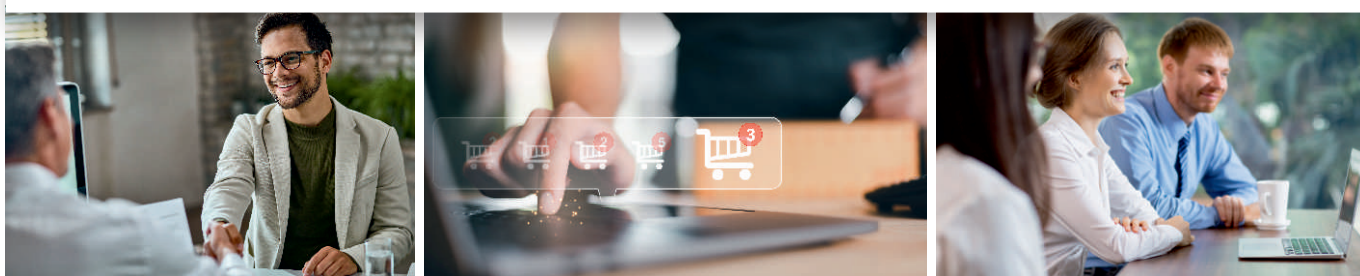




příklad dobré praxe

## Meet the Buyer aneb setkávání s dodavateli



Národní strategie veřejného zadávání pokládá komunikaci mezi zadavateli a dodavateli za velmi podstatný prvek přípravy zadávacích řízení a zadavatelé, kteří usilují o odpovědné a co nejkvalitnější zadávání svých veřejných zakázek, se s touto myšlenkou jednoznačně ztotožňují. Vedle v poslední době poměrně hojně využívaných předběžných tržních konzultací (PTK), které jsou zpravidla zaměřené na jednu konkrétní veřejnou zakázku, případně oborových tržních konzultací (OTK), které jsou svým pojetím širší, ale zároveň náročnější na organizaci, nabývá na popularitě i další forma interakce mezi zadavateli a dodavateli označovaná anglickým spojením slov Meet the Buyer (dále také jen jako „MTB“) volně přeloženo jako „potkej se se zadavatelem“. Poprvé ji v roce 2018 realizovalo Povodí Vltavy (<https://portal-vz.cz/praxe/komunikace-s-potencialnimi-dodavateli-verejnych-zakazek/>) a brzy navázali další zadavatelé, mezi které jako jedni z prvních patřili také Jihomoravský kraj (JMK) a Masarykova univerzita (MUNI).

Přesto, jak i pojmenování akce napovídá, je třeba původní inspiraci stejně jako u řady dalších přírodních aktivit v oblasti veřejného zadávání, hledat v zahraničí. Např. na britských ostrovech jsou obdobná setkání často organizovaná hromadně a mají spíše podobu veletrhu, na kterém se setkávají desítky či stovky zadavatelů (někdy nejen veřejných, ale i soukromých) a dodavatelů a jehož program je často doplněný o přednášky a workshopy zaměřené např. na menší nebo začínající dodavatele, aby jim byl svět veřejného zadávání co nejvíce přiblížen a otevřen. Velmi oblíbený je tento typ akcí například ve Skotsku v rámci jejich Supplier Development Programme<sup>1</sup>). Pokud se podíváme za hranice evropského kontinentu tak na popularitě tento typ akcí nabývá i v celosvětovém



<sup>1</sup> <https://www.sdpscotland.co.uk/events-mtb25/>



měřítka. Ve Spojených státech jsou podobné akce organizovány například městem Houston, které pořádá „Meet the Buyer Procurement Forum“ s cílem propojit malé podniky s nákupčími a hlavními dodavateli<sup>2</sup>.

V českém prostředí je zatím Meet the Buyer doménou jednotlivých zadavatelů, kteří akci organizují pro svůj okruh dodavatelů. Výjimku z této zvyklosti představuje **společná akce JMK, MUNI a Vysokého učení technického v Brně (VUT)**. Tito tři zadavatelé spolu dlouhodobě neformálně spolupracují, sdílí své zkušenosti, úspěchy i nezdary, jejich zástupci často společně vystupují na konferencích či v rámci výukových programů (např. Digitální zakázkářský tým, LL.M. kurz na Univerzitě Karlově apod.), školení a workshopů a pro roky 2024 a 2025 (a věřme, že i pro roky následující) se rozhodli spojit síly i v rámci akce MTB.

