simplă colecție de active.
the International Glossary of Business Valuation	Acel activ necorporal care rezultă din numele, reputația, loialitatea clienților, locația, produsele și factori similari care nu sunt identificați separate [10].

Sursa: Prelucrat după Glenn Perdue, „Trademarks, Brands And Goodwill: Overlapping Sources of Economic Value”

Greutatea întâmpinată în încercarea definirii conceptului de fond comercial a fost remarcată, de asemenea, de scriitorii Kaiss Sarra, Nezha Baghar și Mounime El Kabbpuri care au catalogat această problemă ca fiind una „spinoasă”. Aceștia au abordat fondul comercial făcând referire la două concepte, și anume: conceptul de profit în exces în viitor și conceptul de reziduu [11], prezentate în figura 2 mai pe larg.

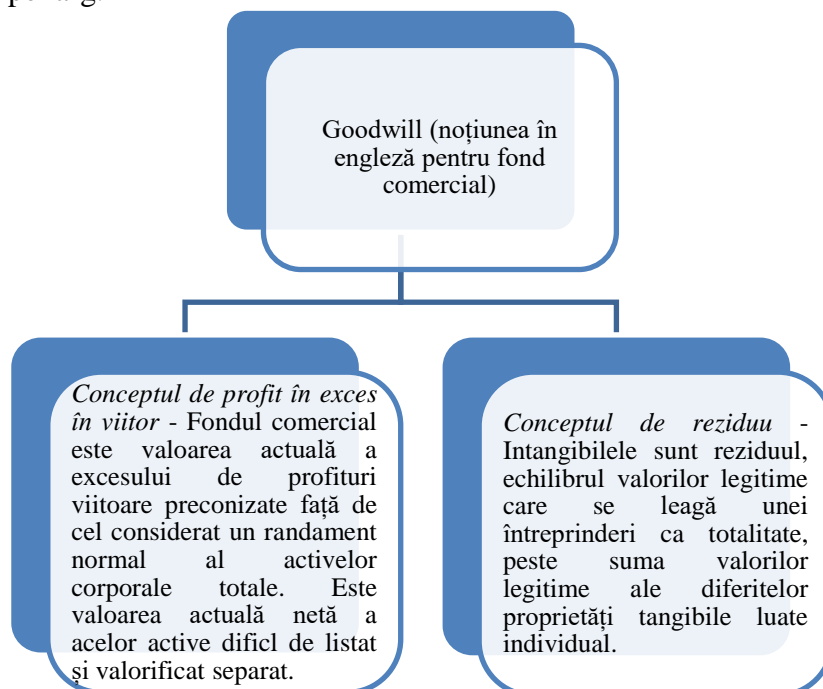


Figura 2. Conceptul de profit în exces în viitor și conceptul de reziduu

Sursa: Prelucrat după [5,11]

La definițiile deja menționate se pot adăuga multe altele, deoarece această noțiune de fond comercial a fost dezbătută atât la nivel național cât și internațional în multe lucrări, stârnind interesul a numeroși autori. Acest lucru a dus la existența unei multitudini de definiții care se aseamănă mai mult sau mai puțin între ele, parte dintre acestea fiind acceptate în timp ce altele au fost adeseori aspru criticate [12].

Evaluarea și recunoașterea fondului comercial în situațiile financiare

Legislația în vigoare prevede că fondul comercial, pentru a fi recunoscut ca fiind o imobilizare necorporală, trebuie, în primul rând, să se plieze pe definiția activului (implicit a imobilizărilor necorporale), iar apoi să respecte criteriile de recunoaștere.

În acest sens, o imobilizare necorporală este recunoscută în bilanț doar dacă estimările prevăd că vor fi generate beneficii economice viitoare, iar costul imobilizării se poate evalua în mod credibil [6].

Cât despre condițiile pentru ca un activ necorporal să fie recunoscut, acestea fac referire

la caracteristica de identificare, la control și la beneficiile economice viitoare. Aceste criterii sunt descrise în tabelul 2.

Tabelul 2 Criterii de recunoaștere a unui activ imobilizat necorporal

Criteriul de recunoaștere	Descrierea criteriului
Identificarea	Se impune ca activul să fie separabil, să poată fi diferențiat de firmă și să se poată vinde, transfera, cesiona prin intermediul unui contract de licență, închiria ori schimba cu un activ identificabil (individual sau alături de un alt contract) sau cu o datorie care este identificabilă. De asemenea, activul trebuie să decurgă din dintr-un drept contractual sau altă natură legală, necontând dacă drepturile respective sunt transferabile ori desprinse de firmă sau de alte obligații și drepturi.
Controlul	Un activ este controlat de o entitate dacă aceasta va obține beneficii economice pe seama activului și, de asemenea, va putea limita accesul terților la aceste beneficii.
Beneficiile economice preconizate	Entitatea trebuie să realizeze calcule raționale pentru a evalua șansele ca activul să producă beneficii economice viitoare, ele reprezentând o estimare superioară pentru setul de condiții economice care există în timpul duratei de viață a respectivei imobilizări [6].

