



**Usluga savjetovanja –
Turistički master plan Gorskog kotara**

1. OPIS PROJEKTA

Gorski kotar, unatoč neupitnim turističkim potencijalima, u posljednjih 20-ak godina prolazi kroz period značajne stagnacije turističke aktivnosti. O tome svjedoči činjenica da cijelo geografsko područje ostvaruje manje od 115.000 noćenja godišnje. S obzirom na ustanovljenu relativnu turističku nerazvijenost istog, imajući u vidu potencijal temeljen na blizini većeg broja značajnih emitivnih tržišta, resursni potencijal i druge komparativne prednosti (generalna turistička razvijenost županije, potencijal na strani domaće potražnje i dr.), cilj je kreirati Turistički Master plan Gorskog kotara (kasnije u tekstu „Projekt“) koji će obuhvaćati gradove: Čabar, Delnice, Vrbovsko i općine: Brod Moravice, Fužine, Lokve, Mrkopalj, Ravna Gora i Skrad.

Projekt se sastoji od tri dijela: analize trenutnog stanja destinacija obuhvaćenih projektom, postavljanje strateškog okvira razvoja turizma Gorskog kotara i definiranje smjernica za razvoj turizma u području razvoja turističkih proizvoda i iskustava, turističke infrastrukture i investicija, programa konkurentnosti te sustava upravljanja i marketinga.

2. CILJEVI PROJEKTA

Opći ciljevi Projekta uključuju:

- Definiranje plana razvoja turizma Gorskog kotara;
- Pokretanje procesa turističkog razvoja Gorskog kotara;
- Stvaranje preduvjeta za podizanje turističke konkurentnosti Gorskog kotara;
- Otvaranje prostora za realizaciju kapitalnih investicija u turizam Gorskog kotara;
- Uspostavljanje efikasnog modela turističkog upravljanja na razini Gorskog kotara
- Strategiju marketinga Gorskog Kotara s planom brendiranja.

Specifični ciljevi Projekta uključuju:

- Provedbu detaljne analize turističkog sektora Gorskog kotara uključujući i objektivizaciju postojećih atrakcija i iskustava;
- Razvoj strateškog koncepta za turističku valorizaciju Gorskog kotara;
- Dugoročno održivu definiciju smjernica za razvoj turizma s fokusom na identifikaciju postojećih privatnih i javnih inicijativa te ostalih nužnih inicijativa u segmentu turističkih investicija, razvoja turističkih proizvoda, programa konkurentnosti i turističkog upravljanja
- Smjernice za tržišno pozicioniranje i brendiranje Gorskog Kotara kao jedinstvene destinacije.

3. PODRUČJE RADA

Čitav projekt planiran je u trajanju od pet (5) mjeseci i uključuje sljedeće komponente:

3.1. TRŽIŠNA I TURISTIČKA ANALIZA

Procjena trenutnog stanja destinacija obuhvaćenih projektom treba biti prvi korak u procesu strateškog planiranja. Takva objektivizacija mora poslužiti kao temelj za definiranje realističkih i potrebnih inicijativa turističkog razvoja u kasnijim fazama projekta. U ovoj je fazi potrebno analizirati opće i gospodarsko stanje, sa snažnim fokusom na turističku analizu Gorskog kotara, inventarizaciju i objektivizaciju postojećih turističkih atrakcija i iskustava te identifikaciju postojećih inicijativa javnog i privatnog sektora, a koje će služiti kao temelj definiranja smjernica turističkog razvoja.

Analiza treba uključivati minimalno sljedeće komponente:

- a. Analizu općeg i ekonomskog konteksta Gorskog kotara: geografske pozicije i dostupnosti, geografskih značajki i specifičnosti, ključnih resursa predmetnog područja, društveno demografskih trendova itd.;
- b. Analizu turističke ponude i strukture smještaja te analizu obilježja i performansi turističke potražnje;
- c. Analizu postojećih turističkih atrakcija i iskustava;
- d. Primarno istraživanje mogućnosti, interesa i ograničenja ključnih turističkih dionika;
- e. Analizu postojećeg sustava turističkih zajednica s analizom budžeta i postojećih marketinških aktivnosti;
- f. Analizu dvije primjerene europske uzorne regije. Regije mora predložiti ponuditelj usluge savjetovanja (u daljnjem tekstu Ponuditelj), a odobrava ih Naručitelj;
- g. SWOT analiza.