Shodně ji totiž vnímají jako prostor pro předání informací ze strany zadavatelů, zároveň možnost zjistit, co se aktuálně děje na příslušném trhu, jak se dodavatelé dívají na některé konkrétní aspekty nebo problémy veřejných zakázek a v neposlední řadě i místo k méně formální diskusi o obecnějších tématech zakázkového dění.

**Setkání je zpravidla zaměřené na určitou konkrétní oblast**, přičemž v Brně šlo o představení plánovaných stavebních investičních akcí a veřejných zakázek komplementárních tedy se stavebními investicemi přímo či nepřímo souvisejících nebo navazujících. Setkání bylo primárně určené pro dodavatele stavebních prací, architektonických a projekčních prací a dodavatele souvisejících služeb (technické dozory, správce stavby, koordinátory BOZP), ale i dodavatele vybavení, kteří vědí, že když zadavatelé něco nového vybudují, zpravidla to nezůstane prázdné a je potřeba to interiérově vybavit (nábytek, ICT, AV technika, technologie apod.). Lze si ale představit setkání zaměřené prakticky na jakoukoli oblast, ve které zadavatel plánuje zadat větší množství zakázek např. v období 1-2 let nebo i v situaci, kdy plánuje využít nějaký specifický institut, jako např. zavedení systému kvalifikace u sektorových zadavatelů.<sup>3</sup>

Pokud jde o cíle nebo smysl akce MTB, jako první se jistě nabízí **zvýšení transparentnosti a předvídatelnosti zadavatelů, s tím související podpora co nejširší hospodářské soutěže a partnerského přístupu k realizaci projektů**. Neméně důležité je ale i samotné představení osob na straně zadavatelů, ukázka toho, že i u nich pracují odborníci jako např. manažeři veřejných zakázek nebo investiční manažeři, kteří své práci rozumí a snaží se ji vykonávat co nejlépe, aby byly veřejné finanční prostředky využívány smysluplně a efektivně.

V tomto kontextu se nabízí otázka, proč se spojovat – proč je vhodné, aby své zakázky prezentovalo více zadavatelů společně. Prvním důvodem je **úspora. A to jak finanční, tak časová, a jak na straně zadavatelů tak dodavatelů**. Organizační stránky setkání se může chopit jeden ze zadavatelů, ostatním tato starost odpadne a mohou se soustředit na jeho obsahovou náplň. Dodavatelé získají širší spektrum informací na jednom místě, nemusí objíždět více setkání a nehrozí tak jejich



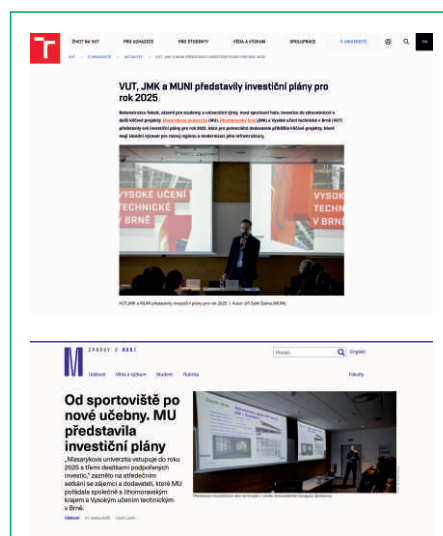
2 <https://whova.com/case-studies/meet-buyer-procurement-forum/>

3 <https://www.spravazeleznic.cz/dodavatele-odberatele/odborna-zpusobilost-pro-cinnosti-na-zdc/system-kvalifikace>



přehlčení tímto typem setkání. Nedojde tak k tomu, že si s ohledem na vlastní omezené časové možnosti začnou setkání vybírat, jejich návštěvnost bude klesat, což by v konečném důsledku mohlo vést až k tomu, že se přestanou konat, jelikož při nízké návštěvnosti nebudou mít přidanou hodnotu ani pro samotné organizátory – zadavatele. Druhým důležitým důvodem je **ukázka spolupráce a obdobného přístupu k stavebním investičním akcím a veřejným zakázkám prezentujících zadavatelů**. Informace předávané dodavatelům tak mají větší váhu, zejména pokud jde o oblasti, které jsou pro zadavatele podstatné – ať už jde o strategický, odpovědný či udržitelný přístup k veřejným zakázkám nebo třeba doporučení ke zpracování nabídek, komunikaci v průběhu zadávacích řízení i během samotné realizace veřejných zakázek (řízení smlouvy s dodavatelem). V neposlední řadě spojení několika zadavatelů představuje cestu i pro menší zadavatele, kteří sami nemusí mít větší počet projektů, které by chtěli prezentovat a setkání by pro ně nemělo dostatečný přínos, případně by bylo zvýšené riziko menšího zájmu dodavatelů.