Sursa: Prelucrat după [13].

Caracteristica de identificare impune clasificarea fondului comercial, prezentată mai jos în figura 3, în fond comercial achiziționat și fond comercial generat intern întrucât unul se recunoaște drept active [6], în timp ce cu celălalt nu trebuie procedat la fel.

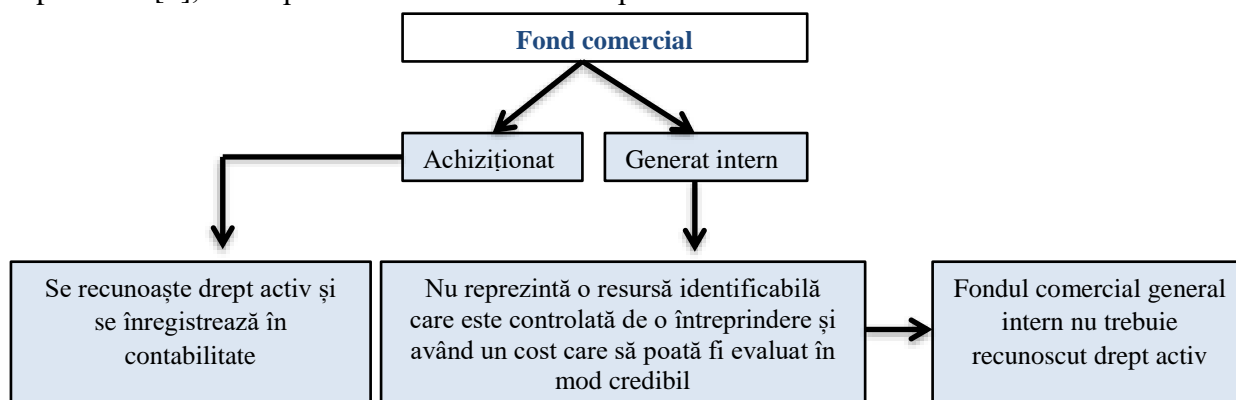


Figura 3. Clasificarea fondului comercial

Sursa: Prelucrat după [6].

Deoarece fondul comercial achiziționat se poate comporta ca un activ, acesta trebuie supus amortizării. Se practică o amortizare chiar rapidă, de maxim 5 ani (cu mențiunea că poate fi amortizat pe perioade mai mari de 5 ani, în cazuri excepționale, dar să nu depășească 10 ani) [14].

Fondul comercial achiziționat care este recunoscut ca active nu poate să fie identificat în mod separat și individual, valoarea acestuia fiind suma activelor reunite într-o entitate dobândită sau „valoarea creată prin agregarea colecției de active printr-o combinație de întreprinderi” [15].

Conform OMFP 1802/2014, fondul comercial achiziționat se împarte la rândul său în:

- fond comercial pozitiv;
- fond comercial negativ.

Pentru fondul comercial pozitiv, legislația prezintă detaliat modul în care acesta este tratat în contabilitate (atunci când o societate achiziționează un business iar valoarea justă este mai mică decât costul de achiziție).

În vederea recunoașterii fondului comercial negativ este necesară verificarea dacă la achiziția activelor identificabile acestea nu sunt supraevaluate iar datoriile omise ori subevaluate.

Dacă fondul comercial negativ se referă la cheltuieli și pierderi viitoare care pot fi identificate și măsurate în mod credibil, însă nu reprezintă, la data achiziției, datorii identificabile, atunci această parte din fondul comercial negativ se recunoaște în contul de profit și pierdere ca venit în momentul în care sunt recunoscute pierderile și cheltuielile viitoare respective.

În caz contrar situației de mai sus, când fondul comercial negativ nu se raportează la cheltuieli și pierderi viitoare se recunoaște în contul de profit și pierdere ca venit astfel:

- Se recunoaște ca venit, în cursul perioadei de viață utilă a activelor nemonetare identificabile achiziționate, partea din fondul comercial negativ care nu este devansată de valoarea justă a respectivelor active;
- Se recunoaște imediat ca venit valoarea din fondul comercial negativ care devansează valoarea justă a activelor nemonetare identificabile achiziționate [6].

În ceea ce privește evaluarea fondului comercial, întrucât am văzut că cel pozitiv poate fi tratat ca o imobilizare necorporală, este de menționat faptul că regulile de evaluare a activelor tangibile se aplică și celor necorporale. Acestea sunt evaluarea la valoarea de intrare (costul de producție, costul de achiziție, etc.) și cea la valoare bilanțieră (costul amortizat, depreciat, valoarea reevaluată) [16].

