****

**PROVEDBA PROGRAMA ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA**

**-DOKUMENTACJA ZA NADMETANJE-**

**SADRŽAJ**

1. NAZIV I ADRESA GLAVNOG UREDA NARUČITELJA, BROJ TELEFONA, BROJ TELEFAKSA, INTERNETSKA ADRESA I ADRESA ELEKTRONIČKE POŠTE
2. OSOBA ILI SLUŽBA ODGOVORNA ZA KOMUNIKACIJU S PONUDITELJIMA
3. OPIS PREDMETA NABAVE TE NJEGOVA OZNAKA – CPV
4. VRSTA, KVALITETA, OPSEG ILI KOLIČINA PREDMETA NABAVE
5. MJESTO PRUŽANJA USLUGA
6. DATUM ISPORUKE ROBA I USLUGA, DATUM ZAVRŠETKA RADOVA ILI DUŽINA TRAJANJA UGOVORA
7. OPIS I OZNAKA GRUPA ILI DIJELOVA PREDMETA NABAVE, AKO JE TAKVA PONUDA DOPUŠTENA
8. UVJETI SPOSOBNOSTI POSLOVNIH SUBJEKATA
9. Dokaz pravne i poslovne sposobnosti
10. Konzorcij ponuditelja
11. Dokaz o nekažnjavanju
12. Dokaz financijske sposobnosti
13. Stanje poreznog dugovanja
14. Financijsko izvješće
15. Dokaz stručne i tehničke sposobnosti
16. Značajne izvršene usluge i ispunjenje obveza
17. *1. tehnički uvjet*
18. *2. tehnički uvjet*
19. *3. tehnički uvjet*
20. *4. tehnički uvjet*
21. Planirana metodologija, izlazni rezultati i provedbeni plan
22. OBLIK, METODOLOGIJA PONUDE, SADRŽAJ I NAČIN PODNOŠENJA PONUDE
23. Oblik i metodologija ponude
24. Sadržaj ponude
25. Način podnošenja ponude
26. Dopustivost podnošenja ponude elektroničkim putem
27. Dopustivost alternativnih ponuda
28. Metoda izračuna cijene predmeta nabave, detalji navedene cijene, fiksna cijena, način promjene cijene
29. Valuta ili valute u kojima se mora izraziti cijena u ponudi
30. Termini, način i uvjeti plaćanja
31. Razdoblje valjanosti ponude
32. Procijenjena vrijednost nabave
33. Kriteriji odabira ponude: kriterij cijene
34. Jezik na kojem se piše ponuda
35. Datum, vrijeme i mjesto podnošenja te otvaranja ponude
36. Rok donošenja odluke o izboru ili poništenju
37. Obavijest o dodijeli posla
38. Raspoloživost Dokumentacije za javno nadmetanje
39. PRILOZI

Prilog 1

Prilog 2

Prilog 3

Prilog 4

Prilog 5

Prilog 6

Prilog 7a

Prilog 7b

Prilog 7c

Prilog 7d

Prilog 7e

Prilog 7f

Prilog 8

1. **NAZIV I ADRESA GLAVNOG UREDA NARUČITELJA, BROJ TELEFONA, BROJ TELEFAKSA, INTERNETSKA ADRESA I ADRESA ELEKTRONIČKE POŠTE**

Glavni ured Hrvatske turističke zajednice

Iblerov trg 10/IV, p.p. 251

10000 Zagreb

Broj telefona: 01 4699333

Broj telefaksa. 01 4557827

Internetska adresa: [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr)

Matični broj: 3943658

OIB: 72501368180

1. **OSOBA ILI SLUŽBA ODGOVORNA ZA KOMUNIKACIJU S PONUDITELJIMA**

* Igor Borojević, isključivo pisanim putem, sa zadnjim rokom 5 dana prije datuma otvaranja ponuda.

1. **OPIS PREDMETA NABAVE TE NJEGOVA OZNAKA I NAZIV IZ JEDINSTVENOG RJEČNIKA JAVNE NABAVE - CPV**

* **Predmet nabave:** usluge u svezi realizacije Projekta provedbe tržišnog istraživanja.
* **CPV oznaka:** 74130000-9, Usluge ispitivanja tržišta i ispitivanja javnog mišljenja.

1. **VRSTA, KVALITETA, OPSEG ILI KOLIČINA PREDMETA NABAVE**

Pod uslugama u vezi s realizacijom Projekta provedbe marketinškog istraživanja podrazumijeva se:

* Istraživanje tržišta 1: Proces usvajanja brenda i primarna potražnja (Zadatak 1)
* Istraživanje tržišta 2: Pozicioniranje brenda i konkurenti (Zadatak 2)
* Istraživanje tržišta 3: Evaluacija elemenata branda (vizualni identitet/slogan) (Zadatak 3)
* Istraživanje tržišta 4: Ponašanje kupaca/klijenata (Zadatak 4)
* Istraživanje tržišta 5: Stav i percepcija poslovnog sektora (Zadatak 5)
* Istraživanje tržišta 6: Uvid u korištenje društvenih mreža od strane potrošača (Social media intelligence) (Zadatak 6)

Ponuditelj u cijelosti snosi sve troškove proizašle u vezi s provedbom navedenog programa istraživanja.

1. **MJESTO PRUŽANJA USLUGE**

* Hrvatska

1. **DATUM ISPORUKE, DATUM ZAVRŠETKA RADOVA, DUŽINA TRAJANJA UGOVORA**

* Datum isporuke izvršenih usluga definiran je Prilogom 2.