Při organizaci je velmi důležité **zvolit vhodný termín s ohledem na to, co má zadavatel v plánu prezentovat**. Samozřejmě musí zohlednit, kdy bude mít potřebné informace sám k dispozici v rámci svého plánu investic a kdy bude chtít, aby je měli dodavatelé. Pozvánky je třeba rozeslat v dostatečném předstihu, ideálně alespoň 3-4 týdny před akcí. Nezbytné je **oslovit co nejširší okruh dodavatelů**, ať už těch, kteří o veřejné zakázky zadavatele měli zájem v minulosti, tak nových, kteří by mohli znamenat novou konkurenci, rozšířit hospodářskou soutěž a přinést výhodnější nabídky. Je dobré se kromě konkrétních zadavatelů zaměřit i na nejrůznější profesní sdružení, komory, asociace apod. a požádat je, aby pozvánku rozšířili mezi své členy, případně aby se zúčastnili přímo jejich zástupci a pak předali prezentované informace dál. Důležité je v pozvánce a programu vymežit o čem bude na setkání řeč, případně i to, o čem řeč nebude, aby zadavatel předešel tomu, že dodavatelé budou odcházet s negativním pocitem, že se nedozvěděli, co očekávali. Samozřejmostí by mělo být konání akce na dobře dopravně dostupném místě, protože dodavatelé, kteří budou hned na úvod bloudit, nebudou mít kde zaparkovat apod. pravděpodobně akci pozitivně hodnotit nebudou. Kromě samotného věcného či odborného programu lze zvážit, zda je možné účastníkům akce nabídnout i něco navíc a vhodné je vyhradit určitý prostor na neformální diskusi v podobě přestávky na kávu a jiné občerstvení nebo pauzy na oběd. Neméně důležitá je však také propagace akce prostřednictvím různých informačních kanálů zadavatelů, zejména na profilu zadavatele, který dodavatelé pravidelně sledují a vyhledávají na něm podnikatelské příležitosti. Propagovat akci je vhodné také například prostřednictvím sociálních sítí či oficiálních webových stránek zadavatelů, mají-li je k dispozici. Následné **vydání společné tiskové zprávy<sup>4</sup> z průběhu MTB** může mít pozitivní konotace i z pohledu vnímání veřejných zakázek ze strany tisku a médií a vytvářet tak pozitivní mediální obraz veřejného zadávání, které vzhledem k různým korupčním kauzám není obecně vnímáno příliš pozitivně v očích veřejnosti. A informování o proběhnuté akci může být zajímavé i pro vnitřní prostředí organizací, obzvláště pokud jde o tak velké subjekty jako jsou univerzity či samosprávné celky, které zaměstnávají stovky nebo tisíce zaměstnanců, vyučují desetitisíce studentů. I takto lze **přispívat k pozitivnějšímu pohledu na oblast veřejného nakupování**.<sup>5</sup>



4 <https://www.vut.cz/vut/aktuality-f19528/vut-jmk-a-muni-predstavily-investicni-plany-pro-rok-2025-d279102>

5 [Od sportoviště po nové učebny. MU představila investiční plány | Události | em.muni.cz](#)



