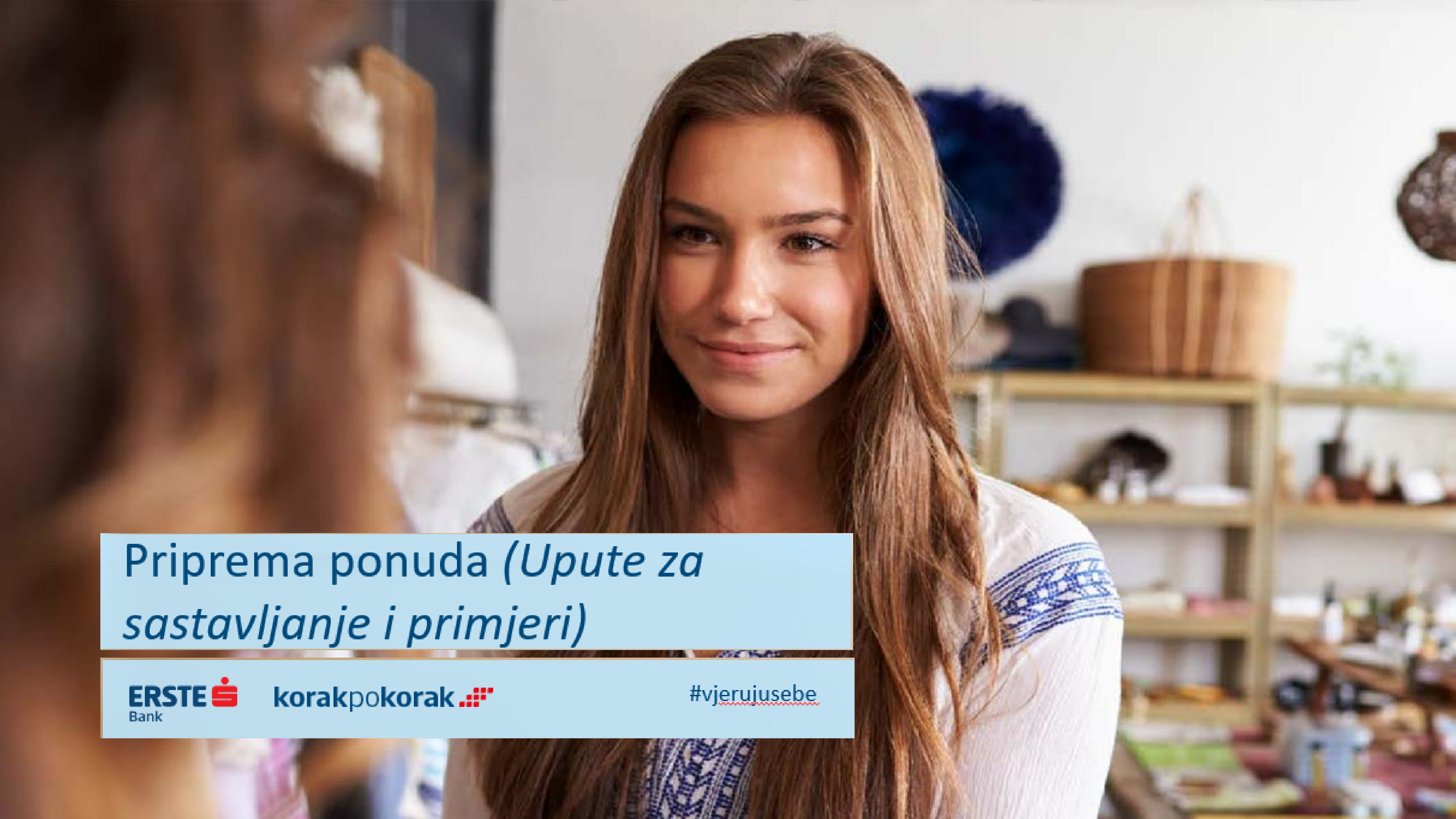


A woman with long brown hair is smiling and looking towards the camera. She is wearing a white shirt with blue embroidery on the sleeves. In the background, there is a workshop or craft store with shelves filled with various items, including a large wooden basket and some plants. The lighting is warm and natural.

Priprema ponuda (*Upute za sastavljanje i primjeri*)

ERSTE 
Bank

korakpokorak 

[#vjerujusebe](#)

|Uvod

Sastavljanje ponude za prodaju proizvoda ili usluga bitan je dio poslovanja. Valjano sastavljena ponuda može donijeti veći broj kvalitetnijih poslova i veći obim prodaje. S druge strane, nejasna, višeznačna i zbunjujuća ponuda može dovesti do usporavanja ugovorenog posla i ispravljanja loše sastavljenih ugovora.

U ovom tekstu opisan je ispravan način sastavljanja ponude.

Ponekad se u praksi termini „ponuda“ i „predračun“ (ili profaktura) izjednačavaju. Mi to ovdje nećemo uraditi, već ćemo ponudom smatrati dokument koji prethodi predračunu. Na temelju ponude kupac odlučuje što točno želi kupiti i obavlja narudžbu. Nakon prihvaćene ponude, kupcu se izdaje predračun kako bi napravio uplatu prije obavljene usluge ili isporuke proizvoda.