3.2. STRATEŠKI KONCEPT

Na temelju nalaza iz analitičke faze Projekta, Ponuditelj mora definirati dugoročno održiv strateški koncept turističkog razvoja Gorskog kotara. Strateški koncept minimalno treba uključivati:

- a. Definiranje dugoročne vizije i misije;
- b. Definiranje dugoročnog tržišnog pozicioniranja;
- c. Identifikaciju turističkih proizvoda, odnosno iskustava;
- d. Definiranje dugoročnih ciljeva rasta.
- e. Definiranje smjernica brendiranja i marketinga

Strateški koncept mora biti rezultat iterativnog i interaktivnog procesa suradnje i komunikacije između Ponuditelja, Naručitelja i odabranih turističkih dionika Gorskog kotara.

3.3. PLAN TURISTIČKOG RAZVOJA

Ponuditelj treba identificirati i razviti niz realističnih inicijativa i mjera koje predstavljaju okosnicu budućeg turističkog razvoja te osiguravaju potrebne ubrzane stope rasta i otvaraju prostor za realizaciju potrebnih investicija u turistički sektor Gorskog kotara. Plan treba obuhvaćati razvoj turističkih proizvoda i iskustava, identifikaciju potrebne turističke infrastrukture, poboljšanje turističke konkurentnosti regije, definiranje investicijskih prioriteta te definiranje prijedloga sustava upravljanja turističkim sektorom Gorskog kotara, na način kako minimalno slijedi:

3.3.1 Turistički proizvodi i iskustva

Gorski kotar obiluje prirodnim, kulturnim, materijalnim i nematerijalnim resursima koje je potrebno povezati u prepoznatljive turističke proizvode, međusobno diferencirane, a prilagođene potrebama ciljnih segmenata te učiniti ih spremnim za međunarodnu valorizaciju. U tom smislu, Ponuditelj treba definirati prioritetne turističke proizvode i iskustva Gorskog kotara, razvojne poluge i potrebna unaprjeđenja kako bi se proizvodi i iskustva uspješno valorizirali. U tom smislu, Ponuditelj mora:

- a. Identificirati ključne turističke proizvode i iskustva;
- b. Identificirati po potrebi dopunske turističke proizvode i iskustva;
- c. Definirati, za svaki proizvod i iskustvo, koncept te ih povezati s ciljnim tržištima.

3.3.2. Turistička infrastruktura i investicije

Nakon definiranja turističkih proizvoda, Ponuditelj treba definirati potrebnu turističku infrastrukturu i investicije u turizam s fokusom na postojeće projekte javnog i privatnog sektora, te razraditi dodatne potrebne investicije u turističku infrastrukturu. S tim ciljem, Ponuditelj mora:

- a. U suradnji s ključnim dionicima javnog i privatnog sektora, identificirati postojeće i moguće inicijative razvoja turističke infrastrukture;
- b. Procijeniti potrebne investicije u identificirane projekte turističke infrastrukture;
- c. Opisati koncept inicijativa;
- d. Identificirati adekvatne usporedne primjere;
- e. Identificirati tijelo odgovorno za provedbu/implementaciju.

3.3.3. Programi konkurentnosti

Programi konkurentnosti imaju za cilj razviti i unaprijediti cjelokupno turističko iskustvo gostiju u destinaciji te turističku ponudu. Ponuditelj mora predložiti set programa kojima će unaprijediti turističku atraktivnost Gorskog kotara, temeljiti ih na identificiranim proizvodima i iskustvima te osigurati ostvarenje strateških ciljeva. Ponuditelj mora:

- a. Definirati i opisati koncepte realističnih programa konkurentnosti;
- b. Prikazati primjere uspješnih, sličnih inicijativa i praksi;
- c. Procijeniti trošak implementacije;

- d. Identificirati tijelo odgovorno za provedbu programa.

3.3.4. Prijedlog modela efikasnijeg turističkog upravljanja na razini Gorskog kotara

S ciljem razvoja fokusiranih marketinških inicijativa i postizanja iskoraka u upravljanju turizmom Gorskog kotara, Ponuditelj mora predložiti niz mjera za efikasnije turističko upravljanje i unaprjeđenje turističkog marketinga uzimajući u obzir ograničene resurse turističkih zajednica, moguće sinergijske učinke i globalne trendove.

U tom smislu, Ponuditelj mora:

- a. Definirati prijedlog efikasnog modela upravljanja turizmom Gorskog kotara;
- b. Identificirati dionike koje će sudjelovati u upravljanju turizmom, njihove odgovornosti i zadatke;
- c. Definirati model suradnje;
- d. Predložiti koncepte marketinških inicijativa s fokusom na digitalne inicijative;
- e. Definirati ključne komponente svake inicijative;
- f. Procijeniti potreban budžet.