1. **OPIS I OZNAKA GRUPA ILI DIJELOVA PREDMETA NABAVE, AKO JE TAKVA PONUDA DOPUŠTENA**

* Isključivo je moguće ponuditi cjelokupan predmet nabave u skladu s dokumenatcijom za nadmetanje. Ponuda koja sadrži samo neke grupe ili dijelove predmeta nabave, nije dopuštena.

1. **UVJETI SPOSOBNOSTI POSLOVNIH SUBJEKATA**
2. **Dokaz pravne i poslovne sposobnosti**
   * + - **Dokaz sposobnosti**: Dokument o upisu u poslovni, sudski (trgovački), strukovni, obrtni ili drugi odgovarajući registar, to jest ovjerena izjava ili odgovarajuća potvrdu. Ovaj dokument ne smije biti stariji od 6 mjeseci od datuma poziva na dostavu dokaza.
       - **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Trgovački sud, Obrtni registar, to jest odgovarajući strukovni ili poslovni registar.
       - **Financijski pokazatelj dokaza sposobnosti:** Izvodom iz odgovarajućeg registra, Ponuditelj mora dokazati da je registriran za obavljanje poslova, to jest djelatnosti koja je predmet nabave.
       - Ako se ti dokazi ne izdaju u zemlji sjedišta poslovnog subjekta, Ponuditelj je dužan dostaviti odgovarajuću izjavu o dokazu sposobnosti, s ovjerenim potpisom kod javnog bilježnika.
3. **Konzorcij ponuditelja**

* Ne dopušta se konzorcij ponuditelja. Sve usluge mora pružiti samo jedna tvrtka ili koja je kooperantskim ugovorom vezana s tvrtkama koje pripadaju istoj korporaciji.

1. **Dokaz o nekažnjavanju**

* **Dokaz sposobnosti**: Izjava s ovjerenim potpisom kod javnog bilježnika, ili drugog nadležnog tijela kojom ponuditelj dokazuje: da gospodarskom subjektu ili osobi ovlaštenoj za zastupanje gospodarskog subjekta nije izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za kaznena djela zbog udruživanja u počinjenju kaznenih djela, primanje mita u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, zloporabu položaja i ovlasti, zloporabu obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonito posredovanje, primanje mita, davanje mita, prijevaru, računalnu prijevaru, prijevaru u gospodarskom poslovanju ili prikrivanje protuzakonito dobivenog novca, odnosno odgovarajuća kaznena djela prema propisima Republike Hrvatske, uz odgovarajući dokaz o nekažnjavanju zemlje sjedišta ukoliko je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske.
* Dokaz o nekažnjavanju ne smije biti stariji od 30 dana koji prethode datumu poziva na dostavu dokaza.
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti**: osoba ovlaštena za zastupanje poslovnog subjekta u svoje ime i u ime poslovnog subjekta daje izjavu s ovjerenim potpisom kod javnog bilježnika ili drugog nadležnog tijela svoje zemlje, ukoliko nadležno tijelo zemlje izdaje takav dokument.

1. **Dokaz financijske sposobnosti**
2. **Stanje poreznog dugovanja**

* **Dokaz sposobnosti**: potvrda Porezne uprave o stanju dugovanja, ili istovrijedni dokument nadležnog tijela zemlje sjedišta ponuditelja.
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti**: Ministarstvo financija – Porezna uprava, to jest odgovarajuće nadležno tijelo zemlje sjedišta ponuditelja te Izvještaj o dobiti i gubitku s ovjerom Porezne uprave ili odgovarajuće financijske institucije ili tijela ukoliko je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske.
* **Financijski pokazatelj dokaza sposobnosti**: ponuditelj mora dokazati da je ispunio obvezu plaćanja svih dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje. Ovaj dokaz ne smije biti stariji od 30 dana koji prethode datumu slanja poziva na dostavu dokaza.

1. **Financijsko izvješće**

* **Dokaz sposobnosti**: Obrasci BON 1, BON 2 (ili SOL 2) i Račun dobiti i gubitka za 2010., 2011., i 2012. financijsku godinu.
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Financijska agencija (FINA) za BON 1 i BON 2 (ili SOL 2) ili nadležna banka, financijska institucija ili tijelo ako je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske.
* **Financijski pokazatelj dokaza sposobnosti:** da poslovanje nije bilo u blokadi više od tri uzastopna dana u zadnjih 180 dana te da je u tri posljednje godine prosječni prihod tvrtke bio jednak ili veći od jednog milijuna kuna.

1. **Dokaz stručne i tehničke sposobnosti**
2. **Značajne izvršene usluge i uredno ispunjenje obveza**

Ponuditelj mora zadovoljiti sva **četiri sljedeća tehnička uvjeta**

1. ***1. tehnički uvjet***

Imati panel (ispitni uzorak) iste veličine ili veći od minimalne veličine panela navedenog u **Tabeli 1:**

**Tabela 1**

| **Zemlja** | **Minimalna veličina panela**  **(broj osoba)** |
| --- | --- |
| Njemačka | 100.000 |
| Austrija | 6.000 |
| Velika Britanija | 100.000 |
| Italija | 100.000 |
| Francuska | 100.000 |
| Poljska | 25.000 |
| Rusija | 80.000 |
| Švedska | 20.000 |
| Norveška | 6.000 |

* **Dokaz sposobnosti:** Popis s brojem osoba u panelu u svakoj od gore navedenih zemalja **(Prilog 3).**
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora dokazati ispunjenje ovog uvjeta priloživši fizički dokaz postojanja ovog panela (brošure, komercijalni dokumenti, itd.)