Prema Zakonu o obveznim odnosima (članak 253), „ponuda je prijedlog za sklapanje ugovora učinjen određenoj osobi koji sadrži sve bitne sastojke ugovora“ tako da bi se njegovim prihvaćanjem mogao zaključiti ugovor. Ponuda znači da je sklopljen ugovor sa stranom koja ponudu prihvaća, bez obzira na to što ugovor nije sklopljen u pisanom obliku. Jer, „ugovor je zaključen kad su se ugovorne strane suglasile o bitnim sastojcima ugovora“. Ugovor nije obvezno imati u pisanim obliku, koji je propisan samo za određene vrste ugovora.

Bitni sastojci ugovora o kupoprodaji su stvar (predmet) prodaje i cijena. Međutim, „kad trgovačkim ugovorom o kupoprodaji cijena nije određena, niti u njemu ima dovoljno podataka pomoću kojih bi se ona mogla odrediti, kupac je dužan platiti cijenu koju je prodavatelj redovito naplaćivao u vrijeme sklapanja ugovora, a kad ove nema, razumnu cijenu“. Dakle, u privredi je važeći ugovor i bez ugovorene cijene.

Iz sljedećih stavki Zakona o obveznim odnosima jasno je da u određenim slučajevima ponuda i njezino prihvaćanje mogu implicirati da je ugovor sklopljen bez jasne svijesti o tome.

„Prijedlog za sklapanje ugovora upućen neodređenom broju osoba koji sadrži bitne sastojke ugovora čijem je sklapanju namijenjen vrijedi kao ponuda, ako drukčije ne proizlazi iz okolnosti slučaja ili običaja“.

„Izlaganje robe s naznakom cijene smatra se ponudom, ako drukčije ne proizlazi iz okolnosti slučaja ili običaja“.

„Slanje kataloga, cjenika, tarifa i drugih obavijesti, kao i oglasi dani u tisku, letcima, radiom, televizijom, elektroničkim putem ili na koji drugi način ne smatraju se ponudom za sklapanje ugovora, nego samo pozivom da se učini ponuda pod objavljenim uvjetima, ako drukčije ne proizlazi iz takvih izjava volje“.

Dakle, prihvaćanjem ponude ostvaruje se obvezni odnos između onoga tko je sastavio i poslao ponudu i strane koja je tu ponudu prihvatila. Ovakav je odnos reguliran Zakonom o obveznim odnosima, koji se odnosi i na pravne i na fizičke osobe.

Da se ponude ne bi različito tumačile, ona treba jasno, detaljno i jednoznačno pokazati što se nudi. Ponekad je potrebno navesti i što se ne nudi, odnosno šta ponuda ne uključuje, kako bi se izbjegli mogući pogrešni zaključci. Primjer dobre prakse je korištenje standardiziranih ugovora o prodaji, koji se potpisuju sa svim kupcima.

Trgovci lako i brzo na svojim internetskim stranicama objavljuju tzv. opće uvjete prodaje ili poslovanja. Na svakom dokumentu (ponudi, predračunu i računu) potrebno je u tom slučaju staviti napomenu da su opći uvjeti sastavni dio ponude, predračuna ili računa.

Ponudu treba pisati na memorandumu tvrtke i treba sadržavati sljedeće elemente:

- naziv primatelja ponude (trgovačko društvo, obrtnik, institucija)
- ime i prezime primatelja ponude, ako postoji i ako je poznato
- datum ponude i broj iz evidencije pod kojim je ponuda zavedena
- mjesto sastavljanja ponude
- broj evidencije primatelja ponude, ako se ponuda dostavlja na njihov prethodni pisani zahtjev (zahtjev za dostavu ponude)
- naslov dopisa – predmet ponude
- glavni tekst ponude
- podatke o tvrtki ili osobi i potpis osobe koja šalje ponudu
- popis priloga koji se dostavljaju uz ponudu i
- popis svih primatelja ponude

1 Kome se ponuda upućuje

Ponuda može biti opća ili upućena točno određenom subjektu. Po ranije navedenom dijelu Zakona o obveznim odnosima, opća ponuda je „prijedlog za sklapanje ugovora učinjen neodređenom broju osoba koji sadrži bitne sastojke ugovora čijem je sklapanju namijenjen, vrijedi kao ponuda, ako drukčije ne proizlazi iz okolnosti slučaja ili običaja“. Opća ponuda postavljena je na internetsku stranicu za širi krug potencijalno zainteresiranih subjekata.

2 Osnova za obraćanje

Pretjerano obraćanje nekome bez pravog povoda može se smatrati uznemiravanjem, što nije moralno korektno i zakonom je kažnjivo. To vrijedi i za uznemiravanje neželjenom poštom.