3.3.5. Akcijski plan

Ova faza Projekta treba predstavljati sažeti prikaz prioriternih aktivnosti Projekta. Sukladno utvrđenim prioritetima, Ponuditelj treba formirati kvantitativne i/ili kvalitativne pokazatelje koji će služiti kao referentne vrijednosti koje se trebaju ostvariti, a koje će omogućiti praćenje uspješnosti implementacije. Uz pokazatelje, Ponuditelj mora alocirati okvirni budžet potreban za uspješnu provedbu aktivnosti te identificirati tijelo odgovorno za provedbu. Aktivnosti se prikazuju kronološkim slijedom i služe za praćenje statusa implementacije Projekta.

3.3.6. Strategija marketinga s planom brendiranja

U okviru plana turističkog razvoja ponuditelj temeljem analize turističkih proizvoda i iskustava te njihove konkurentske pozicije treba dati prijedlog strategije turističkih proizvoda/doživljaja temeljene na postojećem proizvodnom portfelju te razvojnim perspektivama i prilikama. Dodatno, ponuditelj treba dati prijedlog strategije ciljnih tržišta (geografskih, tj. adekvatnih potrošačkih segmenata) kao i prijedlog brend strategije klastera (ključni atributi pozicioniranja/image tvrdnje, brend koncept/krovni brend) s prijedlogom sustava brend oznaka te modela integracije jedinstvenih obilježja identiteta pojedinih destinacija/proizvoda u koncept „krovnog“ brenda Gorskog Kotara. Uz dugoročnu viziju i misiju razvoja turizma Ponuditelj treba dati prijedlog marketinške vizije te specifičnih ciljeva marketinškog komuniciranja.

4. OBAVEZAN SADRŽAJ PONUDE I POTREBNA DOKUMENTACIJA

Ponuda mora sadržavati sljedeće:

- a. Detaljnu razradu aktivnosti, pregled i specifikaciju troškova prema fazama projekta, s vremenskim rokovima i predviđenim faznim izvještajima koji će omogućiti praćenje realizacije aktivnosti unutar projekta
- b. Dokaz o poslovnoj i stručnoj sposobnosti izvođača:
 - Dokaz o bonitetu– BON-1 i BON-2 (potreban dokaz o ukupnim prihodima s osnove poslovanja u prethodnoj poslovnoj godini u visini od minimalno 10 milijuna kuna)
 - Dokaz stručne sposobnosti/iskustvo ponuditelja u skladu s tehničkim kriterijima

Dokazi moraju biti dostavljeni sukladno projektima realiziranim u razdoblju 2012.-2018. te popraćeni potvdama o urednom ispunjenju ugovora koju daje druga ugovorna strana iz navedenih ugovora (ovjerena i potpisana od odgovorne osobe druge ugovorne strane iz navedenih ugovora). Potvrda o uredno ispunjenim ugovorima mora sadržavati sljedeće podatke (Prilog 4.):

1. naziv i sjedište ugovornih strana,
2. predmet ugovora,
3. vrijednost ugovora,
4. vrijeme i mjesto ispunjenja ugovora,
5. navod o uredno ispunjenim ugovorima.

- c. Izjavu o nekažnjavanju (Prilog 1.)
- d. Potvrdu porezne uprave o ispunjenoj obvezi plaćanja dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje u Hrvatskoj (ne stariju od 30 dana od dana zaprimanja poziva na dostavu ponuda)
- e. Uredno ispunjen obrazac ponude (Prilog 2.)

5. KRITERIJ ODABIRA EKONOMSKI NAJPOVOLJNIJE PONUDE

Naručitelj će odabrati samo jednu, ekonomski najpovoljniju ponudu, odnosno prihvatljivu ponudu s najvećim izračunatim brojem ocjenjenih bodova prema sljedećim kriterijima i njihovom relativnom značaju:

**Radi lakšeg računanja svakom kriteriju prema njegovom relativnom značaju se dodjeljuje maksimalni broj bodova*

Glavni kriteriji	Relativni značaj	Broj bodova
1. Cijena	30%	30
2. Tehnički kriteriji	40%	40
2.1. Reference	30%	30
2.1.1. Iskustvo u izradi turističkih strategija i Master planova (nacionalna i/ili regionalna) u razdoblju od 2012. - 2018. godine	10%	10
2.1.2. Iskustvo u planiranju turističkih projekata na planinsko-brdskim područjima	10%	10
2.1.3. Iskustvo u pružanju potpore organizaciji ureda turističkih zajednica i/ili upravljanju destinacijama u razdoblju od 2012. – 2018.	10%	10
2.2. Eksperti i članovi tima	10%	10
3. Pristup i metodologija	30%	30