1. ***2. tehnički uvjet***

Imati u vlasništvu fizičke urede s poslovnim nastanom u sljedećim zemljama:

* Njemačka
* Austrija
* Velika Britanija
* Italija
* Francuska
* Poljska
* Rusija
* Švedska
* Norveška
* **Dokaz sposobnosti**: Popis zemalja u kojima Ponuditelj ili korporacija kojoj pripada, ima u vlasništvu urede s poslovnim nastanom **(Prilog 4)**
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora dostaviti dokumentaciju koja dokazuje da ima u vlasništvu fizičke urede s poslovnim nastanom u gore navedenim zemljama. Ponuditelj također mora ispuniti **Prilog 4** i staviti svoj žig.

1. ***3. tehnički uvjet***

Imati barem 5 referenci za istraživanje tržišta provedeno u više zemalja (minimalno 4 EU zemlje) u zadnjih 5 godina. Reference se trebaju odnositi na turističku industriju, a barem jedna od njih za poslove koji su se odvili u Hrvatskoj ili za Hrvatsku.

* **Dokaz sposobnosti:** Popis značajnih usluga isporučenih u zadnjih pet godina **(Prilog 5)**,popraćen dokumentacijom poput certifikata, ugovora, računa ili drugih dokumenata koji dokazuju isporuku tih usluga.
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora dokazati uredno ispunjenje barem pet ugovora koji se odnose na značajne usluge isporučene u zadnjih pet godina, a koje su istovjetne ili slične predmetu nabave. Ponuditelj također može (nije obvezno) dokazati te činjenice napisavši traženu informaciju u **Prilogu 6**. Tu informaciju treba potpisati Naručitelj posla naveden u informaciji.

1. ***4. tehnički uvjet***.

Imati barem 10 referenci za marketinško istraživanje provedeno u više zemalja u zadnjih 5 godina (minimum 4 zemlje u kojima su se koristile metoda tajnog kupca (mystery shopping) i/ ili uvida u korištenje društvenih mreža od strane potrošača (Social Media Intelligence).

* **Dokaz sposobnosti:** Popis značajnih usluga isporučenih u zadnjih pet godina **(Prilog 5)** popraćen dokumentacijom poput certifikata, ugovora, računa ili drugih dokumentata koji dokazuju isporuku tih usluga.
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora dokazati uredno ispunjenje barem deset ugovora koji se odnose na značajne usluge isporučene u zadnjih pet godina, a koje su istovjetne ili slične predmetu nabave. Ponuditelj također može (nije obvezno) dokazati te činjenice napisavši traženu informaciju u **Prilogu 6**. Predmetnu informaciju treba potpisati Naručitelj posla naveden kao referenca.

1. **Planirana metodologija, izlazni rezultati, provedbeni plan**

* **Dokaz sposobnosti:** Od Ponuditelja se traži da dostavi kratki opis planirane metodologije, sadržaj rada i provedbeni plan realizacije usluga i zatraženih zadataka koje treba obaviti.
* **Izdavatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora ukratko objasniti predloženu metodologiju na način da Naručitelj ima jasnu predodžbu metodologije koja će se koristiti u postizanju ciljeva.
* **Vrijednosni pokazatelj dokaza:** Pokazatelj mora na propisanim obrascima u **Prilogu 7 od 7a do 7f**, za svaki zadatak od 1 do 6, navesti i definirati sljedeće:
* Pristup i metodologiju za provedbu predloženih zadataka
* Izlazni rezultat za isporučiti
* Raspored svih predloženih aktivnosti

**Ponuditelj je obvezan dostaviti sve natječajem zatražene podatke. Ponuda koja neće sadržavati sve tražene podatke neće se smatrati valjanom i neće biti uzeta u razmatranje. Dokazi o sposobnosti moraju biti u izvorniku, ili ovjerenoj preslici (javnobilježnička ovjera ili ovjera mjerodavnog tijela države sjedišta ponuditelja).**

1. **OBLIK, METODOLOGIJA PONUDE, SADRŽAJ I NAČIN PODNOŠENJA PONUDE**
2. **Oblik i metodologija**

* Ponuda mora biti izrađena u obliku naznačenom u dokumentaciji za nadmetanje
* Ponuda mora biti uvezana u cjelinu jamstvenikom, s pečatom na poleđini
* Propisani tekst dokumentacije za nadmetanje ne smije se mijenjati i nadopunjavati
* Sve stranice ponude označavaju se rednim brojem stranice kroz ukupan broj stranica ponude ili ukupan broj stranica ponude kroz redni broj stranice
* Ponude se pišu neizbrisivom tintom
* Ispravci u ponudi moraju biti izrađeni na način da su vidljivi i dokazivi. Ispravci moraju uz navod datuma biti potvrđeni pravovaljanim potpisom i pečatom ovlaštene osobe gospodarskog subjekta.

1. **Sadržaj ponude**

**Ponudu čini cjelokupni broj dokumenata koje potpisuje i potvrđuje ovlaštena osoba Ponuditelja i to kako slijedi:**

* Popis svih sastavnih dijelova i/ili priloga ponude
* Ispunjeni Obrazac Ponude (**Prilog 8.)**
* Ispunjeni i ovjereni prilozi:
  + **Prilog 1.** Izjava o nekažnjavanju
  + **Prilog 3.** Veličina panela po zemlji u kojoj se izvode istraživanja tržišta
  + **Prilog 4.** Popis zemalja u kojima Ponuditelj ima fizičke urede (u vlasništvu Ponuditelja ili korporacije kojoj on pripada)
  + **Prilog 5.** Popis značajnih usluga pruženih u zadnjih 5 godina (2008, 2009, 2010,2011,2012)
  + **Prilog 7a do 7f** Opis planirane metodologije, učinci i raspored provedbe zadataka 1 do 6 koji čine predmet nabave.
* Dokazi sposobnosti zatraženi u Dokumentaciji za Javno Nadmetanje za Ponudu
* Sve ostalo zatraženo Dokumenacijom za Javno Nadmetanje

Ponuditelj mora za javno nadmetanje dostaviti svu zatraženu informaciju. Ponuda, koja ne sadržava svu zatraženu informaciju neće se smatrati valjanom i neće se razmatrati. Dokazi sposobnosti moraju biti u originalu ili u ovjerenoj kopiji (ovjera kod javnog bilježnika ili kod mjerodavnog tijela države sjedišta ponuditelja).

