



АНКЕТА ДЛЯ КАТАЛОГА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ
КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ

1. Продукция / товары			
1.1. Название продукции на русском языке			
1.1.1. Название на национальном языке (если есть)			
1.2. Единица измерения (шт., экз., кг, литр, м, пачки и т.п.)			
1.3. Стоимость одной единицы продукции (минимальная)			
1.4. Стоимость одной единицы продукции (максимальная)			
1.5. Объем производства в год (в настоящее время)			
1.6. Возможный объем производства при наличии спроса			
1.7. Сезонность			
1.8. Транспортная схема (расстояние для вывоза, вид транспорта, цена)			
1.9. Иные сведения / Примечания / Ссылки на фото или образцы товара			

2. Услуги			
2.1. Название услуги			
2.2. Стоимость (минимальная)			
2.3. Стоимость (максимальная)			
2.4. С какого года оказывается			
2.5. Периодичность (сколько раз в год, в сезон)			
2.6. Иные сведения / Примечания			

3. Информация о производителе продукции / товаров / услуг			
3.1. Название организации-производителя (или фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя)			
3.1.1. Руководитель организации (ФИО полностью)			
3.1.2. Контактное лицо (ФИО полностью)			
3.2. Почтовый адрес (с индексом)			
3.3. Телефон (с кодом междугородной связи)			
3.4. Факс (с кодом междугородной связи)			
3.5. Электронная почта:			
3.6. Прочие сведения:			

Дата заполнения анкеты: _____ г.

Анкету заполнил (ФИО): _____



КАТАЛОГ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ

Пояснения к анкете

Учебный центр коренных малочисленных народов Севера (РИТЦ) начинает подготовку к изданию первого единого каталога продукции, товаров и услуг, предоставляемых организациями или индивидуальными предпринимателями из числа коренных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока. Каталог – это реклама нашей продукции. Это возможность поиска партнеров для развития бизнеса. Это и возможность обмена опытом и идеями между организациями и индивидуальными предпринимателями.

Основной сбор материалов для первого издания Каталога проводится в течение 2003 года, а к маю 2004 года предполагается подготовить и опубликовать первый выпуск. Полнота первого издания, несомненно, зависит от активности всех представителей большого и малого бизнеса коренных народов, но также и от поддержки этой работы на местах, в ваших общинах, национальных предприятиях, в руководстве региональных ассоциаций.

Если у вас есть контакты с теми, кто еще не знает о подготовке Каталога, но кто мог бы заполнить анкету – пришлите нам, пожалуйста, их адреса и мы отправим им копии анкет сами. Анкету можно переписывать и от руки – особенно если вы сочтете, что места в таблице недостаточно.

Ниже приводятся некоторые дополнительные пояснения по заполнению анкеты.

1. Продукция / ТОВАРЫ

Подумайте, пожалуйста, о всех возможных вариантах – оленина, рыба, шкуры, чай, мед, орехи, травы, одежда, обувь, ножи, лыжи, посуда и иные предметы быта, сувениры... Что еще вы производите на продажу или могли бы производить? Возможно, что сейчас ваш товар штучный – может ли он быть интересен широкому потребителю?

1.1. Название продукции на русском языке

Желательно, чтобы оно было (а) исчерпывающим и (б) кратким. Если Ваша продукция уже имеет стандартное название (которое, например, указывается на упаковке), то следует указать именно его.

1.2. Название на национальном языке (если есть)

Оно очень желательно, особенно для продукции, свойственной только вашему народу.

1.3. Единица измерения (шт., экз., кг, литр, м, пачки и т.п.)

Необходимо указывать единицы измерения продукции, в соответствии с которыми производится расчет стоимости.

1.4.-1.5. Стоимость одной единицы продукции (минимальная и максимальная)

Стоимость продукции естественно, может меняться в зависимости от урожая, сезона года, от объемов производства, от многих иных причин. Но потенциальному покупателю необходимо знать реальный разброс цен! Пожалуйста, указывайте стоимость продукции без учета затрат на ее вывоз – для оценки стоимости транспортировки продукции предусмотрен отдельный пункт анкеты.

1.6.-1.7. Объем производства в год (в настоящее время и возможный при наличии спроса)

Пожалуйста, будьте реалистами при оценке объемов производства, особенно того, что для вас возможно теоретически.

1.8. Сезонность

Можете ли вы предоставлять свой товар на рынок в течение всего года, или только в один-два сезона, или вообще один раз в году в течение 2 недель?

1.9. Транспортная схема (расстояние для вывоза продукции, вид транспорта, цена)

Необходимо указать, какой вид транспорта сейчас возможен для вывоза продукции, а также указать отдельно стоимость транспортных услуг. Могут ли быть альтернативные транспортные схемы?

1.9. Иные сведения / примечания / ссылки на фото или образцы товара

Фотографии или любой другой материал, иллюстрирующий вашу продукцию (например, упаковка от чая или этикетка с банки или пакета) могут быть крайне полезны – в том числе для наглядной демонстрации вашего товара потенциальному покупателю. Иллюстрации будут включены и в Каталог!

2. Услуги

Важно выделить сначала те услуги, которые вы (ваша организация) уже реально оказывает – например, сопровождение туристов, организация рыбалки, или же транспортировка грузов (продукции) коренных народов. Потенциальные услуги тоже можно указать, но при этом вам будет труднее оценить их реальную стоимость и вообще все сложности ее осуществления на практике.

2.1. Название услуги

2.2-2.3. Стоимость (минимальная и максимальная)

Желательно указать, как рассчитывается стоимость (например, ваша работа проводником для туристов может стоить 100-500 рублей в день или же 1000-5000 в месяц в зависимости от срока предоставления услуги)

2.4. С какого года оказывается

2.5. Периодичность

(сколько раз в год, в сезон)

2.6. Иные сведения / примечания

Очень желательно указать уже работавших с вами заказчиков услуг – названия фирм-партнеров, имена конкретных лиц. От них заинтересованный возможный покупатель сможет получить дополнительные рекомендации.

3. Информация о производителе продукции (услуг)

Полнота и правильность этой информации крайне важна для вас самих – только тогда ваш потенциальный покупатель или клиент сможет быстро и надежно с вами связаться. Очень часто невозможность дозвониться или отсутствие ответа на письмо приводит к тому, что клиент выбирает не вас, а другую организацию или даже другой регион работы!

3.1. Название организации-производителя (или фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя)

3.1.1. Руководитель организации

3.1.2. Контактное лицо

Для больших организаций очень желательно указать контактное лицо – с кем должен будет связываться ваш потенциальный покупатель (клиент).

3.2-3.5. Почтовый адрес (с индексом), телефон (с кодом междугородной связи), факс (с кодом междугородной связи), электронная почта.

Здесь особенно важна правильность информации, так как современный бизнес пользуется преимущественно оперативной телефонно-факсимильной или электронной связью.

3.6. Прочие сведения.

Возможно, будет уместно сообщить, например, о количестве работников организации или ее годовом обороте средств, о наличии собственной рекламной продукции. Если у вас есть страница в Интернете, также желательно указать ее адрес!