Izračun ocjenjenih bodova po pojedinim kriterijima vršit će se na sljedeći način:

Formula: **ENP = CP + TK + PM**

ENP	Ukupan broj bodova
CP	Broj bodova koji je ponuda dobila za ponuđenu cijenu
TK	Broj bodova koji je ponuda dobila za tehničke kriterije
PM	Broj bodova koji je ponuda dobila za pristup i metodologiju

1. Cjenovni kriterij (CP)

Maksimalni broj bodova je 30, a dodijelit će se ponudi s najnižom cijenom.

Ovisno o najnižoj cijeni ponude, ostale ponude će dobiti manji broj bodova sukladno sljedećoj formuli:

$$CP = CN / CV * 30$$

CP	Broj bodova koji je ponuda dobila za ponuđenu cijenu (zaokruženo na cijeli broj)
CN	Najniža cijena ponuđena u postupku nabave
CV	Cijena ponude koja je predmet ocjene
30	Maksimalni broj bodova

2. Tehnički kriterij (TK)

Tehnički kriteriji ocjenjuju se prema različitim mjerilima, što znači da broj bodova koji će ponude dobiti za tehničke kriterije ovise o postavljenim zahtjevima za pojedini kriterij i skali bodova koje je naručitelj odredio za njihovo ispunjavanje.

Naručitelj, uz tehničke kriterije koji se ocjenjuju prema niže postavljenim skalama, postavlja i minimalne tehničke uvjete koje Ponuditelj mora zadovoljiti kako bi se njegova ponuda uzela u razmatranje:

1. Reference i iskustvo
 - a. Minimalno 5 turističkih strategija i Master planova za destinacije u Republici Hrvatskoj u posljednjih 5 godina (2014. – 2018.)
 - b. Minimalno 5 turističkih projekata na području Primorsko-goranske županije
 - c. Minimalno 3 projekata izrade turističke strategije i/ili Master plana (nacionalna, regionalna ili lokalna razina) u inozemstvu ili tuzemstvu od 2014.-2018. minimalne vrijednosti ili više od nabavne vrijednosti ovog projekta
 - d. Minimalno 5 turističkih strategija i Master planova za inozemne turističke destinacije u posljednjih 5 godina (2014.-2018.)
2. Eksperti i članovi tima
 - a. Minimalno 10 stalno zaposlenih članova tvrtke ponuđača
 - b. Minimalno 4 stalno zaposlenih članova tima

Tehnički kriteriji koje Naručitelj ocjenjuje podijeljeni su na sljedeće kriterije i pod kriterije:

2.1 Reference

Naručitelj kao prvi tehnički kriterij određuje specifično znanje i iskustvo tvrtke u izradi strategija razvoja turizma, planiranja planinskih destinacija i pružanja savjetodavnih usluga vezanih uz upravljanje i marketing turističkih destinacija. Maksimalni broj bodova koji Ponuditelj može dobiti po ovom kriteriju je 30.

Ponuditelj je dužan dostaviti popis ugovora ili potvrde o uslugama koje predstavlja kao svoje reference.

Ako je potrebno, Naručitelj može izravno od Ponuditelja zatražiti provjeru istinitosti o isporuci projekta.

Bodovanje:

Maksimalni broj bodova koji ponuditelj može dobiti prema ovom kriteriju je 30. Podkriteriji su definirani točkama 2.1.), 2.2.) i 2.3.), a svakom pripadaju maksimalni bodovi kako slijedi:

- 2.1. Maksimalno 10 bodova
- 2.2. Maksimalno 10 bodova
- 2.3. Maksimalno 10 bodova

Ponuditelj prilaže dokaze o uspješno izvršenim ugovorima kako slijedi:

2.1.1. Iskustvo u izradi turističkih strategija i Master planova (nacionalna i/ili regionalna) u razdoblju od 2012. - 2018. godine – maksimalno 10 bodova

Obrazloženje:

S obzirom na važnost kvalitetnog planiranja turističkog razvoja destinacija, Naručitelj želi dokaz da tvrtka ponuditelj ima snažno iskustvo u izradi strategija razvoja turizma i Master planova na nacionalnoj i regionalnoj razini. Na ovaj način ponuditelj dokazuje svoje stručno iskustvo i znanje u procesu izrade strategija razvoja turizma, odnosno definiranja strateškog okvira razvoja i pripadajućih strateških smjernica, na taj način osiguravajući kvalitetnu provedbu posla predviđenog ovom javnom nabavom.