Tvrtka koja drži do svog ugleda trudit će se uvijek imati pravi temelj za obraćanje. Konkretno bi to mogla biti činjenica da je obavljeno istraživanje tržišta, nakon kojeg je kreiran spisak tvrtki koje bi mogle biti zainteresirane za oglašavanje na internetskim stranicama. Tada je potrebno jasno naglasiti primateljima ponude koji je razlog zbog kojeg su upravo oni dobili ponudu.



3

Opis krakterističnog proizvoda ili usluge

U ovom dijelu treba navesti opis proizvoda ili usluge. Pretpostavlja se da čitatelj ponude poznaje osnovnu svrhu proizvoda ili usluge. Na temelju opisa ponude njezin primatelj treba prepoznati prednosti za sebe.

Bitno je što točnije navesti način korištenja proizvoda ili usluge. Postoji mogućnost da druga strana bude zainteresirana za proizvod ili uslugu, ali da joj ne odgovara način na koji će proizvod biti dostavljen ili usluga biti realizirana.

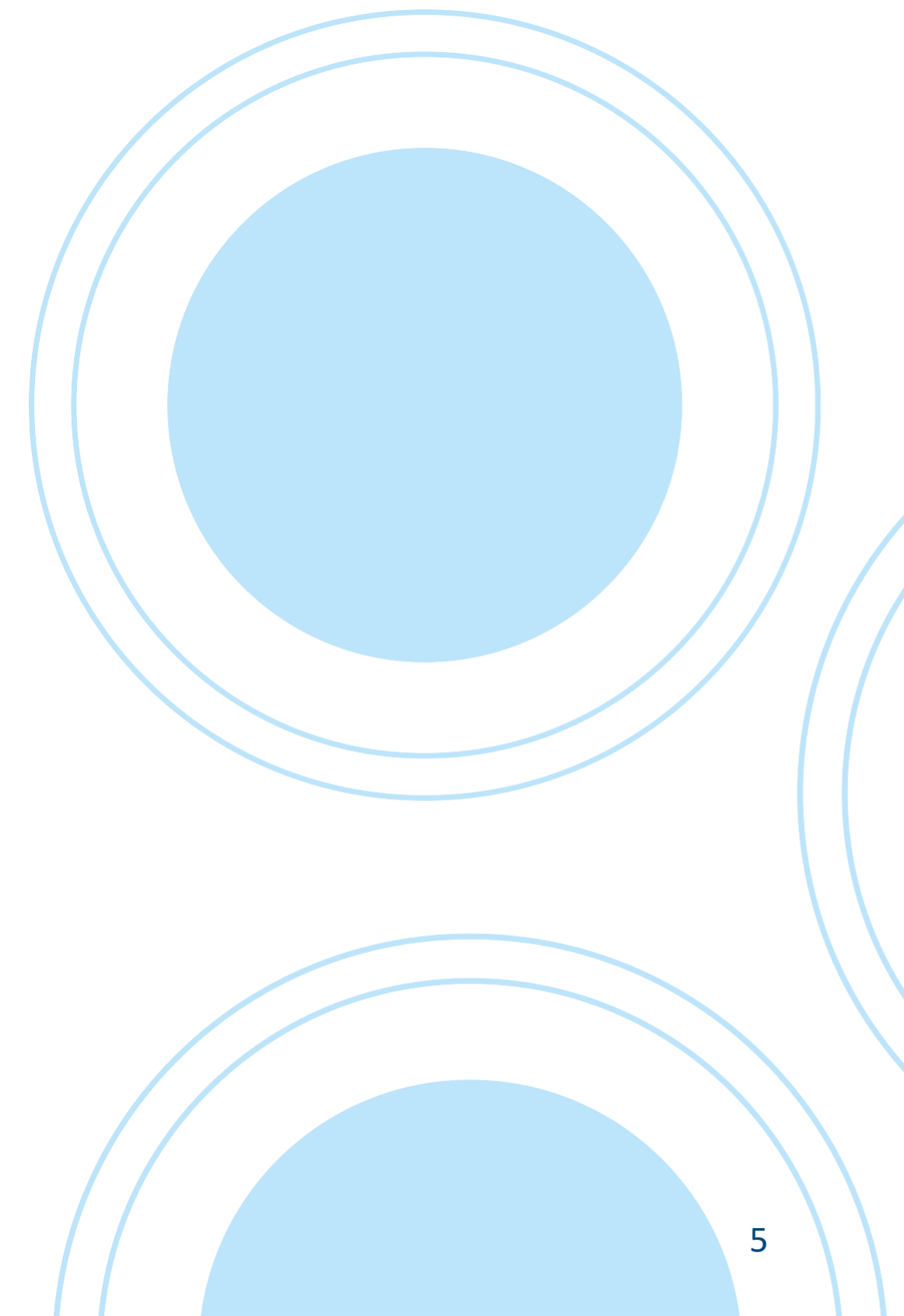
Primjerice, ako se tvrtka želi oglasiti na internetskim stranicama, ali joj ne odgovara reklamiranje *bannerima* i želi sponzorirati određene članke nizom ključnih riječi (kao poveznice do vlastite stranice), treba procijeniti resurse za prilagodbu takvom zahtjevu i ostvarenu korist. Na temelju takve procjene odlučuje se o mogućoj korekciji ponude.