Co budou zadavatelé dodavatelům prezentovat je čistě na jejich uvážení. Na představení investičních akcí dodavatele samozřejmě nejvíce zajímá, co se chystá – **přehled akcí, termíny, předpokládané hodnoty a případná specifika jednotlivých projektů či veřejných zakázek**...na místě ale může být i **prezentace toho, co se povedlo v minulosti nebo je právě ve fázi realizace**. S tím lze spojit i drobnou reklamu pro stávající dodavatele a ukázat, že spolupráce má smysl a přináší zajímavé výsledky. Rozhodně je vhodné zařadit do programu i informativní, edukativní či odborný blok. Dodavateli sice nemusí být hodnocený úplně nejpozitivněji, jelikož primárně přišli pro jiné informace, přesto seznámit je se strategií či prioritami zadavatele, strukturou zadávacích podmínek, formulářem nabídky, elektronickým nástrojem, nejčastějšími chybami v nabídkách atd. jistě má přidanou hodnotu. Postupně se lze zaměřit i na další témata nebo pro osvěžení přizvat i externí hosty. V roce 2024 tak na setkání JMK, MUNI a VUT byla řeč o (v té době) zcela nové Národní strategii veřejného zadávání, o důležitosti komunikace a férového přístupu zadavatelů i dodavatelů, o metodě Best Value Approach a o digitalizaci projektů – metodě BIM, využívání CDE. Posledního tématu se chopil externí manažer BIM, se kterým na svých projektech spolupracuje JMK, čímž se dodavatelům představila další důležitá osoba, se kterou se při realizaci projektů budou setkávat. O rok později na setkání proběhla prezentace Centra pro regionální rozvoj zaměřená na dotační aspekty investičních akcí a na podstatná témata, která mohou být v dotačních projektech problematická – doplňování nabídek, změny závazku ze smlouvy, uplatňování smluvních pokut a obecně postup v souladu se smluvními podmínkami. Na prezentaci navázala i diskuse zadavatelů, která znovu zdůraznila důležitost včasné a efektivní komunikace mezi zadavatelem a dodavatelem a snahu o partnerský přístup při realizaci projektů. Jak už bylo zmíněno, nejpodstatnější částí setkání je **prezentace připravovaných akcí**. Je vhodné vybrat ty, které jsou pro zadavatele významné – ať už hodnotou, složitostí nebo z jakéhokoli jiného důvodu – a představit je podrobněji – od základních informací typu, co je cílem a předmětem projektu, jaká je jeho předpokládaná hodnota, uvažované termíny zadávání a realizace, základní informace o zadávacím řízení (např. druh, uvažovaná hodnotící kritéria) až po specifika, která zadavatele vedou k tomu, že právě o tomto konkrétním projektu mluví (významnost pro zadavatele, časové aspekty, technické řešení, specifický způsob realizace atd.). Vedle těchto vybraných projektů **je vhodné dodavatelům předat kompletní přehled plánovaných akcí, který si mohou z akce „odnést“** – dnes už je samozřejmě možné jej zpřístupnit v elektronické podobě prostřednictvím odkazu a/nebo QR kódu.

Důležitým aspektem pro rozhodnutí o pořádání akce mohou být pro některé zadavatele i náklady s tím spojené. V případě brněnských setkání šlo v poměru k hodnotě prezentovaných akcí o zanedbatelnou částku. Pokud necháme stranou náklady zadavatelů na vlastní zaměstnance (organizace akce, příprava prezentací apod.) představují významnější náklady jen pronájem prostor a zajištění občerstvení. Navíc pokud zadavatel disponuje vlastním vhodným prostorem, kde lze setkání uspořádat (nebo třeba jako v případě JMK jim disponuje některá z jeho příspěvkových organizací), náklady se ještě sníží. V každém roce společného setkání činily kolem 70 tis. Kč, což nepředstavuje výraznou částku ani pro menší zadavatele, natož při rozpočítání mezi tři při společné akci. Investiční akce, o kterých byla řeč, přitom mají hodnotu několika miliard. **A i když přínos setkání nelze nějakým jednoduchým způsobem kvantifikovat, nad uvedenými náklady by měl určitě převážet.**

Součástí setkání je užitečné učinit i **sběr a vyhodnocení zpětné vazby účastníků**. Zadavatelé mohou jednak prověřit, jak se dodavatelům setkání líbilo, jak byli spokojeni s jeho organizací, jestli jsou pro ně prezentované informace zajímavé a využitelné, jednak mohou využít situace, kdy mají pohromadě několik desítek dodavatelů a zjistit informace, které jim mohou sloužit při přípravě a realizaci zadávacích řízení a investičních akcí. Ať už o aktuálním dění na trhu nebo třeba o přístupu dodavatelů k veřejným zakázkám – kde vidí bariéry, kde vidí příležitosti pro vylepšení, o přístu-



pu k předběžným tržním konzultacím (zda se jich účastní, případně proč ne), o preferencích v oblasti hodnotících kritérií atd. Z organizačního pohledu lze doporučit využít v rámci hodnotícího dotazníku stručné a uzavřené otázky, které jsou pro dodavatele jednoduché na uchopení a rychlé na zodpovězení<sup>6</sup>. Otevřené otázky se zpravidla nesetkají s úspěchem a zadavatel se toho mnoho nedozví. Setkání JMK, MUNI a VUT se účastnily vyšší desítky dodavatelů, návratnost dotazníků byla cca 30-50 % a **zpětná vazba na samotná setkání byla vždy pozitivní**, zajímavé je, že **dodavatelé preferují osobní účast na akci před online formou a pochopitelně jim vyhovuje spojení více zadavatelů a sdílení širšího spektra informací**.