Despre evaluarea bilanțieră a fondului comercial pozitiv, OMFP nr. 1.802/2014 menționează că „ajustările pentru deprecierea fondului comercial corectează valoarea acestuia (articol contabil 6817 „Cheltuieli de exploatare privind ajustările pentru deprecierea fondului comercial” = 2071 „Fond comercial pozitiv”), fără a fi reluate ulterior la venituri” [17].

Despre amortizarea fondului comercial s-a menționat deja că acesta se amortizează pe o perioadă de 5 ani, cu excepție, putând depăși acest termen până la 10 ani.

După cum am putut observa, evaluarea fondului comercial este un proces complex și greu de realizat.

Fondul comercial achiziționat și fondul comercial general intern

Literatura de specialitate, atât națională cât și internațională, identifică două tipuri diferite de fond comercial, și anume:

⇒ fond comercial generat intern;

⇒ fond comercial achiziționat [18].

Fondul comercial achiziționat, cunoscut și sub denumirea de fond comercial consolidat, se referă la diferența dintre valoarea fuziunii și achiziția acordate de întreprinderea fuzionată și suma valorilor juste ale activelor nete identificabile ale întreprinderii fuzionate în procesul de fuziune și reorganizare [19]. Într-o manieră mai simplă, am putea spune că fondul comercial achiziționat reprezintă defapt excesul de valoare justă a contraprestației de cumpărare peste valoarea justă a activelor nete separabile achiziționate. Valoarea fondului comercial achiziționat nu este neapărat egală cu fondul comercial inerent al activității achiziționate, deoarece prețul de achiziție poate reflecta perspectivele viitoare ale entității în ansamblul său [20].

În situațiile financiare, fondul comercial apare atunci când o întreprindere de afaceri este achiziționată pentru mai mult decât valoarea justă a activelor nete identificabile ale întreprinderii. Calculul și modul în care este recunoscut de către societatea care achiziționează sunt prezentate în figura 4.

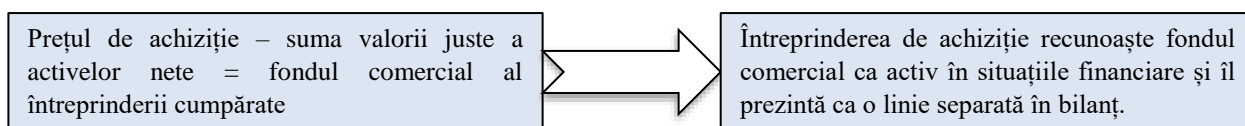


Figura 4. Fondul comercial achiziționat și recunoașterea lui

Sursa: Prelucrat după [1].

Fondul comercial constituie defapt suma de echilibrare care permite unei firme să furnizeze informații contabile cu privire la achiziționarea unei alte firme pentru un preț substanțial diferit de valoarea contabilă. În vederea determinării fondului comercial achiziționat este necesară stabilirea, la data achiziției, a valorii juste a costului de achiziție. Acesta poate fi constituit din numerar în capital și poate consta, de asemenea, din considerente nemonetare, cum ar fi acțiunile emise și datoriile asumate. În situațiile în care acțiunile sunt emise ca parte a contravalorii de cumpărare, valoarea atribuită acestora poate fi foarte dificil de determinat, în special în cazul în care acțiunile nu sunt listate pe piața valorilor mobiliare. Chiar și acolo unde acțiunile sunt listate, valorile lor pot fi incerte dacă prețurile acțiunilor au fost volatile sau sunt afectate temporar de activitatea asociată unei combinații de afaceri. În conținutul IFRS 3 costurile legate de achiziție sunt recunoscute în general drept cheltuieli [21].

Având determinat costul de achiziție, costul este atribuit activelor și pasivelor identificabile obținute pe baza valorilor lor juste la data achiziției. Fondul comercial, reprezentând excesul costului de achiziție peste valoarea justă a activelor nete identificabile, va fi apoi înregistrat ca un activ în active imobilizate în bilanțul consolidat de achiziție [22].

În cazul în care activele nete la data achiziției, evaluate corect, depășesc costul de achiziție rezultă fond comercial negativ. Acesta este recunoscut ca un câștig în măsura în care depășește alocările către anumite active. În conformitate cu standardele contabile actuale, acesta nu mai este recunoscut ca un articol extraordinar. De exemplu, o întreprindere de business software poate avea active nete (constând în principal din echipamente diverse și nu presupune nicio datorie) evaluată la 1 milion lei, dar valoarea totală a întreprinderii de afaceri (inclusiv marca, clienții, capitalul intelectual) este evaluată la 10 milioane lei. Oricine ar cumpăra acea întreprindere comercială va rezerva 10 milioane lei în total active achiziționate, cuprinzând 1 milion de active fizice și 9 milioane în fond comercial.