Bodovanje pod kriterija 2.1.1.:

Broj ugovora:	Bodovi:
Od 5 do 7 ugovora	2
Od 8 do 10 ugovora	5
11 i više ugovora	10

2.1.2. Iskustvo u planiranju turističkih projekata na planinsko-brdskim područjima – maksimalno 10 bodova

Obrazloženje:

S obzirom na specifičnost prostora Gorskog kotara, Naručitelj želi dokaz da tvrtka ponuditelj ima specifično iskustvo u planiranju turističkih projekata na planinsko-brdskim područjima (fizički master planovi planinskih destinacija, skijaških resorta i slično). Na ovaj način ponuditelj dokazuje svoje stručno iskustvo i znanje u procesu planiranja razvoja turizma u geografski specifičnom području.

Bodovanje pod kriterija 2.1.2.:

Broj ugovora:	Bodovi:
1 ili 2 ugovora	2
3 ili 4 ugovora	5
5 i više ugovora	10

2.1.3. Iskustvo u pružanju potpore organizaciji ureda turističkih zajednica i/ili upravljanju destinacijama u razdoblju od 2012. – 2018. – maksimalno 10 bodova

Obrazloženje:

S obzirom na važnost efikasnog upravljanja razvojem turizma te uzimajući u obzir ograničene resurse turističkih zajednica Gorskog kotara, Naručitelj želi dokaz da tvrtka ponuditelj ima snažno iskustvo u pružanju savjetodavnih usluga vezanih uz upravljanje turizmom. Na ovaj način ponuditelj dokazuje svoje stručno iskustvo i znanje u procesu uspostavljanja i organizacije turističkih tijela te upravljanju destinacijama.

Bodovanje pod kriterija 2.1.3.:

Broj ugovora:	Bodovi:
Od 5 do 7 ugovora	2
Od 8 do 10 ugovora	5
11 i više ugovora	10

2.2. Kvalifikacije i stručnost članova radnog tima – maksimalno 10 bodova

Obrazloženje:

Naručitelj kao drugi kriterij određuje kvalifikacije i kompetentnost članova radnog tima u izradi strategija razvoja turizma, i to specifičnih područja ključnih za razvoj strateškog koncepta i provedbe analize stanje:

Voditelj projekta – stariji savjetnik s međunarodnim iskustvom u planiranju razvoja turizma te vođenju sličnih projekata razvoja turističkih strategija i Master planova.

- minimalno 20 godina iskustva vođenja istih ili sličnih projekata
- međunarodno iskustvo u vođenju projekata vrijednosti iznad 500.000 HRK
- međunarodno iskustvo u vođenju timova od minimalno 10 članova

Stručnjak za strateško planiranje turizma – stariji savjetnik s međunarodnim iskustvom rada na projektima izrade turističkih strategija i Master planova.

- minimalno 20 godina iskustva rada u turističkom savjetovanju
- minimalno 10 međunarodnih projekata vezanih uz planiranje razvoja turizma (turističke strategije i Master planovi)
- minimalno 3 turističkih projekata u planinskim/brdskim područjima
- minimalno 2 turistička projekta u Primorsko-goranskoj županiji

Stručnjak za planiranje turističkih investicija – stariji savjetnik s međunarodnim iskustvom rada na projektima vezanih uz procjenu i prioritizaciju turističkih investicija i turističkih projekata

- minimalno 20 godina iskustva rada u vodećim savjetodavnim poduzećima
- minimalno 20 projekata vezanih uz planiranje strateških investicija u turizmu
- minimalno 20 studija procjene izvodljivosti
- minimalno 10 razvijenih koncepata najbolje upotrebe za turističke projekte
- prethodno iskustvo financijskog modeliranja unutar turističke industrije

Stručnjak za razvoj turističkih proizvoda i destinacijsko upravljanje – savjetnik s međunarodnim iskustvom rada na projektima vezanih uz razvoj turističkih proizvoda i iskustava

- minimalno 5 godina iskustva rada u vodećim savjetodavnim poduzećima
- minimalno 5 godina iskustva u planiranju razvoja turističkih proizvoda
- minimalno 5 godina iskustva u savjetovanju turističkih zajednica
- minimalno 5 projekata vezanih uz destinacijsko upravljanje, od čega minimalno 2 u inozemstvu
- minimalno 5 međunarodnih projekata planiranja i razvoja turističkih proizvoda
- prethodno iskustvo uz razvoj akcijskih planova