Treba naći i pravu mjeru za detaljnost ponude i uloženo vrijeme. U ponudi sa suvišnim detaljima potencijalni kupac može previdjeti bitne elemente. Zato trebate sastaviti umjereno detaljnu prvu ponudu, pri čemu se razumno koriste neophodni resursi.

Međutim, ponuda koja se izdaje na temelju zahtjeva za dostavu ponude, treba sadržavati precizno i točno navedene stavke.

U slučaju usluge, koja najčešće nema određene fizičke karakteristike, važan dio ponude za njezino pružanje je opis usluge. Sastoji se od dijelova koji je mogu objektivno mjeriti i dijelova koji se mogu mjeriti samo subjektivno, na temelju ljudske procjene.

Vrijeme se mjeri jednostavno i objektivno. Primjerice, usluga zakupa telefonske pretplate ili vinjete plaća se mjesečno. Savjetodavne usluge raznih struka često se plaćaju po satu, kao i usluga parkiranja.



Jedna od mjera za veliki broj usluga je vrijeme i zato u ponudi za pružanje usluga uvijek treba navesti razdoblje.

Osim vremena, usluga se može mjeriti i drugim fizičkim mjerama. Tako se usluga prijevoza može naplatiti po kilometru ili po masi utovara.

Uobičajena mjera za građevinske radove je površina gradilišta – za soboslikarske, zidarske ili keramičarske radove.

Nadalje, isporučena električna energija mjeri se u kilovat-satima. Usluga zakupa se, pored vremena, može mjeriti i kvadratnim metrima površine.

Količina podataka mjeri se memorijskim jedinicama, a brzina protoka podataka u bitima po sekundi. Oglašavanje u tiskovinama mjeri se površinom oglasa, dok se u audiovizualnim medijima oglašavanje mjeri u sekundama.

Na cijenu oglašavanja utiče i čitanost, slušanost ili gledanost određenog medija.

Osiguravajuća društva definiraju cijenu police osiguranja stupnjem rizika.

S druge strane, postoje usluge koje pružaju liječnici, odvjetnici, inženjeri, dizajneri, računovođe, savjetnici, procjenitelji, programeri i druga tzv. profesionalna zvanja.

Kvalitetu ovih usluga teško je izmjeriti objektivnom mjerom (osim vremenom) pa je glavni način mjerenja zapravo ljudska procjena.

Kad se daje ponuda za, primjerice, reklamiranje na internetskoj stranici, elementi ponude (pored već navedenih općih stavki dopisa) mogu biti sljedeći:

1. *podatak o tome kome se ponuda upućuje*
2. *osnova za obraćanje*
3. *opis karakterističnog proizvoda ili usluge, čiji sadržaj i forma trebaju zainteresirati potencijalnog kupca*
4. *kompletan cjenik ili dio cjenika*
5. *raspoloživa količina*
6. *način i rok plaćanja*
7. *valjanost ponude (rok)*
8. *način prihvatanja ponude i*
9. *informacija o tome što ponuda ne obuhvaća.*



4 Kompletan cjenik ili dio cjenika

Dobra je praksa potencijalnom kupcu poslati kompletan cjenik jer mu se tako šalje poruka da je komunikacija otvorena i da ponuda nema skrivenih stavki.