Există și opinia că, pe o piață eficientă în care interesele ambelor părți la tranzacție se aliniază, fondul comercial negativ nu ar trebui să existe. O valoare negativă poate mai degrabă să demonstreze supraevaluarea activelor entității dobândite sau a acțiunilor acesteia. De asemenea, alți autori au descris fondul comercial negativ ca fiind manifestarea unei erori de evaluare [23].

În ceea ce privește asocierea dintre fondul comercial achiziționat cu îmbunătățirea performanței operaționale, acesta este considerat a fi o resursă capabilă să producă intrări de numerar. Astfel, în măsura în care fondul comercial achiziționat reflectă sinergia așteptată dintre activele cumpărate și cele existente care lucrează în comun pentru beneficiul economic viitor, există o asociere pozitivă între fondul comercial achiziționat și performanța operațională post-fuziune [24].

Fondul comercial achiziționat este mult mai ușor de definit și identificat în comparație cu fondul comercial generat intern.

Entitățile economice se angajează în cheltuieli semnificative pentru publicitate, îmbunătățirea produselor existente și lansarea de noi produse, recrutarea și formarea personalului, fidelizarea clienților și atragerea de noi clienți. Aceste cheltuieli se dezvoltă fond comercial generat intern, dar nu pot fi măsurate în mod fiabil, motiv pentru care nu sunt recunoscute în contabilitate ca un activ intangibil [25].

Fondul comercial generat intern (denumit în engleză și ca „going-concern goodwill”) reprezintă capacitatea unei companii ca o afacere de sine stătătoare de a câștiga o rată mai mare de rentabilitate pe o colecție organizată de active nete decât s-ar fi așteptat dacă aceste active trebuie achiziționate separat. Fondul comercial generat intern provine din excesul valorilor juste peste valorile contabile ale activelor nete recunoscute ale companiei și valorile juste ale celorlalte active necorporale necunoscute [26]. Natura sa economică este complet independentă de o combinație de afaceri. Cu toate acestea, în contabilitate, fondul comercial este partea din valoarea întreprinderii care nu apare în situațiile financiare [27], dar care apare numai atunci când este achiziționată printr-o combinație de afaceri de exemplu.

Într-o altă abordare, fondul comercial generat intern este diferența dintre evaluarea capitalizării de piață a unei organizații formate la un moment dat în baza unei estimări de schimb și a valorii contabile a organizației pentru perioada de raportare curentă. Prin urmare, fondul comercial este o valoare care poate fi confirmată de fluxul de numerar în viitor. Autorii Victor Plotnikov și Olesya Plotnikova menționează că pentru a înțelege conceptul de fond comercial generat intern ar trebui să acordăm atenție la doi factori care fac posibilă această înțelegere, și anume [26]:

⇒ Fondul comercial generat intern este un indicator care reflectă o modificare a capitalizării de piață a organizației, adică o modificare a prețului acțiunilor, dar fără a le vinde.

În același timp, fondul comercial creat intern, care se formează la obținerea controlului asupra investitorului, face parte integrantă din preț, acționând, de regulă, pe piața bursieră.

⇒ Fondul comercial este numai rezultatul evaluării altor active, active ale căror control dobânditorul l-a obținut ca urmare a investițiilor financiare în societate (filială). Prin urmare, fondul comercial

este diferența dintre prețul de achiziție și valoarea justă a tuturor activelor și datoriilor asumate [28].

La declanșarea creării fondului comercial generat intern pot participa o multitudine de factori cum ar fi o bună credibilitate, o locație bună sau chiar o bună calitate a produsului printre altele [29].

Deși există autori care sunt de părere că fondul comercial generat intern ar trebui recunoscut drept activ, nici legislația din România și nici standardele internaționale de contabilitate nu permit recunoașterea fondului comercial generat intern în situațiile financiare.

Importanța deținerii fondului comercial pentru entitatea economică

În economia globală de astăzi, fondul comercial devine din ce în ce mai important datorită accelerării alocării și concentrării capitalului manifestat în fuziuni și achiziții de entități, precum și legăturile de capital în diverse structuri și forme. Cercetările efectuate în ultimii ani arată că fondul comercial are o poziție din ce în ce mai importantă în activele grupurilor de capital, care sunt unele dintre cele mai mari organizații economice, în special în țările cu piețe de capital în curs de dezvoltare [23].

Este de menționat faptul că economia a trecut de la cea a activelor corporale la cele necorporale. Figura 5 cuprinde factorii care au determinat această trecere.