**10. NAČIN PODNOŠENJA PONUDE**

Ponuda se dostavlja u pisanom obliku, u zapečaćenoj omotnici s nazivom i adresom Naručitelja Javnog Nadmetanja, nazivom i adresom Ponuditelja, naznakom predmeta nabave na koji se ponuda odnosi, natpisom

‘ Postupak nabave ZA PROJEKT PROVEDBE ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA

**Urudžbeni broj: 77/13 – ne otvaraj’**

te drugim informacijama prema Dokumentaciji za Javno Nadmetanje. Unutar roka za dostavu ponude, ponuditelj također može, pravovaljano potpisanom izjavom, preinačiti svoju ponudu, nadopuniti je ili je povući. Preinake ili nadopune ponudi dostavljaju se na isti način kao i ponuda.

1. **Dopustivost podnošenja ponude elektroničkim putem**

Ne dopušta se podnošenje ponude elektroničkim putem.

1. **Dopustivost alternativnih ponuda**

Alternativne ponude nisu dopuštene.

1. **Metoda izračuna cijene predmeta nabave, detalji navedene cijene, fiksna cijena, način promjene cijene**

Cijena predmeta nabave se mora izraziti dvojako, bez PDV-a te s PDV-om na obrascu (**Prilog 8**) Cijena u ponudi je fiksna.

1. **Valuta ili valute u kojima se mora izraziti cijena u ponudi**

Cijena u ponudi mora biti izražena u kunama (HRK).

1. **Termini, način i uvjeti plaćanja**

Plaćanje se vrši u roku od 30 dana od isporučenih usluga, sukladno ugovorenoj dinamici izvršenja pojedinih zadataka. Avansno plaćanje je isključeno.

1. **Razdoblje valjanosti ponude**

60 dana od dana određenog za podnošenje ponude.

1. **Procijenjena vrijednost nabave**

|  |
| --- |
| **Procijenjena ukupna vrijednost nabave**  **bez PDV-a, u kunama** |
| 1.800.000,00 |

**Napomena: Ponude više od procijenjene vrijednosti neće se razmatrati.**

1. **Kriteriji odabira ponude: kriterij cijene**

Ugovor će se dodijeliti Ponuditelju s najnižom cijenom ponude.

1. **Jezik na kojem se piše ponuda**

Jezik na kojem se ponuda piše je hrvatski ili engleski.

1. **Datum, vrijeme i mjesto podnošenja te otvaranja ponude**

* Rok za podnošenje ponuda je 16. kolovoza 2013. u 12.00. sati
* Mjesto dostave ponuda je Hrvatska turistička zajednica – Glavni ured, Iblerov trg 10/IV, Zagreb
* Vrijeme javnog otvaranja ponuda je 16. kolovoza 2013. u 12:00 sati.
* Mjesto javnog otvaranja ponuda je Hrvatska turistička zajednica – Glavni ured, Iblerov trg 10/IV, Zagreb.

Ovlašteni predstavnici ponuditelja imaju pravo aktivnog sudjelovanja u proceduri javnog otvaranja ponuda. Dužni su priložiti:

* Punomoć tvrtke koja ih opunomoćava da sudjeluju u postupku javnog otvaranja ponuda ili
* Fotokopiju izvatka iz sudskog registra ukoliko je osoba, koja prisustvuje otvaranju, ta koja je u izvatku navedena kao osoba ovlaštena za zastupanje.

1. **Rok donošenja odluke o izboru ili poništenju**

* 30 dana od dana isteka roka za podnošenje ponuda.

**Naručitelj zadržava pravo odustajanja od predmetne nabave u svakom trenutku sve do potpisivanja Ugovora, bez prava ponuditelja na naknadu troškova ili pretrpljene štete.**

1. **Obavijest o dodijeli posla**

Naručitelj će, u pismenom obliku i prije isteka roka valjanosti ponude, a najkasnije 30 dana po isteku roka za podnošenje ponuda, obavijestiti ponuditelje o ishodu natječaja. Naručitelj će sklopiti ugovor s odabranim Ponuditeljem. Tim ugovorom će detaljno biti regulirana prava i obveze vezane za izvršenje predmeta nabave.

1. **Raspoloživost Dokumentacije za javno nadmetanje**

* Dokumentacija za nadmetanje je na raspolaganju putem Internet stranice [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) . Krajnji rok za preuzimanje dokumentacije je 16. kolovoza 2013. u 12.00. sati

**Hrvatska turistička zajednica**

**Glavni ured**

**PRILOZI**

**Prilog 1**

Temeljem Poziva na nadmetanje Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, dajem sljedeću

**IZJAVU**

Ja, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ime i prezime)

iz \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

izjavljujem da ne postoje okolnosti

koje bi bile protivne odredbi točke 8 Dokumentacije za nadmetanje Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, to jest da poslovnom subjektu koji zastupam i meni, osobi ovlaštenoj za zastupanje poslovnog subjekta nije izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za kaznena djela zbog udruživanja za počinjenje kaznenih djela, primanje mita u poslovanim transakcijama, davanje mita u poslovnim transakcijama, zlouporaba položaja i ovlasti, zlouporaba obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonito posredovanje, primanje mita, davanje mita, prijevara, računalna prijevara, prijevara u poslovanju ili prikrivanje protuzakonito dobivenog novca ili za odgovarajuća kaznena djela prema propisima posovanja/ zemlje sjedišta poslovnog subjekta.