Stručnjak za marketing i brending u turizmu s fokusom na digitalni marketing – savjetnik s međunarodnim iskustvom u razvoju strateških i operativnih marketing planova te digitalnih marketing strategija

- minimalno 5 godina iskustva rada u vodećim savjetodavnim poduzećima
- minimalno 3 godine iskustva u planiranju turističkog marketinga i minimalno dvije strategije digitalnog marketinga u turizmu
- minimalno 2 međunarodna projekata vezanih uz strateško i operativno planiranje marketinga turističkih destinacija
- minimalno 1 projekt vezan uz razvoj digitalne strategije u turizmu
- minimalno 2 brending strategije

Napomena: voditelj projekta može dodatno imati poziciju jednog od stručnjaka u timu

Bodovanje pod kriterija 2.2.:

Stručnjak:	Bodovi:
Voditelj projekta	2 boda
Stručnjak za strateško planiranje turizma	2 boda
Stručnjak za planiranje turističkih investicija	2 boda
Stručnjak za razvoj turističkih proizvoda i destinacijsko upravljanje	2 boda
Stručnjak za marketing i brending u turizmu s fokusom na digitalni marketing	2 boda

3. Pristup i metodologija (PM)

Naručitelj kao treći kriterij određuje pristup i metodologiju. Maksimalni broj bodova koji ponuditelj može dobiti po ovom kriteriju je 30.

Vrednovanje se provodi pomoću skala vrijednosti. Primjenjuje se opisivanjem stupnja ispunjenja kriterija unaprijed utvrđenim opisnim ocjenama kojima se pridružuju brojevi ocjena. Da bi ocjenjivanje i bodovanje bilo lakše, objektivna skala ocjena dijeli se na određeni broj diskretnih razreda.

Ocjenjivati sljedećim ocjenama:

- ne zadovoljava
- zadovoljavajuće,
- vrlo dobro,
- izvrsno.

Razumijevanje ciljeva usluge i projektnog zadatka se dijeli na sljedeće podkriterije s pripadajućim maksimalnim brojem bodova:

	Pod kriterij	Pripadajući MAX br. bodova
3.1.	Razumijevanje trenutnog stanja i tržišnog konteksta	12
3.2.	Metodologija rada sa osvrtom na tržišni kontekst	18

3.1. Razumijevanje trenutnog stanja i strateškog konteksta – Maksimalni broj bodova je 12

Opisne ocjene		Pripadajući broj bodova
Ne zadovoljava	Konzultant ne pokazuje razumijevanje trenutnog stanja i strateškog konteksta.	1
Zadovoljavajuće	Konzultant pokazuje razumijevanje trenutnog stanja, ali nedovoljno razumijevanje strateškog konteksta.	6
Vrlo dobro	Konzultant pokazuje razumijevanje trenutnog stanja i strateškog konteksta.	12

3.2. Metodologija rada s osvrtom na tržišni kontekst – Maksimalni broj bodova je 18

Ponuditelju koji u svojoj ponudi ne priloži Metodologiju rada s osvrtom na tržišni kontekst ili isti nije u skladu s odredbama ove dokumentacije ponuda će biti odbijena.

Opisne ocjene		Pripadajući broj bodova
Ne zadovoljava	Predložena metodologija rada s osvrtom na tržišni kontekst; - nije dovoljno razumljiva ni logična i/ili	0

	- izostavlja bitne ciljeve, svrhu predmeta nabave, i/ili - komentari na opis projektnog zadatka ne doprinose uspješnoj provedbi svih aktivnosti i/ili - ponuditelj pokazuje nizak stupanj razumijevanja tržišnog konteksta	
Zadovoljavajuće	Predložena metodologija rada s osvrtom na tržišni kontekst je razumljiva i logična, obuhvaća bitne ciljeve, svrhu predmeta nabave, komentari na opis projektnog zadatka mogu doprinijeti uspješnoj provedbi svih aktivnosti i pokazuje zadovoljavajući stupanj razumijevanja projektnog zadatka	6
Vrlo dobro	Predložena metodologija rada s osvrtom na tržišni kontekst osim svega navedenog pod „zadovoljavajuće“ prisutan je stanoviti stupanj detaljne razrade koja olakšava razumijevanje predloženog plana rada.	12
Izvršno	Predložena metodologija rada s osvrtom na tržišni kontekst osim svega navedenog pod „vrlo dobro“, Ponuditelj daje jasnu i detaljnu metodologiju rada, s visokim stupnjem razumijevanja projektnog zadatka.	18

6. OBLIK, NAČIN I ROK DOSTAVE PONUDE

Ponuda mora biti pisana neizbrisivom tintom i uvezana u cjelinu jamstvenikom, s pečatom na poleđini.