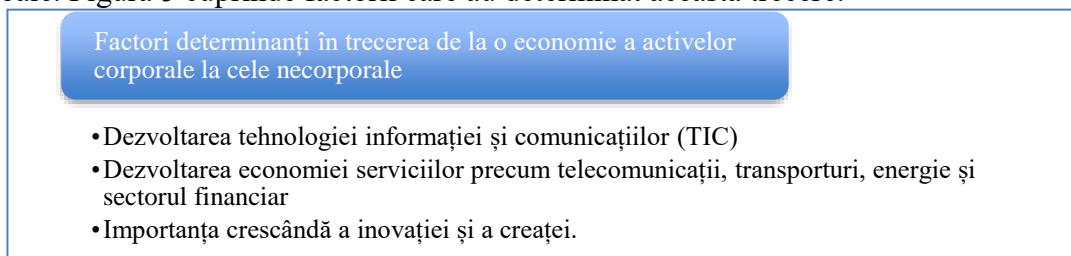


Figura 5. Factori care au determinat trecerea de la o economie a activelor corporale la cele necorporale

Sursa: Prelucrat după [28].

Branding, desing și tehnologie sunt intangibile în care companiile au început să investească mai mult decât în mașini, hardware sau proprietate după [30, 31]. . Importanța fondului comercial ca parte a activelor necorporale a evoluat de-a lungul anilor. În primul rând, importanța intangibilelor subliniază că ideile conduc la creșterea economică în loc să producă așa cum era înainte. Afacerile moderne se bazează tot mai mult pe potențial și imagine [32], mai degrabă decât pe valoarea fragmentară a activelor. În al doilea rând, întrucât costurile multor active corporale au scăzut prin producția în masă și inovația tehnologică [33], valoarea imobilizărilor necorporale a crescut, iar aceste active constituie adesea o parte semnificativă, dacă nu cea mai importantă parte a valorii unei afaceri.

În lucrările de specialitate, unii autori menționează că există o corelație pozitivă între fondul comercial și rentabilitate. Aceștia susțin că, cu cât proporția fondului comercial este mai mare, cu atât profitabilitatea va fi mai puternică. Mai mult, Kamasak susține în lucrarea sa că resursele intangibile contribuie la performanța unei firme la un nivel mai înalt decât resursele corporale. Cu toate acestea, el subliniază importanța puterii explicative a unei combinații de resurse intangibile și tangibile cu rentabilitatea unei firme. În cele din urmă, se observă o corelație pozitivă între imobilizările necorporale și măsurile de rentabilitate [28].

Din punct de vedere al măsurării și al prezentării în situația poziției financiare, fondul comercial este cu adevărat o resursă economică unică. Potrivit multor autori, fondul comercial ca activ are o capacitate nespecificată de a genera beneficii suplimentare pentru entitate sau grupul de capital. Această abilitate există numai atunci când toate resursele entității sunt utilizate în implementarea unor procese specifice de afaceri. Resursele utilizate individual, inclusiv factorii umani, nu sunt capabili să obțină astfel de beneficii. Din punct de vedere al teoriei contabilității, fondul comercial este un atu al entității. Din punctul de vedere al teoriei economice, fondul comercial este un profit suplimentar pe care trebuie să îl obțină entitatea [23].

Fondul comercial poate avea o importanță mai mare sau mai mică în funcție de părțile interesate. Distingem două grupuri principale de persoane interesate de ponderea fondului comercial într-un bilanț, și anume: dobânditorii; creditorii.

Pentru a determina importanța fondului comercial pentru dobânditor, acesta a fost analizat ca pondere din prețul total de achiziție.

Thibaut Vogne și Zuylen Ernest menționează în lucrarea lor de o cercetare făcută la Paris în care prețul plătit pentru achiziții la firme de tehnologie de ultimă oră a fost împărțit în patru categorii [28]:

- ⇒ cheltuieli curente de cercetare și dezvoltare;
- ⇒ imobilizări necorporale identificabile;
- ⇒ imobilizări corporale;
- ⇒ fond comercial.

Cheltuielile de cercetare și dezvoltare au fost ne semnificative, iar imobilizările necorporale și corporale reprezintă aproximativ 12% și respectiv 25% din prețul de achiziție. Restul (aproximativ 62%) este alocat fondului comercial, ceea ce înseamnă că, dacă evaluarea este fiabilă, investitorii au așteptări mari la valoarea viitoare pe care ar putea să o extragă din activele care nu sunt identificabile și separabile în prezent. Prin urmare, întrucât mărimea fondului comercial este legată de industrie, o firmă va trebui să aloce o miză mai mare din prețul de achiziție fondului comercial, în funcție de industria țintă. Se consideră că firmele cu active mai tangibile tind să aibă mai multe datorii. Această asociere este de înțeles, deoarece activele corporale reprezintă o garanție bună din mai multe motive. În primul rând, pot fi ușor vândute sau reutilizate la un preț rezonabil. Mai mult decât atât, imobilizările corporale tind să fie mai ușor de separat, identificat și valorizat, în timp ce, de exemplu, imobilizările necorporale create intern sunt dificil de raportat într-un bilanț, chiar dacă generează o mulțime de venituri. Cu toate acestea, afirmația anterioară nu este întotdeauna adevărată. Într-adevăr, dacă firma are activități foarte specifice într-un domeniu de aplicare precis, activele sale corporale ar putea să nu fie foarte lichide.

