

# Commerce, Finance, Industrie

VOL. XXXII

VENDREDI, 29 NOVEMBRE 1901

No 22

## LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Publié par LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES (*The Trades Publishing Co.*), au No 25 rue St-Gabriel, Montréal.

Téléphone Bell - Main 2547  
Boîte de Poste - - - 917

### PRIX DE L'ABONNEMENT :

Montréal et Banlieue - \$2.00  
Canada et Etats-Unis - 1.50  
Union Postale - - frs. 15.00

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins qu'une année complète.

L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir tels avis.

Une année commencée est dûe **en entier**, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable **au pair** à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de "LE PRIX COURANT."

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements.

Adresser toutes communications simplement comme suit :

Le Prix Courant, Montréal.

## VEILLEZ A VOS ACHATS

Nombreux sont, parmi les acheteurs commerçants, ceux qui sans cesse battent le marché en tous sens et, par tous les moyens en leur pouvoir, s'ingénient à obtenir des manufacturiers ou des marchands en gros des concessions sur les prix ayant cours. Parfois, malheureusement, il est des acheteurs qui pour arriver à leurs fins emploient des procédés peu recommandables qui ne dénotent pas chez eux un degré élevé du sens de l'honneur commercial. Ceux sur qui pèse la responsabilité des achats peuvent, tout en dédaignant l'emploi de ces moyens extrêmes, remplir fidèlement leur rôle d'acheteurs et rester de bons acheteurs serrant les prix.

Combien d'établissements manufacturiers ou commerciaux semblent ne pas comprendre l'obligation, la nécessité d'acheter leurs marchandises à des prix aussi bas qu'il est permis de les obtenir ; acheter serré c'est préparer le profit des ventes. C'est ce que savent bien les industriels et les commerçants qui dirigent les grands établissements de nos jours ; d'ailleurs un grand établissement qui n'agirait pas d'après ce principe ne saurait atteindre de vastes proportions. Dans ces grandes et larges entreprises, d'ailleurs, on reconnaît que le département des achats est celui qui demande le plus d'attention et nécessite l'emploi d'hommes compétents. Dans des entreprises moins grandes on ne donne pas toujours une attention suffisante à l'achat des marchandises. On paraît n'y pas comprendre suffisamment que l'argent gagné par un achat serré vaut le temps et la peine nécessaires pour obtenir de bas prix ou bien on y est si négligent et d'un si grand laisser-aller dans les habitudes de faire qu'on ne se donne pas le tracas de tenter un effort.

Il ne faut pas s'imaginer qu'un fournisseur accorde plus de confiance à une maison parce qu'elle

paie les plus hauts prix sans marchandiser. C'est plutôt le contraire qui est le vrai. Le fournisseur aime à traiter avec une maison qui est conduite d'après les saines règles d'affaires, même si les achats qui lui fait cette maison sont limités.

Le véritable homme d'affaires juge d'une maison à laquelle il vend beaucoup, non d'après la quantité des marchandises qu'elle lui achète, mais d'après les qualités commerciales dont elle fait preuve. On considère comme bien géré dans son entier un établissement dont les achats sont serrés au point de vue des prix, tandis qu'au contraire la négligence dans la manière d'acheter est l'indice qu'à d'autres points de vue également l'établissement est mal administré. Celui qui vend doit toujours veiller attentivement sur le crédit de ses clients et se tenir sur le qui-vive pour découvrir les points faibles de ceux auxquels il vend. Généralement il accorde volontiers des faveurs quand il peut le faire avec sécurité, car il désire maintenir ses relations, mais en premier et en dernier ressort il tend à obtenir l'argent qui lui est dû. C'est là uniquement du commerce. Rien ne vaut, pour donner une bonne opinion de l'excellente gestion et de la stabilité d'un établissement, les achats soigneusement faits et les paiements prompts. Ceux qui achètent serré et profitent des escomptes pour prompts paiements sont tenus en plus haute estime commercialement parlant que ceux qui achètent sans soins et paient à longue échéance.

Baucoup de marchands de détail se contentent en principe de payer les prix qui leur sont cotés par les quelques maisons dans lesquelles ils achètent la généralité de leurs marchandises sans faire aucun effort pour s'assurer si les prix sont aussi bas que ceux qu'ils pourraient obtenir avec un peu plus de soin et d'attention. Si, le montant qu'ils perdent ainsi est minime sur chaque facture, le total à la fin de l'année