calculations with reference to cost factors connected with the rate of turnover.

In any case a more thorough analysis of the cost problems of wholesale enterprises appears necessary and possible in principle, it being a question of rationality how far one wants to go.

The costprice calculation in general and the entire policy in the commercial enterprise will have to be based on the functional place of the business.

LE PRIX DE REVIENT DANS LE COMMERCE EN GROS

par le Professeur Dr. J. F. Haccoû

Résumé

La possibilité de calculer des prix de revient dans les branches de l'activité commerciale qui ne vendent pas leurs articles en petites quantités au consommateur final, est toujours l'objet de controverses. Certains économistes et des hommes d'affaires prétendent que dans la société commerciale les frais communs constituent la totalité, ou du moins la quasi-totalité des frais; en conséquence il serait impossible de les individualiser. L'auteur s'inscrit en faux contre cette opinion: On doit admettre, il est vrai, qu'il existe une relation entre la nature de l'activité de la société commerciale et la place fonctionnelle qu'elle occupe dans la vie économique d'une part, et la gamme d'articles d'autre part, mais cette relation n'est nullement dictée par des raisons purement techniques.

Même, lorsque la gamme est choisie rationnellement, les rapports entre les articles ainsi réunis sont d'ordre purement *économique* et par conséquent, les frais de la gamme sont des frais communs, au cas où elle comporte des articles différents.

L'impossibilité de déterminer la capacité de production d'une entreprise commerciale serait une autre raison pour laquelle on ne peut calculer des prix de revient. S'il est exact que ces sociétés ne possèdent pas de biens de production durables susceptibles de fournir un critère pour la détermination de leur capacité de production, il est néanmoins parfaitement possible de la calculer. En dehors des cas où la Direction constitue un goulot d'étranglement, c'est le capital financier qui est déterminant pour la capacité de production, compte tenu de la nature de l'activité de la société considérée, de sa fonction choisie au sein de cette branche (spécialisation!) et de sa place fonctionnelle. Partant de ces données, l'auteur approfondit le problème de la capacité de production des maisons de commerce en gros pour autant qu'elles disposent habituellement des stocks. Le stock physique fournit ici le critère par excellence. Son volume dépend entre autres du volume du chiffre d'affaires, des détails d'approvisionnement et du volume minimum des commandes. Quant à la composition de ce stock physique, elle doit être déterminée selon les vues de la Direction, étant donnée la place fonctionnelle de la société. Cette composition de la gamme influence grandement la vitesse de rotation des stocks et partant la capacité de production. La question de savoir quels articles il convient de continuer à vendre et quels articles

doivent être éliminés de la gamme, vu leur trop lente vitesse de rotation, est un choix essentiellement économique découlant directement de l'idée que l'on se fait sur la place fonctionnelle spécifique de l'entreprise considérée. Une connaissance plus précise de cette place peut être obtenue par une analyse poussée de la clientèle de l'entreprise.

Si donc le calcul du prix de revient est en principe possible, une autre question est de savoir si un tel calcul a un sens pour l'entreprise commerciale.

Dans la mesure où le grossiste connaîtra mieux son affaire, il sera à même de prendre plus aisément des décisions quant à la composition de la gamme d'articles et cela sans une comptabilité analytique d'exploitation trop étendue. Mais au fur et à mesure que l'entreprise prendra de l'extension, il connaîtra moins bien les conditions des différents marchés et devra s'appuyer davantage sur des moyens auxiliaires, parmi lesquels la comptabilité. Cependant, lorsque le nombre d'articles différents à vendre s'accroît, le calcul du prix de revient devient plus difficile. Il existe dès lors une limite économique rationnelle. Pour connaître les avantages et désavantages des „composants" de la gamme, on peut se servir des prix de revient fractionnels compartant les frais dépendant des vitesses de rotation.

En conclusion, il apparaît indispensable pour les entreprises commerciales en gros de procéder à des analyses approfondies des coûts, mais c'est une question de bon sens de savoir jusqu'où on doit pousser ces recherches. Le calcul du prix de revient, ainsi que toute la gestion d'une entreprise commerciale doivent être fondés sur la place fonctionnelle spécifique de l'entreprise en question.