În plus, firmelor li se solicită deseori să mențină un raport de capitalizare peste un anumit prag atunci când sunt împrumutați bani. Așa cum am menționat anterior, în opoziție cu imobilizările corporale și unele imobilizări necorporale, fondul comercial nu este amortizat, ci este supus cel puțin unui test de depreciere în fiecare an (conform standardelor internaționale). În consecință, valoarea fondului comercial este greu previzibilă. În cazul unui scenariu necorespunzător, fondul comercial poate fi redus drastic conducând la reducerea valorii capitalului propriu. În funcție de intensitatea acestei scăderi a valorii, firma ar putea trece sub linia de jos fixată anterior de creditor, ceea ce ar pune-o în poziție de pericol [34].

Pentru a întări importanța deținerii fondului comercial de către o entitate este important să facem legătura dintre acesta și reputație, care este unul dintre factorii decisivi pentru succesul unei afaceri. Permite unui producător să-și construiască o bază de clienți, legându-i permanent de o marcă cu care au asociații pozitive. Prin urmare, fondul comercial funcționează ca un factor care determină decizia consumatorului în afară de preț sau disponibilitate. Astfel, a fost descris ca „strângere de mână invizibilă”. În mod similar, un producător de lux depinde foarte mult de fondul comercial, deoarece induce „efectul de snob”. În consecință, cumpărătorii sunt dispuși să achiziționeze mărfuri cu o imagine de lux la prețuri foarte mari, ceea ce crește marja de profit a producătorului. Prin urmare, proprietarul are un puternic interes economic în protejarea fondului comercial [35].

Trebuie menționat că, datorită dezvoltării intense a economiei și a introducerii de noi tehnologii, concurența crește într-un ritm alert, companiilor le este din ce în ce mai dificil să-și mențină pozițiile pe piață, iar fondul comercial pozitiv le ajută în acest sens. În general, orice lucru care ajută o companie să obțină mai mult profit pe unitatea de active în comparație cu o companie similară din același sector al economiei poate fi considerat o componentă a fondului comercial.

Concluzii. În urma cercetării realizate am putut observa că fondul comercial încă reprezintă un element de intrigă, drept dovadă avem numeroase articole publicate pe această temă în care diverși autori își expun părerea cu privire la alte lucrări și totodată prezentând în continuare propriile păreri.

În urma cercetărilor se poate constata cu ușurință că noțiunea de fond comercial va reprezenta în continuare o temă de actualitate datorită ambiguității ei care se evidențiază încă de la încercarea formulării unei definiții acestui concept, economiștii contabili neajungând încă la o definiție proprie a fondului comercial care să fie unanim acceptată și necontestată de nimeni.

Pe parcursul lucrării s-a prezentat abordarea fondului comercial atât din perspectiva legislației românești în vigoare (OMFP 1802/2014), cât și din perspectiva standardelor internaționale de contabilitate. S-a constata că, între acestea, nu există mari diferențe în ceea ce privește tratamentul fondului comercial, diferența constând în faptul că acesta este supus amortizării conform cu OMFP 1802/2014, în timp ce în IAS 36 se prevede un test de depreciere în cazul depistării unor indicii privind pierderea de valoare.

Un alt concept care necesită o atenție deosebită este fondul comercial generat intern. Este necesară distingerea acestuia de fondul comercial achiziționat întrucât, recunoașterea fondului comercial generat intern este interzisă, în comparație cu cel achiziționat care apare în bilanț.

În ceea ce privește importanța deținerii fondului comercial de către o entitate am văzut că acesta este legat de reputație, factor decisiv în succesul unei afaceri, fapt ce confirmă că firma este avantajată când deține fond comercial. Mai mult, alte studii au identificat o legătură între fondul comercial și rentabilitate și s-a constatat că în economia actuală ponderea activelor intangibile o depășește pe cea a activelor tangibile, firmele orientându-se din ce în ce mai mult în investirea în active necorporale decât în cele corporale, cum se obișnuia până acum.