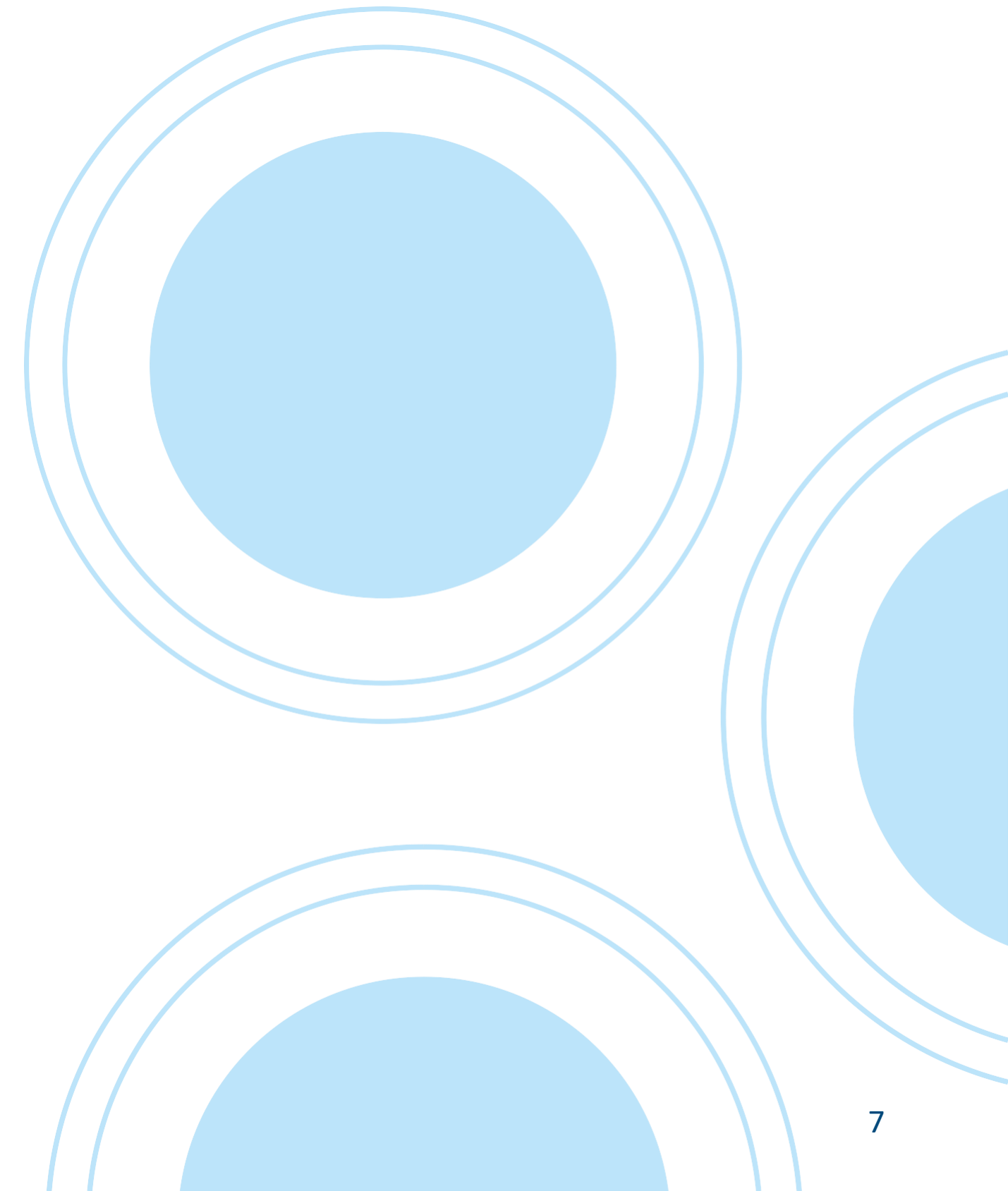
Dio cjenika treba slati u slučaju kad se zna ili pretpostavlja da kupca ne zanima cjenik svih proizvoda ili usluga. Cijena je često glavni čimbenik donošenja odluke o prihvatanju ponude. Prodati po željenoj cijeni je bitna vještina trgovca.

Poznavanje kupca, kao i opće poznavanje tržišta (jednom riječju, iskustvo) pomaže prodaji po željenoj cijeni.

5 Raspoloživa količina

Kad je iz okolnosti jasno da je bitna ponuđena količina, to treba navesti u ponudi. Kad veliki prodajni objekti nude nešto na akciji po nižoj cijeni, uvijek stavljaju napomenu da akcijska cijena vrijedi do prodaje zaliha ili do isteka vremena akcijske prodaje.

U našem primjeru jasnim prikazivanjem internetske stranice s raspoloživim mjestima za *bannere* i ostale oglase, potrebno je jasno navesti koja su mjesta raspoloživa. Kad je neko mjesto za *banner* zauzeto, u narednim ponudama to bi se trebalo jasno prikazati.



6

Način i rok plaćanja

Plaćanje u Hrvatskoj između pravnih osoba u domaćem platnom prometu u pravilu je bezgotovinsko. To znači da se novac s računa jedne tvrtke nalogom za prijenos, koji se nalaže banci, prebacuje na račun druge tvrtke.

Zakonom o fiskalizaciji u prometu gotovinom propisano je da poslovni subjekt može plaćati gotovim novcem drugom poslovnom subjektu samo:

- za nabavu proizvoda i usluga do iznosa od 5000 kuna po jednom računu,
- za potrebe opskrbe ovlaštenih mjenjača gotovim novcem,
- za namjene na temelju posebne odluke ministra financija.

Iako nema zabrane za gotovinsko poslovanje između pravnih osoba, praktičnije je i povoljnije poslovati bezgotovinski. Bezgotovinsko plaćanje može biti realizirano i bankovnim kreditima, kad banka prebacuje novac izravno na račun prodavatelja.

Bezgotovinsko je i plaćanje platnim karticama. Proviziju za ovakvo plaćanje snose poduzeća prodavatelji i ona iznosi 2 – 3% od ukupnog iznosa (s PDV-om, ako je poduzeće u sustavu PDV-a). Plaćanje može biti unaprijed (avansno) ili plaćanje s odgodom na određeni broj dana.

Kao jamstvo plaćanja mogu se koristiti zadužnice poduzeća i/ili vlasnika i bankarske garancije.

Kod potrebe osiguranja većih iznosa plaćanja, moguće je koristiti i zaloge na pokretninama ili hipoteke na nekretninama.