Ovu izjavu dajem osobno, kao osoba ovlaštena za zastupanje pravne osobe.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(tvrtka)

sa Sjedištem u­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ i za pravnu osobu.

U\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, dana \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2013.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**(potpis ovjeren kod javnog bilježnika ili nadležnog tijela)**

**Prilog 2**

**Opis zadatka**

Hrvatska turistička zajednica (HTZ), u kontekstu propreme novog Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma, naručuje provedbu 6 istraživanja tržišta, usmjerenih prema potencijalnim turistima i maloprodajnim turističkim agencijama te ustanovljavanja prirode komunikacije u online medijima o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji.

6 gore navedenih istraživanja, organiziranih kroz 6 zadataka čine predmet nabave

* Istraživanje tržišta 1: Proces usvajanja brenda i primarna potražnja (Zadatak 1)
* Istraživanje tržišta 2: Pozicioniranje brenda i konkurenti (Zadatak 2)
* Istraživanje tržišta 3: Evaluacija elemenata branda (vizualni identitet/slogan) (Zadatak 3)
* Istraživanje tržišta 4: Ponašanje kupaca/klijenata (Zadatak 4)
* Istraživanje tržišta 5: Stav i percepcija poslovnog sektora (Zadatak 5)
* Istraživanje tržišta 6: Uvid u korištenje društvenih mreža od strane potrošača (Social media intelligence) (Zadatak 6)

Opis i rokovi za sve zadatke u pojedinostima:

Tabela 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Broj zadatka** | **Naziv zadatka** | **Opis zadatka** | **Rok za isporuku izlaznog rezultata zadatka** |
| **Zadatak 1** | **Istraživanje tržišta 1:**  **Proces usvajanja brenda i primarna potražnja** | **Cilj zadatka:**  Identificirati primarnu i sekundarnu potražnju za Hrvatskom, za destinaciju genetalno te preciznije za 4-5 proizvoda  **Svrha:**   * Ustanoviti socio-demografski profil turista * Ustanoviti profil ponašanja turista * Saznati kakva je svjesnost i znanje o Hrvatskoj * Iznaći stupanj privlačnosti i dostupnosti Hrvatske kao destinacije te namjere da je se posjeti   **Ispitna skupina:**  Populacija starija od 18 godina koja se nalazi na izvornom tršištu naznačenom u tabeli 3:   * Koja je, radi odmora, barem jedanput u zadnje 2 godine putovala izvan svoje zemlje stanovanja * Koja ima primanja jednaka ili iznad prosjeka zemlje * Barem 50% ispitanika treba živjeti u 2-5 najvećih gradova u zemlji. * Ispitna skupina bi trebala reprezentirati cijelu populaciju što se tiče godina, spola i veličine mjesta stanovanja   **Metoda dobivanja podataka:**  Intervju preko interneta uz pomoć računala (CAWI)  **Uzorak:**  Minimalna tražena veličina uzorka na svakom izvornom tržištu za ovo istraživanje dana je u Tabeli 3.  **Očekivane analize i izvješća:**  Izvješća se ne očekuju, ali treba napraviti tabele (globalne i po svakom izvornom tržištu) koje sadrže:   * Apsolutne vrijednosti * Vertikalnu zastupljenost (u postotku) * Horizontalnu zastupljenost (u postotku)   Te tabele trebaju sadržavati Chi-Square signalizaciju radi statističkog prikaza značajnih razlika. U slučaju ‘otvorenih pitanja’ u upitniku, Ponuditelj će kodirati njihove odgovore i prevesti ih na engleski.  Obim ovog segmentiranja će se dogovoriti s Naručiteljem na početku projekta.  **Upitnik:**  Naručitelj će na početku projekta dostaviti upitnik za ovo istraživanje. Troškove prijevoda upitnika će u cijelosti pokriti Ponuditelj. | (30 dana od datuma potpisivanja ugovora) |
| **Zadatak 2** | **Istraživanje tržišta 2: Pozicioniranje brenda i konkurenti** | **Cilj zadatka:**  Identificirati razlikovne elemente Hrvatske (općenito i za svaki proizvod) u odnosu na konkurenciju.  **Svrha:**   * Ustanoviti socio-demografski profil turista * ustanoviti profil ponašanja turista * Iznaći najbolje vrednovane elemente od strane turista (općenito i za svaki proizvod) * Ustanoviti konkurente Hrvatskoj (općenito i za svaki proizvod) * Ustanoviti percepciju Hrvatske i njezinih konkurenata za svaki ključni element   **Ispitna skupina:**  Populacija starija od 18 godina koja se nalazi na izvornom tržištu naznačenom u tabeli 3:   * Koja je radi odmora barem jedanput u zadnje 2 godine putovala izvan svoje zemlje stanovanja * Koja ima primanja jednaka ili iznad prosjeka * Barem 50% ispitanika bi trebalo živjeti u 2-5 najvećih gradova u zemlji. * Ispitna skupina treba predstavljati cijelu populaciju što se tiče godina, spola i veličine mjesta stanovanja   **Metoda dobivanja podataka:**  Intervju preko interneta uz pomoć računala (CAWI)  **Uzorak:**  Minimalna tražena veličina uzorka na svakom izvornom tržištu za ovo istraživanje dana je u Tabeli 3.  **Očekivane analize i izvješća:**  Izvješća se ne očekuju, ali treba napraviti tabele (globalne i po svakom izvornom tržištu) koje sadrže:   * Apsolutne vrijednosti * Vertikalnu zastupljenost (u postotku) * Horizontalnu zastupljenost (u postotku)   Te tabele trebaju sadržavati Chi-Square signalizaciju radi statističkog prikaza značajnih razlika.  U slučaju ‘otvorenih pitanja’ u upitniku, Ponuditelj će kodirati njihove odgovore i prevesti ih na engleski.  **Upitnik**  Naručitelj će na početku projekta dostaviti upitnik za ovo istraživanje. Troškove prijevoda upitnika će u cijelosti pokriti Ponuditelj. | (30 dana od datuma potpisivanja ugovora) |
| **Zadatak 3** | **Istraživanje tržišta 3: Evaluacija elemenata branda (vizualni identitet/slogan)** | **Cilj zadatka:**  Identificirati prikladnost trenutalnog vizuala brenda Hrvatske i temeljnog slogana (‘Mediteran kakav je nekad bio’) te ocijeniti snagu brenda Hrvatske.  **Svrha:**   * Ustanoviti socio-demografski profil turista * ustanoviti profil ponašanja turista * Ustanoviti konkurente Hrvatskoj (općenito i za proizvod odabran kao najdraži) * Evaluirati snagu brend * Iznaći koje su spontane i sugerirane percepcije vizualnog identita Hrvatske i njenog slogana   **Ispitna skupina:**  Populacija starija od 18 godina koja se nalazi na izvornom tržištu naznačenom u tabeli 3:   * Koja je radi odmora barem jedanput u zadnje 2 godine putovala izvan svoje zemlje stanovanja * Koja ima primanja jednaka ili iznad prosjeka * Barem 50% ispitanika bi trebalo živjeti u 2-5 najvećih gradova u zemlji. * Ispitnaskupina treba predstavljati cijelu populaciju što se tiče godina, spola i veličine mjesta stanovanja   **Metoda dobivanja podataka:**  Intervju preko interneta uz pomoć računala (CAWI)  **Uzorak:**  Minimalna tražena veličina uzorka na svakom izvornom tržištu za ovo istraživanje dana je u Tabeli 3.  **Očekivane analize i izvješća:**  Izvješća se ne očekuju, ali treba napraviti tabele (globalne i po svakom izvornom tržištu) koje sadrže:   * Apsolutne vrijednosti * Vertikalnu zastupljenost (u postotku) * Horizontalnu zastupljenost (u postotku)   Tabele trebaju sadržavati Chi-Square signalizaciju radi statističkog prikaza značajnih razlika.  U slučaju ‘otvorenih pitanja’ u upitniku, Ponuditelj će kodirati njihove odgovore i prevesti ih na engleski.  **Upitnik:**  Naručitelj će na početku projekta dostaviti upitnik za ovo istraživanje. Troškove prijevoda upitnika će u cijelosti pokriti Ponuditelj. | (21 dan od datuma potpisivanjaa ugovora) |
| **Zadatak 4** | **Marketinško Istraživanje tržišta 4: Ponašanje kupaca/klijenata** | **Cilj zadatka:**  Dubinski spoznati preference i ponašanje turista kad se radi o međunarodnim putovanjima.  **Svrha:**   * Ustanoviti socio-demografski profil turista * ustanoviti profil ponašanja turista * Saznati postoji li želja za putovanjem u Hrvatsku radi odmora * Saznati najdraže aktivnosti turista (općenito i za proizvod, izabran kao najdraži) * Ustanoviti utjecaj komunikacijskih kanala   **Ispitna skupina:**  Populacija starija od 18 godina koja se nalazi na izvornim tržištima naznačenim u tabeli 3:   * Koja je radi odmora barem jedanput u zadnje 2 godine putovala izvan svoje zemlje stanovanja * Koja ima primanja jednaka ili iznad prosjeka * Barem 50% ispitanika bi trebalo živjeti u 2-5 najvećih gradova u zemlji. * Ispitna skupina treba predstavljati cijelu populaciju što se tiče godina, spola i veličine mjesta stanovanja   **Metoda dobivanja podataka:**  Intervju preko interneta uz pomoć računala (CAWI)  **Uzorak:**  Minimalna tražena veličina uzorka na svakom izvornom tržištu za ovo istraživanje dana je u Tabeli 3.  **Očekivane analize i izvješća:**  Izvješća se ne očekuju, ali treba napraviti tabele (globalne i po svakom izvornom tržištu) koje sadrže:   * Apsolutne vrijednosti * Vertikalnu zastupljenost (u postotku) * Horizontalnu zastupljenost (u postotku)   Tabele trebaju sadržavati Chi-Square signalizaciju radi statističkog prikaza značajnih razlika.  U slučaju ‘otvorenih pitanja’ u upitniku, Ponuditelj će kodirati njihove odgovore i prevesti ih na engleski.  Kako bi identificirao značajne razlike po pitanju odnosa prema putovanju, Ponuditelj će napraviti segmentiranje temeljem rezultata istraživanja.  Obim ovog segmentiranja će se dogovoriti s Naručiteljem na početku projekta.  **Upitnik:**  Naručitelj će na početku projekta dostaviti upitnik za ovo istraživanje. Troškove prijevoda upitnika će u cijelosti pokriti Ponuditelj. | (30 dana od datuma potpisivanja ugovora) |
| **Zadatak 5** | **Istraživanje tržišta 5: Stav i percepcija poslovnog sektora** | **Cilj zadatka:**  Utvrditi stupanj preporuke za Hrvtasku kao turističku desinaciju (općenito i za svaki proizvod) i značajke koje su primjetile maloprodajne turističke agencije.  **Svrha:**   * Ustanoviti stupanj spontane i sugerirane preporuke za Hrvatsku kao turističke destinacije (općenito i za svaki proizvod) * Ustanoviti pozitivne i negativne elemente koje su prenijele maloprodajne turističke agencije (općenito i za svaki proizvod) * Saznati percepciju maloprodajnih putničkih agencija s obzirom na neke elemente hrvatske turističke ponude   **Uzorak:**  Putničke agencije koje:   * Se nalaze u 2-5 najvećih gradova u zemlji * Pripadaju barem 5 različitih kompanija * Prodaju jedan ili više sljedećih proizvoda: * Sunce i plaža * Itinereri/ touring * Kulturni turizam * Kontinentalni turizam/ruralna područja * Nautički turizam * Eno-gastronomija/ hrana i vino * Zdravstveni turizam i wellness * Biciklistički turizam   **Metoda dobivanja podataka:**  Tajni kupac (Mistery shopping)  **Uzorak**  Minimalna veličina traženog uzorka za svako emitivno tržište za ovo istraživanje je:   * Germansko područje (Njemačka i Austrija): 12 * Ujedinjeno Kraljevstvo: 12 * Francuska: 12   **Očekivane analize i izvješća:**  Transkripti posjeta tajnog kupca (‘mistery shopper)’ i glavni zaključci s obzirom na radni zadatak. Sva izvješća dostavljaju se na engleskom jeziku.  **Upute o provođenju**:  Ponuditelj će dobiti upute o provođenju istraživanja. Troškove prijevoda tih uputa u potpunosti pokriva Ponuditelj. | (30 dana od datuma potpisivanja ugovora) |
| **Zadatak 6** | **Istraživanje tržišta 6: Uvid u korištenje društvenih mreža od strane potrošača (Social media intelligence)** | **Cilj zadatka:**  Odrediti stupanj rasprave o Hrvatskoj u online medijima, najspominjanije elemente i jesu li komentari pozitivni ili nisu.  **Svrha:**   * Ustanoviti opseg razgovora koje generira Hrvatska kao turistička destinacija u usporedbi s njezinim konkurentima (3-5 konkurenata) * Utvrditi najspominjanije turističke elemente (destinacije, turističke atrakcije, proizvodi, smještaj, itd.). * Spoznati percepciju pojedinih elemenata * Utvrditi obim pozitivnih, negativnih i nepristranih komentara te utvrditi elemente na koje se komentari odnose.   **Ispitna skupina:**  Glavni internetski komunikacijski kanali, poput društvenih mreža, blogova, foruma i drugih online komunikacijskih kanala.  **Metoda dobivanja podataka:**  Posebni alati namijejenjenih za Social Media Intelligence  **Uzorak:**  Emitivna tržišta za poduzimanje ovih istraživanja su:   * Germansko područje (Njemačka i Austrija) * Ujedinjeno Kraljevstvo * Italija   **Očekivane analize i izvješća:**  Izvješća treba isporučiti u skladu s gore navedenim zadaćama. Sva izvješća trebaju biti na engleskom jeziku. | (40 dana od datuma potpisivanja ugovora) |