În urma analizei fondului comercial s-au determinat adesea o serie de controverse care în principal sunt orientate spre recunoașterea și deprecierea acestuia. Unii autori au încercat să justifice necesitatea recunoașterii fondului comercial generat intern, în timp ce alții au adus numeroase critici la adresa acestei abordări. Un lucru este sigur, și anume că deocamdată, atât legislația din România cât și standardele internaționale interzic recunoașterea fondului comercial generat intern ca activ.

De asemenea, faptul că standardele internaționale au eliminat amortizarea fondului comercial și au introdus testul de depreciere ca unică metodă de evaluare a pierderii de valoare a reprezentat o temă de dezbateră pentru mulți autori. Ambiguitatea tipologiilor cu frontiere greu de trasat face ca regulile și principiile contabile să nu fie suficient de dezvoltate, conducând uneori întreprinderile la un comportament oportunist.

În urma rezolvării spețelor s-a constatat că există situații de cumpărare în condiții avantajoase, când valoarea netă de la data achiziției a activelor identificabile dobândite și a datoriilor asumate este mai mare decât contravaloarea transferată, situație în care diferența se înregistrează ca un câștig dintr-o achiziție avantajoasă. Fondul comercial apare, de asemenea, la întocmirea situației consolidate a poziției financiare și se calculează adunând la costul investiției valoarea justă a intereselor care nu controlează și scăzând valoarea netă a activelor identificabile. Dacă apoi se scade deprecierea fondului comercial, se va obține fondul comercial la valoarea netă.

Operațiunile de cedare, fuziune și divizare reprezintă situațiile în care se poate determina valoarea fondului comercial. Astfel, pentru a evalua fondul comercial este necesară utilizarea unei metode explicite și coerente, iar în aceste condiții, raportarea financiară va fi mult mai transparentă, iar firma își va gestiona mai corect patrimoniul intangibil, precum și variația acestuia în timp.

Referințe bibliografice:

1. SOCOLIUC M., GROSU V. Reflecții privind recunoașterea și evaluarea imobilizărilor necorporale în viziunea reglementărilor actuale. „Paradigma contabilității și auditului: realități naționale, tendințe regionale și Internaționale” Ediția a V-a 1 aprilie 2016, mun. Chișinău, https://ase.md/files/catedre/cae/conf/conf_aprilie_2016.pdf

2. COSMULESE C.G., Corelații și implicații privind evaluarea activelor intangibile - pe exemplul entităților cotate, Editura Universitatii „Ștefan cel Mare”, Suceava, Romania, 2019. ISBN 978-973-666
3. MIHAI, I., SOCEA, A. D., CIUBOTARIU, M., The assets of the company—a theoretical and practical approach relating particularly to intellectual capital. The USV Annals of Economics and Public Administration, 2012, Vol. 11, issue 2, pp. 201-207.
4. IAS 38, paragraf 13, inclus în IFRS, Partea A, Editura CECCAR, București, 2015.
5. COSMULESE C. G., MATEȘ D., ANISIE. L., Particulars on approaches and methods used to value intangibles assets. Management Strategies, 2016, Vol. 34, Issue 4, pp. 28-39.
6. Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 1802/2014 pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate, alin. 150
7. GROSU, V., Evaluarea capitalului intelectual, Studii și cercetări privind impactul cercetării și inovării asupra progresului economic, volumul 4, Studii Post-Doctorale În Economie- Disertații Post-Doctorale, Editura Academiei Române, București, 2013, p. 411.
8. EHOFF C, BOUILLON M., Accounting for goodwill: still crazy after all these years”, *Journal of Accounting, Ethics & Public Policy*, 2019, vol. 20, nr. 3, p. 411-419.
9. CATLETT, GEORGE R., NORMAN O. OLSON. "Accounting for goodwill; Accounting research study , 1968, no. 10.
10. PERDUE, G., "Trademarks, Brands And Goodwill: Overlapping Sources of Economic Value”, *les Nouvelles – Journal of the Licensing Executives Society*, vol. 53, nr. 3, 2018, pp. 259-260.
11. SARRA K, BAGHAR N, EL KABBOURI M., "Goodwill and Performance”, *Journal of Applied Finance & Banking*, vol. 8, nr. 3, 2018, p. 19
12. COSMULESE C.G., Difficultés et limites dans la reconnaissance et l'évaluation des actifs intangibles conformément aux standards nationaux et internationaux, *Revue Valaqued'Etudes Economique, Faculté des Sciences Economiques, Université Valahia de Târgoviște*, 2015, Volume 6(20), No. 3, pp. 25-34, Link: <http://www.rvee.eu/images/2015/no3/5.rvee%20vol.6%20no.3%202015%20-%20leliuc.pdf>;
13. Ghid practic de aplicare a reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate aprobate prin OMFP nr. 1802/2014, Editura CECCAR, București, 2015
14. FELEAGĂ L., FELEAGĂ N., „Controverse privind politicile de evaluare, depreciere și contabilizare a fondului comercial”, <http://store.ectap.ro/articole/111.pdf>, [accesat la 12.02.2020]
15. LUPOAIE, O., “Recunoașterea, evaluarea și tratamentul contabil aplicat imobilizărilor necorporale conform IAS 38”, *ECOSTUDENT-Revistă de cercetare științifică a studenților economiști*, nr. 7, 2016, p. 95
16. CORINA-GRAZIELLA BÂTCĂ-DUMITRU, Reguli generale de evaluare potrivit OMFP nr. 1802/2014 (III)”, *CECCAR Bussiness Magazine – Expertiza și auditul afacerilor*, nr. 12-13, 3-16 aprilie 2018
17. VALLIUS S, RAUTIAINEN A, VIRTANEN A, JÄRVENPÄÄ M. ”Goodwill and Ethics – Evidence from Finland”, *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, vol. 24, nr. 1, 2019, p. 9
18. MA, Y., XU, L., The Proposal and Application of the Research Framework of Enterprise M&A Goodwill Risk – Taking the Media Industry as an Example, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 376, 2019, p. 377