Ispravci u ponudi moraju biti izrađeni na način da su vidljivi ili dokazivi. Ispravci moraju uz navod datuma biti potvrđeni pravovaljanim potpisom i pečatom ovlaštene osobe gospodarskog subjekta.

Sve stranice ponude označavaju se rednim brojem stranice kroz ukupan broj stranica ponude ili ukupan broj stranica ponude kroz redni broj stranice.

Ponuda se dostavlja u pisanom obliku na hrvatskom jeziku, u zatvorenoj omotnici s nazivom i adresom naručitelja, nazivom i adresom ponuditelja, naznakom predmeta nabave na koji se ponuda odnosi, naznakom:

"Usluga savjetovanja – Turistički Master Plan Gorskog kotara - ne otvaraj"

Rok za dostavu je 07. lipnja 2019. godine do 12:00 sati, mjesto dostave ponuda je Hrvatska turistička zajednica – Glavni ured, Iblerov trg 10/IV, Zagreb.

Otvaranje ponuda je nejavno.

Rok valjanosti ponude je 60 dana.

Rok donošenja odluke o odabiru ili poništenju najkasnije 30 dana od dana isteka roka za dostavu ponude. Ponuditelji će pismenim putem biti obaviješteni o rezultatima natječaja.

HTZ nije dužan odabrati ponudu te je ovlašten u bilo kojoj fazi postupka odustati od daljeg provođenja nadmetanja ili prihvata bilo koje ponude, sve do trenutka sklapanja ugovora s odabranim ponuditeljem, bez prava bilo kojeg ponuditelja na naknadu bilo kakve štete koja mu zbog tog razloga nastane ili može nastati.

Ponuditelji čija ponuda nije odabrana, odnosno koji nisu pozvani u drugu fazu postupka, nemaju pravo žalbe niti pravo na naknadu bilo kojih troškova vezanih uz ovaj postupak.

Sva pitanja i pojašnjenja tijekom pripreme ponude Ponuditelj može postaviti i zatražiti putem e-maila na adresu: istrazivanje.natjecaj@htz.hr.

Evidencijski broj nabave: 018/19

Zagreb, 24. svibnja 2019. godine

Prilog 1.**IZJAVA O NEKAŽNJAVANJU**

Ja, _____ (ime i prezime) iz _____ izjavljujem kako mi nije izrečena pravomoćno osuđujuća presuda za bilo koje od sljedećih kaznenih djela, odnosno, za odgovarajuća kaznena djela prema propisima države sjedišta gospodarskog subjekta, ili države čiji je državljanin osoba ovlaštena po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta: prijevarena, prijevara u gospodarskom poslovanju, primanje mita u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, zlouporaba u postupku javne nabave, utaja poreza ili carine, subvencijska prijevara, pranje novca, zlouporaba položaja i ovlasti, nezakonito pogodovanje, primanje mita, davanje mita, trgovanje utjecajem, davanje mita z a trgovanje utjecajem, zločinačko udruženje i počinjenje kaznenog djela u sustavu zločinačkog udruženje iz Kaznenog zakona, odnosno, za kaznena djela prijevare, pranja novca, prijevare u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, udruživanja za počinjenje kaznenih djela, zlouporabe položaja i ovlasti, zlouporabe obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonitog posredovanja, primanje mita i davanje mita prema Kaznenom zakonu, odnosno, za odgovarajuća kaznena djela prema propisima zemlje sjedišta gospodarskog subjekta ili države iz koje dokazi osoba ovlaštena za zastupanje gospodarskog subjekta.

Ovu izjavu dajem osobno, za sebe kao osoba ovlaštena po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta _____ (tvrtka) sa sjedištem u _____ i za gospodarski subjekt.

U _____, _____. 2019. godine.
(mjesto) (datum)

M.P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta)

Prilog 2.**OBRAZAC PONUDE ZA USLUGU SAVJETOVANJA – Turistički Master Plan Gorskog kotara**

Naziv i adresa ponuditelja	
OIB	
Tel./faks:	
E-mail	
Ime i prezime odgovorne osobe	
Osoba za kontakt	
Rok valjanosti ponude	60 dana
Način plaćanja	
Cijena ponude (bez PDV-a) iskazana brojkama	
Cijena ponude (bez PDV-a) iskazana slovima	
Iznos PDV-a (25%) iskazan brojkama	
Ukupna cijena ponude (s PDV-om) iskazana brojkama	
Ukupna cijena ponude (s PDV-om) iskazana slovima	

Preuzimamo obvezu, po stupanju ugovora na snagu, izvršiti sve ugovorne obveze kvalitetno i u roku koji je naznačio Naručitelj.

