

# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands détaillants  
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1184 et Est 1185.

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$3.00  
Canada . . . . . \$2.50 } PAR AN.  
Etats-Unis . . . . . \$3.00  
Union postale, fra . . . . 20.00

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT  
Le Journal des Marchands détaillants  
Liqueurs et Tabacs  
Tissus et Nouveautés

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.  
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à  
nos bureaux, quinze jours au moins avant la date d'expiration  
l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrrages ne sont  
pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait  
payable au pair à Montréal.

Chèques, mandats, bons de Poste doivent être faits payables  
à l'ordre du Prix Courant.

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit  
"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 26 juillet 1918

Vol. XXXI—No 30

## LA BONNE MANIERE DE CALCULER LES PROFITS

Ce sujet est d'importance vitale pour tout marchand du Canada. La compréhension incorrecte ou incomplète du pourcentage de profit et le défaut d'observer la méthode voulue sont les causes qui ont mené à la ruine des milliers d'entreprises commerciales. La marge entre les profits bruts et les ventes brutes est beaucoup trop petite pour admettre la moindre diminution, surtout quand on peut l'éviter par un peu d'étude et de réflexion.

Les livres d'école réfèrent à cette question sous la dénomination "Pourcentage des gains et des pertes" et le chiffre initial ou coût est employé comme base.

Certains textes de livres emploient comme base un coût premier ou net et d'autres ajoutent une certaine somme pour les dépenses faisant un coût brut comme base.

La plupart des exemples ont trait à des chiffres abstraits, citant des cas comme le suivant:—

Si la population d'une ville augmente de 30,000 à 45,000 habitants, quel est le pourcentage de gain? Réponse, 50 pour 100. Ceci, d'ailleurs, est correct, et les mots "gain" et "augmentation" sont proprement employés à ce sujet, mais ceci n'a aucun rapport à la question du pourcentage de profit comme appliqué aux transactions commerciales portant sur de l'argent.

Avec le coût comme base, soit 100 pour 100, les manuels calculent que si 25% sont ajoutés, le pourcentage de profit est de 25 centièmes (25-100) ou un quart, ce qui équivaut à 25 pour 100. Dans ce cas, nous devrions considérer le coût comme 100 pour 100 et le pourcentage ajouté de 25 pour 100, donnera un total de 125 pour 100. Le pourcentage de profits sera alors 25 pour 100 du prix de vente, ou 25-125, soit 1-5 ce qui donne un pourcentage de 20 pour 100 de profit sur la vente.

Un pourcentage de gain ou augmentation de plusieurs 100 pour 100 est possible, mais comme le pour-

centage du profit est sur la vente, un profit de 100 pour 100 est impossible à moins que les marchandises ne soient obtenues exemptes de frais. Les deux méthodes sont scientifiquement correctes, mais nous n'entreprendrons pas ici une discussion académique. Le but important à atteindre est purement d'aller vite dans les affaires, et ceci peut être accompli le mieux par l'adoption universelle de la pratique du calcul du pourcentage de profits sur les ventes.

Le pourcentage de profit et le pourcentage du coût de tenir commerce seront calculés sur la même base.

D'abord, considérons ce que nous voulons signifier par coût. Presque tous les marchands considèrent comme coût le prix de la facture ou coût "premier", sans l'addition de dépenses de ventes ou autres, calculant simplement le coût de livraison à leur magasin.

Toutes les dépenses d'exploitation, de magasinage, de vente, de bureau et autres frais doivent être inclus dans la différence entre ce coût net et le prix de vente net.

D'autre part, les manufacturiers partent généralement avec leurs dépenses de magasin et d'usine et ajoutent à ceci tous les à-côtés directs résultant du placement des marchandises entre les mains de l'acheteur. Cela comprend les dépenses de magasinage, de vente, de bureau, d'emballage, de transport et diverses, donnant un coût brut au-dessus duquel tout est profit.

Ce fait compte dans une certaine mesure pour la divergence d'opinion entre certains manufacturiers et certains marchands de gros, sur cette question. Les manufacturiers sont enclins à dire aux marchands de gros qu'on fait sur leur ligne de marchandises un profit de 25 pour 100, alors qu'en réalité, le profit brut est de 20 pour 100 sur cette vente.

Quelques-unes des plus importantes raisons de suivre cette méthode de calcul des profits sur les ventes sont les suivantes:—



TABAC NOIR A CHIQUER, (EN PALETTES)

**Black Watch**

IL SE VEND FACILEMENT ET RAPPORTE DE BONS PROFITS