Kada govorimo o malim poduzetnicima, jedan od najsigurnijih načina je naplata ili djelomična naplata unaprijed (avansno). Kad to nije moguće zbog prirode tržišta i načina poslovanja, treba biti mudar i naći pravi način kako zaštititi tvrtku, njezinu i osobnu imovinu. Optimalno je za vlastita potraživanja tražiti od kupaca istovjetno jamstvo plaćanja kakvo traže banka ili dobavljači.

7 Valjanost ponude

Kao rok valjanosti ponude treba navesti razumno vrijeme za koje druga strana može razmotriti ponudu i na nju odgovoriti. Rok valjanosti ponude treba odgovarati roku valjanosti ponude za ulazne elemente (materijale, proizvode, usluge) koji se nabavljaju od dobavljača.

U protivnom, može doći do neugodne situacije u kojoj kupac prihvati ponudu, a dobavljač ne može dostaviti svoj proizvod ili uslugu prema ranijim uvjetima.

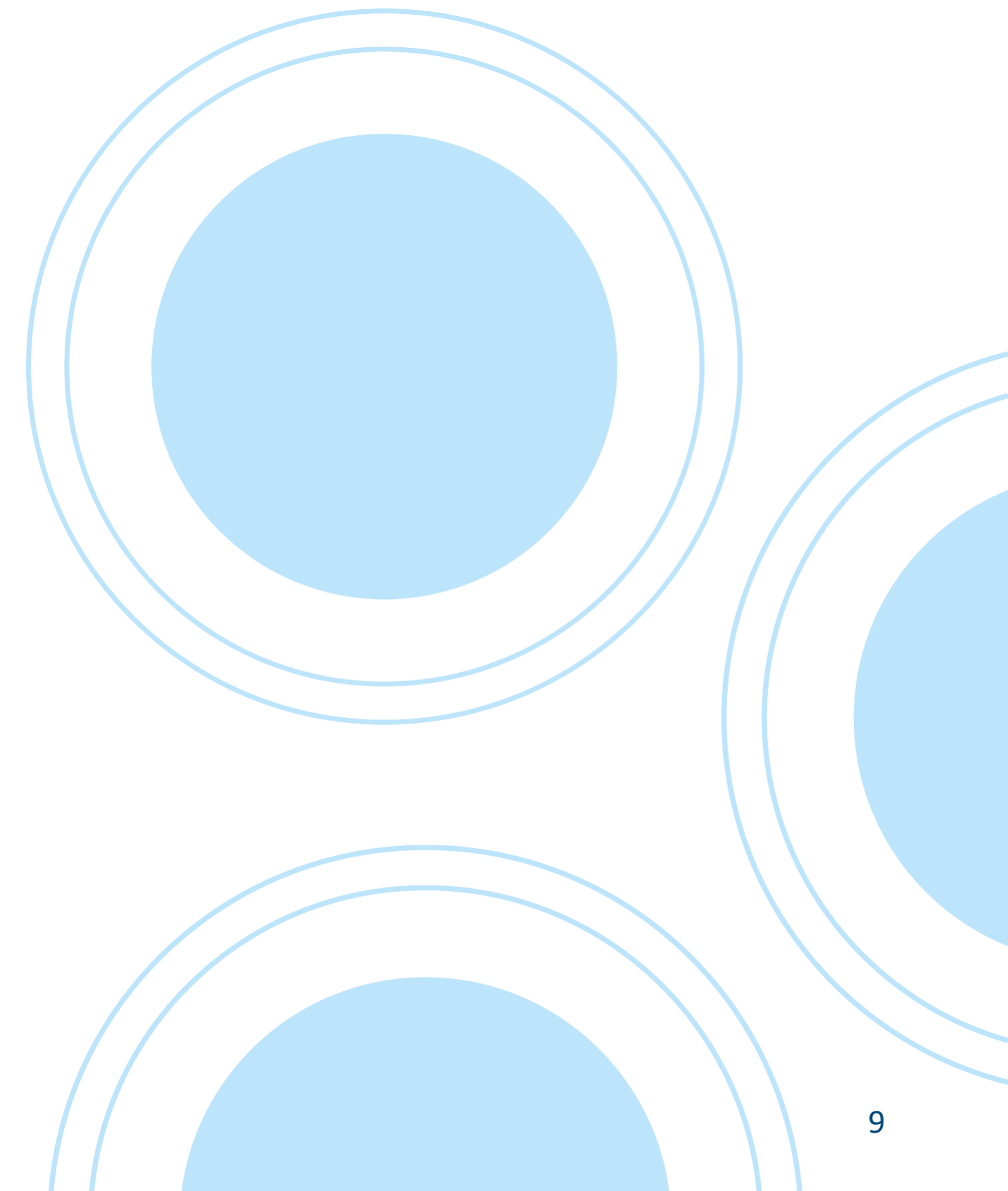
Postoji li promotivno razdoblje, to također treba navesti u ponudi.

8 Prihvaćanje ponude

Dobra je praksa definirati način prihvaćanja ponude, a savjetuje se da se ponuda prihvati pisano, da obavijest o prihvaćanju ponude potpiše osoba za zastupanje ili osoba koju je ovlastio kupac.