19. OYEWOBİ, I.A., "What valuation of business and goodwill means", *International Journal of Business and Management Invention*, vol. 8, seria III, 2019, p. 63
20. IFRS 3, Combinări de întreprinderi, paragraf 53, inclus în IFRS, Partea B, Editura CECCAR, București, 2015.
21. TRAN M.D., "A Study on Goodwill and its Treatments in Accounting", *The International Journal of Business Management and Technology*, vol. 4, martie-aprilie 2020, p. 250
22. MARUSZEWSKA EW, STROJEK-FILUS M, POSPÍŠIL J., "An empirical examination of accounting comparability: goodwill recognition and disclosure in selected central european countries", *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, vol. 67, nr. 5, 2019, p. 1311
23. MOON JS, KANG SH., "Profitability of Corporate Acquisitions and the Acquisition Premium and Goodwill", http://128.171.57.22/bitstream/10125/64905/HARC_2020_paper_226.pdf [accesat la 29.02.2020]
https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/64905/1/HARC_2020_paper_226.pdf
24. TULVINSCHI, T."Recognition and assessment of identifiable and unidentifiable intangible assets", *The USV Annals of Economics and Public Administration*, vol. 18, 2018, p. 102
25. ZHANG M., "The Impact Of Internally Generated Goodwill On Financial Performance Of Firms", *The Journal of Applied Business Research*, vol. 29, nr. 6, 2013, p. 1810
26. PLOTNIKOV V, PLOTNIKOVA O. , "Capitalization model of capital resources in integrated reporting", *47th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, Prague, 14-15 November 2019, pp. 379-380
27. GROSU, V., HLACIUC, E., MATES, D., SOCOLIUC, M., The impact of the International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards (IAS/IFRS) in determining the goodwill of companies in the European Union (EU). *African Journal of Business Management*, 2012, Vol. 6, Issue 43, pp. 10708-10721.
28. VOGNE T, VAN ZUYLEN E, IANIA L. A 9-year analysis of the impact of goodwill and other intangible assets on the EBITDA of FMCG companies listed on the Euronext: 2009-2017. <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:15298> , [accesat la 5.02.2020]
29. KAMASAK R., "The contribution of tangible and intangible resources, and capabilities to a firm's profitability and market performance", *European Journal of Management and Business Economics*, nr. 26(2), 2017, p. 256
30. COSMULESE, C.G., Brand policy and accounting advices in national and international legislation, *European Journal of Accounting, Finance & Business*, Volume VII/2018, Issue (XVII) / June, 2018, pp. 44-52, Erihplus, link: <http://www.accounting-management.ro/index.php?pag=showcontent&issue=17&year=2018>
31. GROSU, V., COSMULESE, C.G., PRINDII S. I., Impact on brand investments and the success of the company, *Ecoforum Journal*, 2019, 8(3), <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/1044/632>
32. CIUBOTARIU, M.S, SOCOLIUC M., MIHAILA S., SAVCHUK D., Companies Image: Marketing and Financial Communications. *Marketing and Management of Innovations*, 2019, Vol. 3, pp. 223-241. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.3-17>
33. NUCA D., Eco-Innovation - A Way For A Sustainable Economy, *European Journal of Accounting, Finance & Business* 10(20). <http://www.accounting-management.ro/index.php?pag=showcontent&issue=20&year=2019>

34. BOPPERT A.P., "Should Goodwill Remain a Protected Intangible Asset After Business Cessation?", https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3108514, [accesat la 15.06.2020]
35. KURAKOVA O., ORLOV A., "Methodical and Practical Approaches to Goodwill Valuation", *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 47, 2018, p. 348