**Odnosi između izvornih tržišta i zemalja**

**Tabela 2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Izvorno tržište** | **Zemlja** |
| Germansko područje | Njemačka i Austrija |
| Velika Britanija | Velika Britanija |
| Italija | Italija |
| Francuska | Francuska |
| Poljska | Poljska |
| Rusija | Rusija |
| Skandinavsko područje | Švedska i Norveška |

**Minimalna veličina uzorka po emitivnom tržištu**

Tabela 3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Istraživanje tržišta** | | | |
| **Emitivno tržište** | **Istraživanje tržišta 1: Proces usvajanja brenda i primarna potražnja** | **Istraživanje tržišta 2: Pozicioniranje brenda i konkurenti** | **Istraživanje tržišta 3: Evaluacija elemenata branda (vizualni identitet/slogan)** | **Marketinško Istraživanje tržišta 4: Ponašanje kupaca/klijenata** |
| Germansko područje | 1.000 | 600 | 600 | 600 |
| Velika Britanija | 1.000 | 600 | 600 | 600 |
| Italija | 1.000 | 600 | 600 | 600 |
| Francuska | 600 | - | - | - |
| Poljska | 600 | - | - | - |
| Rusija | 600 | - | - | - |
| Skandinavsko područje | 600 | - | - | - |
| UKUPNO | 5.400 | 1.800 | 1.800 | 1.800 |

**Prilog 3**

**Lista zemalja u kojoj Ponuditelj ima fizičke urede:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Zemlja** | **Raspolaganje vlastitim uredom (DA/NE)** |
| Njemačka |  |
| Austrija |  |
| Velika Britanija |  |
| Italija |  |
| Francuska |  |
| Poljska |  |
| Rusija |  |
| Švedska |  |
| Norveška |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 4**

**Lista zemalja u kojima Ponuditelj ima fizičke urede:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Zemlja** | **Raspolaganje vlastitim uredom (DA/NE)** |
| Njemačka |  |
| Austrija |  |
| Velika Britanija |  |
| Italija |  |
| Francuska |  |
| Poljska |  |
| Rusija |  |
| Švedska |  |
| Norveška |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 5**