U _____ , ____ . ____ . 2019. godine

ZA PONUDITELJA

(pečat i potpis ovlaštene osobe)

Prilog 3. – Opći podaci o ponuditelju (ponuditeljima)

Tvrtka ponuditelj (nositelj projekta):

Naziv: _____

Područje rada: _____

Uloga u projektu: _____

Stručna znanja/specijalizacija: _____

Druge tvrtke uključene u projekt:

Naziv: _____

Područje rada: _____

Uloga u projektu: _____

Stručna znanja/specijalizacija: _____

Naziv: _____

Područje rada: _____

Uloga u projektu: _____

Stručna znanja/specijalizacija: _____

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Prilog 4. - Popis ugovora za značajne usluge koje je ponuditelj izvršio (2012.-2018.)

Red. broj ugovora	Naziv i sjedište naručitelja	Predmet ugovora	Vrijednost ugovora u kn	Vrijeme i mjesto ispunjenja ugovora
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Prilog 5. - Potvrda Naručiitelja usluga o urednom ispunjenju ugovora kojima su pružene značajne usluge navedene predmetom nabave (2012.-2018.)

Naziv i sjedište Naručiitelja	
Predmet ugovora	
Vrijednost ugovora u kn	
Vrijeme i mjesto ispunjenja ugovora	
Navod Naručiitelja o uredno ispunjenom ugovoru	Ovime potvrđujemo da je ponuditelj _____ (naziv i sjedište ponuditelja) _____ uredno ispunio ugovor koji je predmet ove potvrde.

Potpis ovlaštenog predstavnika naručiitelja

Žig naručiitelja

Mjesto _____

Datum _____

Napomena: Ponuditelj treba dostaviti najmanje pet (5) Potvrda naručiitelja usluga o urednom ispunjenju ugovora kojima su pružene značajne usluge navedene predmetom nabave.

Prilog 6. - Sastav radnog tima i zaduženja

Ime i prezime člana radnog tima	Pozicija u radnom timu	Zaduženje u radnom timu

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Prilog 7. - Životopis člana radnog tima

Opći podaci o članu radnog tima

Predložena pozicija u radnom timu	
Tvrtka u kojoj je zaposlen član radnog tima	
Ime i prezime člana radnog tima	
Stručna sprema/zanimanje člana radnog tima	
Datum rođenja	
Državljanstvo	
Ukupan radni staž člana radnog tima	
Radni staž člana radnog tima u tvrtki Ponuditelja	
Članstvo u profesionalnim udruženjima	
Zadaci u radnom timu	

Obrazovanje člana radnog tima (navesti sveučilišno i drugo specijalizirano obrazovanje, uključujući imena učilišta, datume pohađanja i stečene diplome).

Visoko učilište	
Razdoblje pohađanja: od (mjesec/godina) – do (mjesec/godina)	
Postignuti stupanj obrazovanja ili diploma	

Radno iskustvo člana radnog tima (Navesti dosadašnje radno iskustvo, počevši sa sadašnjim. Navesti datume zaposlenja, imena tvrtke/poduzeća/ustanova i kratki opis zadatka).

Datum: od (mjesec/godina) do (mjesec/godina)	
Tvrtka/poduzeće/ustanova	
Adresa tvrtke/poduzeća/ustanove	
Pozicija unutar tvrtke/poduzeća/ustanove	

Poznavanje stranih jezika člana radnog tima - za svaki jezik navesti postignuto znanje (odlično, vrlo dobro, dobro, služi se) u čitanju, pisanju i govoru.

Jezik	Čitanje	Govor	Pisanje

Popis najvažnijih projekta i zadataka člana tima na prethodnim poslovima za koje se traži dokaz o stručnoj sposobnosti

Naziv projekta	Naručitelj projekta	Kratki opis zaduženja na projektu	Razdoblje rada na projektu: (mjesec/godina) (mjesec/godina)

Potvrđujem da podaci navedeni u Prilogu 7. vjerodostojno opisuju moje kvalifikacije i radno iskustvo.

Potpis člana radnog tima i ovlaštenog predstavnika Ponuditelja

Ime i prezime člana radnog tima _____

Ime i prezime ovlaštenog predstavnika Ponuditelja _____

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Napomena: Ponuditelj je dužan dostaviti Prilog 7. za svakog člana radnog tima.