U slučaju spora, ako ne postoji potpisan ugovor, može se tražiti dokaz o tome je li ponuda prihvaćena ili ne. Više članaka Zakona o obveznim odnosima govori o prihvaćanju ponude pa stoga potpisani ugovor ili prihvaćanje ponude smanjuju mogućnost različitog tumačenja.

Postoje li propisane zakonske obaveze koje se moraju ispuniti prije realizacije usluge, u ponudi treba navesti i ta ograničenja.



9 Informacije o tome što ponuda ne obuhvaća

Ako se na temelju iskustva ili drugih okolnosti može pretpostaviti da može doći do zabune ili pogrešnog razumijevanja ponude, treba navesti i te slučajeve.

Kao što je već navedeno, uvijek je dobro imati opće uvjete prodaje. U tom dokumentu treba jasno navesti sve ono što bi moglo stvoriti zabunu i navesti slučajeve u kojima se tvrtka ograničava ili odriče od odgovornosti prema trećim osobama.

U nastavku donosimo primjere nekih ponuda.



Primjer 1

Davatelj ponude: na memorandumu s osnovnim podacima tvrtke

Primatelj ponude: naziv, adresa, OIB, matični broj i ime osobe koja je poslala zahtjev za ponudu

Ponuda broj: 12/2021 (broj iz evidencije)

Datum ponude: 23122021

Mjesto: Zagreb

Predmet ponude: izrada softvera za analizu baze podataka za potrebe muzeja

Poštovani,
na temelju vašeg upita u vezi s izradom WEB orijentiranog softvera, dostavljamo sljedeću ponudu:

Naziv aktivnosti	Broj radnih sati	Jedinična cijena (kn)	Ukupno (kn)
Projektiranje:			
Intervju i upoznavanje potreba i zahtjeva klijenta	4	100	400
Koncipiranje baze podataka	2	150	300
Projektiranje informacijskog sustava	2	200	400
Dizajn korisničkog sučelja:			
Izrada tri inicijalna dizajna korisničkog sučelja	18	165	2970
Izmjene na dizajnu korisničkog sučelja	3	220	660
Dizajn unutrašnjih stranica korisničkog sučelja	12	175	2100
Koncept animacija	2	220	440
Izvoz grafičkih elemenata za potrebe programiranja	2	155	310
Front-end / Back-end programiranje:			
Povezivanje front-end i back-end	4	300	1200
Kreiranje stranice pretrage	8	220	1760
Kreiranje stranice rezultata pretrage	8	220	1760
Kreiranje stranice profila korisnika	8	220	1760
Kreiranje stranice za dostavljanje dokumentacije	8	220	1760
Kreiranje animacija u javascript-u	12	275	3300
Izrada modula za upravljanje korisnicima, dokumentima, foto i vodeo materijalima i lokacijama	24	150	3600
Ukupno:	117		19.750

Ukupna vrijednost ponude: 478.800 kuna bez PDV-a.

Napomena: _____ (naziv prodavatelja) nije u sustavu PDV-a.

Ime i prezime / funkcija – potpis i pečat _____

Primjer 2

Davatelj ponude: na memorandumu s osnovnim podacima tvrtke

Primatelj ponude: naziv, adresa, OIB, matični broj i ime osobe koja je poslala zahtjev za ponudu

Ponuda broj: 12/2021 (broj iz evidencije)

Datum ponude: 23122021

Mjesto: Zagreb

Predmet ponude: nabava računalne i multimedijske opreme

Poštovani,
na temelju vašeg upita u vezi s nabavom računalne i multimedijske opreme, dostavljamo ponudu:

Broj budžetske linije	OPIS	Količina	Cijena sa PDV-om I(KN)
31	Desktop računalno: Procesor: pentium 5, Memorija: min 8 GB; Hard disk: min 1 TB Grafička kartica, integrirana zvučna kartica Optički uređaj: DVD-RW; Napajanje: 550W Monitor: veličina min 21 inch, rezolucija min 1600x900; tipkovnica Miš: bežični Operativni sustav – opcionalno	1 kom	7500
32	Touch screen w/HD sa softverom 32 inča, s računalnim modulom, uz instalaciju/montažu	7 kom	10.500
38	Klima uređaj 12000 BTU, split sistem, s ugradnjom	2 kom	9300

Ukupna vrijednost ponude: 27.300 kuna sa uključenim PDV-om.

Srdačan pozdrav.

Ime i prezime / funkcija – potpis i pečat _____

Primjer 3

Davatelj ponude: na memorandumu s osnovnim podacima tvrtke

Primatelj ponude: naziv, adresa, OIB, matični broj i ime osobe koja je poslala zahtjev za ponudu

Ponuda broj: 12/2021 (broj iz evidencije)

Datum ponude: 23122021

Mjesto: Zagreb

Predmet ponude: Izrada drvenih panoa

Poštovani,
na temelju vašeg upita u vezi s izradom drvenih panoa, dostavljamo sljedeću ponudu:

Detaljan opis	Količina	Jedinična cijena s PDV (KN)	Ukupna cijena s PDV (KN)
a) Pano, dimenzija 144x162cm s okvirom Materijal: jela, bojanje uljanom bojom, s montažom;	10 komada	630	6300
b) Pano, dimenzija 138x161cm s okvirom Materijal: jela, bojanje uljnom bojom, s montažom;	8 komada	598	4784
c) Pano, dimenzija 108x161cm s okvirom Materijal: jela, bojanje uljnom bojom, s montažom;	4 komada	470	1880
d) Pano, dimenzija 995x161cm s okvirom Materijal: jela, bojanje uljnom bojom, s montažom;	6 komada	430	2580
UKUPNO	28 komada		15.544

Ukupna vrijednost ponude s PDV-om: 15.544 kune.