**Lista ugovora za značajne usluge koje je ponuditelj izvršio u zadnjih pet godina (2008., 2009., 2010., 2011., 2012.)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Lista ugovora | Naziv i adresa naručitelja | Predmet ugovora | Vrijednost ugovora u kunama | Vrijeme i mjesto izvršenja ugovora |
| 1. |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |
| 4. |  |  |  |  |
| 5. |  |  |  |  |
| 6. |  |  |  |  |
| 7. |  |  |  |  |
| 8. |  |  |  |  |
| 9. |  |  |  |  |
| 10. |  |  |  |  |
| 11. |  |  |  |  |
| 12. |  |  |  |  |
| 13. |  |  |  |  |
| 14. |  |  |  |  |
| 15. |  |  |  |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelje Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 6**

**Potvrda Naručitelja o zadovoljavajućem izvršenju ugovora u zadnjih pet godina (2008., 2009., 2010., 2011. i 2012.) po kojima su isporučene značajne usluge navedene u predmetu nabave.**

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv i adresa Naručitelja |  |
| Predmet ugovora |  |
| Vrijednost ugovora u kunama |  |
| Vrijeme i mjesto izvršenja ugovora |  |
| Potvrda Naručitelja o urednom izvršenju ugovora | Ovime potvrđujemo da je Ponuditelj\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Naziv i adresa Ponuditelja  uredno izvršio ugovor koji je predmet ove potvrde. |
|  |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Naručitelja Žig Naručitelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 7a**

**Opis planirane metodologije, izlazni rezultat i raspored provođenja zatraženih zadataka**

|  |  |
| --- | --- |
| **Zadatak 1 - Istraživanje tržišta 1: Usvojenje brenda i primarna potražnja** | |
| Pristup i metodologija provođenja zadatka |  |
| Očekivani izlazni rezultat |  |
| Raspored aktivnosti |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 7b**

**Opis planirane metodologije, izlazni rezultat i raspored provođenja zatraženih zadataka**

|  |  |
| --- | --- |
| **ZADATAK 2 - Istraživanje tržišta** **2: Pozicioniranje brenda i konkurenti** | |
| Pristup i metodologija provođenja zadatka |  |
| Očekivani izlazni rezultat |  |
| Raspored aktivnosti |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 7c**

**Opis planirane metodologije, izlazni rezultat i raspored provođenja zatraženih zadataka**

|  |  |
| --- | --- |
| **ZADATAK 3 - Istraživanje tržišta** **3: Ocjena vizualnog identiteta Brenda i temeljnog brenda** | |
| Pristup i metodologija provođenja zadatka |  |
| Očekivani izlazni rezultati |  |
| Raspored aktivnosti |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 7d**

**Opis planirane metodologije, izlazni rezultat i raspored provođenja zatraženih zadataka**

|  |  |
| --- | --- |
| **ZADATAK 4 - Istraživanje tržišta** **4: Ponašanje gosta** | |
| Pristup i metodologija provođenja zadatka |  |
| Očekivani izlazni rezultat |  |
| Raspored aktivnosti |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 7e**

**Opis planirane metodologije, izlazni rezultat i raspored provođenja zatraženih zadataka**

|  |  |
| --- | --- |
| **ZADATAK 5 - Istraživanje tržišta** **5: Stav prema turističkoj djelatnosti i viđenje turističke djelatnosti** | |
| Pristup i metodologija provođenja zadatka |  |
| Očekivani izlazni rezultat |  |
| Raspored aktivnosti |  |

Potpis ovlaštenog predstavika Ponuditelja

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 7f**

**Opis planirane metodologije, izlazni rezultat i raspored provođenja zatraženih zadataka**

|  |  |
| --- | --- |
| **ZADATAK 6 - Istraživanje tržišta 6: Uvid u korištenje društvenih mreža od strane potrošača ( Social media intelligence)** | |
| Pristup i metodologija provođenja zadatka |  |
| Očekivani izlazni rezultat |  |
| Raspored aktivnosti |  |

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja

Mjesto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datum\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Prilog 8**

**OBRAZAC ZA PONUDITELJA**

Naziv i Sjedište Ponuditelja\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

OIB: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Broj računa i banka:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Adresa\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ime, prezime i pozicija osobe za kontakt:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Telefonski broj:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Broj telefaksa:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Temeljem Poziva za podnošenje ponude, broj 77/13 od dana 26. srpnja 2013., podnosimo sljedeću

**PONUDU broj\_\_\_\_\_**

ZA NABAVU PROJEKTA PROVEDBE ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA

1. Preuzimamo odgovornost izvršenja usluge za predmet nabave u skladu s uvjetima nabave
2. **Cijena nabave Projekta za provedbu istraživanja tržišta**

(bez PDV-a)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ u kunama

(slovima)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

PDV od \_\_\_\_% nije uključen u cijenu i iznosi\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_kuna

**Ukupna cijena Projekta za provedbu marketinčkog istraživanja (uključujuću PDV):**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_u kunama

(slovima)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

1. Vrijeme valjanosti ponude je 60 dana.
2. Preuzimamo obvezu provedbe nabave u skladu s rasporedom navedenim u Prilogu 2 Dokumentacije za javno nadmetanje.
3. Plaćanje se vrši u roku od 30 dana po izvršenoj usluzi, u skladu s dogovorenim rasporedom izvršenja pojedinih zadataka.
4. Na međusobna prava i obveze koji nisu navedeni u ovoj ponudi, između nas i Naručitelja, primjenjivat će se Zakona o građansko-pravnim obvezama.
5. U privitku prilažemo dokumenta koji dokazuju sposobnosti navedene u Članku 7 Dokumentacija za javno nadmetanje.

U\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2013

Potpis ovlaštenog predstavnika Ponuditelja Žig Ponuditelja