Rok izrade: 30 dana od dana potpisivanja ugovora.

Predujam: 20% od ugovorene cijene.

Primjer 4

Davatelj ponude: na memorandumu s osnovnim podacima tvrtke

Primatelj ponude: naziv, adresa, OIB, matični broj i ime osobe koja je poslala zahtjev za ponudu

Ponuda broj: 12/2021 (broj iz evidencije)

Datum ponude: 23122021

Mjesto: Zagreb

Predmet ponude: Elektroinstalacijski radovi i oprema

Poštovani,
na temelju vašeg upita, dostavljamo sljedeću ponudu:

1	Demontaža postojećeg razvodnog ormana EZN osigurači, VS kleme, kanalice i provodnici	kom	1	2750	275.000
2	Kabliranje šinskog razvoda, panik rasvjete PPOO 3X1,5 mm2 crne boje	m	80	18	1440
3	Kabliranje šuho II priključnica kablom PPOO 3X2,5mm2 crne boje	m	70	22,50	1575
4	Zamjena oštećenih dijelova na postojećim zidnim svjetiljkama i ugradnja LED svjetiljki snage 3 W	kom	28	231	6468
5	LED reflektori, šinski, snage 15-30 W, kuta rasipanja 48 stupnjeva, svjetlost 4000K	kom	40	409	16.360
6	Izrada projekta izvedenog stanja	kom	1	2225	2225
UKUPNO:					30.818 KN

Predujam u visini od 25% nakon prihvatanja ponude uplatiti na račun broj: IBAN HR55240200611111111111 s pozivom na broj ponude u dijelu Svrha uplate.

Ime i prezime / funkcija – potpis i pečat _____

Primjer 5

Davatelj ponude: na memorandumu s osnovnim podacima tvrtke

Primatelj ponude: naziv, adresa, OIB, matični broj i ime osobe koja je poslala zahtjev za ponudu

Ponuda broj: 12/2021 (broj iz evidencije)

Datum ponude: 23122021

Mjesto: Zagreb

Predmet ponude: Putnički prijevoz - ugovoreni

Poštovani,
na temelju vašeg upita za organizaciju prijevoza sudionika konferencije dostavljamo sljedeću ponudu:

Rb	Opis	Jdmjere	Cijena po jedinici	Br jedinica	Ukupno
1	Prijevoz putnika na relaciji Zagreb - Split - Zagreb dvokatnim autobusom kapaciteta cca 80 mjesta	Km	11,30 kn	1000 km	11.300 kn
2	Auto dan	Dan	270 kn	3	810 kn
3	Smještaj za dva vozača na bazi polupansiona	Dan	520 kn	2	1040 kn
UKUPNO bez PDV-a					13.150 kn
Ukupno PDV					3287,50 kn
UKUPNO s PDV-om					16.437,50 kn

Primjer 6

Davatelj ponude: na memorandumu s osnovnim podacima tvrtke

Primatelj ponude: naziv, adresa, OIB, matični broj i ime osobe koja je poslala zahtjev za ponudu

Ponuda broj: 12/2021 (broj iz evidencije)

Datum ponude: 23122021

Mjesto: Zagreb

Predmet ponude: Izrada promotivnih naljepnica

Poštovani,
na temelju vašeg upita u nastavku dostavljamo ponudu za izradu promotivnih naljepnica:

Naziv proizvoda	Naljepnica 50x60, 55x100 i fi 60 BILJKBORCI - komplet od 20000 kom
Format	55x100 mm - 2 vrste x 20000 kom 50x60 mm - 1 vrsta x 20000 kom fi 60 mm - 1 vrsta x 20000 kom
Ukupan broj stranica	1 str
Vrsta papira	Muflon Lesk 80g
Tisak	4/0 cmyk, offsetni tisak
Dorada	ricanje, isporuka u ricanim arcima
Priprema/Montaža	Daje naručitelj u digitalnom formatu
Transport i pakiranje	Navedene cijene ne uključuju nestandardno pakiranje niti sortiranja i pakiranja po specifikaciji. Cijena ne uključuje dostavu izvan područja Grada Zagreba.

Količina	Jedinična cijena	Ukupno (HRK)	Napomena uz ponudu
80.000	0,09950 + PDV	7960,00 + PDV	
Datum isporuke	Prema dogovoru		
Uvjeti plaćanja	15 dana		



www.erstebank.hr
Info telefon: 0800 7890