Vzhledem k pozitivnímu zaměření celého textu je na místě v závěru věnovat prostor i tomu, jestli by se zadavatelé měli v souvislosti s akcí typu Meet the Buyer obávat toho, zda předání většího rozsahu informací o připravovaných akcích ve větším časovém předstihu nemůže vést k tomu, že se dodavatelé budou domlouvat, spojovat, či jinak koordinovat své postupy v zadávacích řízeních. Proti tomu existuje argument, že **akce zvyšuje transparentnost zadavatelů a má potenciál přilákat k veřejným zakázkám nové dodavatele, kteří naopak mohou narušit i již případně existující spolupráci některých stálejších dodavatelů**. Vedle toho se dá říct, že v některých případech může být spolupráce dodavatelů i žádoucí – u složitějších, finančně náročnějších, rozsáhlejších projektů, projektů realizovaných metodou Design&Build apod. - je vhodné, když na přípravu spolupráce dodavatelé mají dostatek času a nemusí vše řešit na poslední chvíli během (zpravidla krátké) lhůty pro podání nabídek nebo žádostí o účast. I v tomto případě by tak benefity měly převažovat nad riziky a byť je obezřetnost zadavatelů určitě na místě, neměly by je obavy od pořádání setkání a komunikace s dodavateli odradit.

Dokládá to i fakt, že dnes už zdaleka nejde o ojedinělou (brněnskou) akci, pořádá ji celá řada zadavatelů – od menších měst (Příbram<sup>7</sup>, Jičín<sup>8</sup>), přes kraje (Liberecký<sup>9</sup>, Centrální nákup Plzeňského kraje<sup>10</sup>) až po velké sektorové (Správa železnic<sup>11</sup>, Letiště Praha<sup>12</sup>) - a zpravidla ti, kteří se do ní pustí jednou, v ní pokračují i nadále.



**Pevně věříme, že tento článek poskytne inspiraci a užitečné informace i dalším zadavatelům, klidně i menším, kteří akci mohou v ideálním případě připravit společně a šetřit vlastní (veřejné) finance i prostředky a čas dodavatelů a maximalizovat její přínosy.**

Podrobnosti ke společným akcím JMK, MUNI a VUT i dřívějším samostatným JMK jsou veřejně dostupné.<sup>13</sup>

6 Např. <https://forms.office.com/e/hVAmeLEQDD>

7 <https://www.youtube.com/watch?v=G9zslSM4lBM>

8 <https://www.novyjicin.cz/tiskovezpravy/mesto-zverejnilo-nejvetsi-investicni-akce-letosniho-roku/>

9 <https://www.kraj-lbc.cz/aktuality/liberecky-kraj-opet-predstavi-verejne-zakazky-na-dalsi-rok-n557612.htm>

10 <https://www.cnpk.cz/blog/meet-the-buyer-2024>

11 [https://www.spravazeleznic.cz/aktuality/-/asset\\_publisher/qSujQZ8W3r0i/content/meet-the-buyer-seznameni-dodavatelu-s-plany-spravy-zeleznic-v-oblasti-zvysovani-bezpecnosti-na-prejezdech-i-na-traticch?inheritRedirect=false](https://www.spravazeleznic.cz/aktuality/-/asset_publisher/qSujQZ8W3r0i/content/meet-the-buyer-seznameni-dodavatelu-s-plany-spravy-zeleznic-v-oblasti-zvysovani-bezpecnosti-na-prejezdech-i-na-traticch?inheritRedirect=false)

12 <https://www.prg.aero/pozvanka-na-setkani-meet-buyer-na-letisti-praha-dne-29-11-2023>

13 Např: <https://www.jmk.cz/content/2830> nebo [https://zakazky.muni.cz/publication\\_display\\_221.html](https://zakazky.muni.cz/publication_display_221.html)



## ● Ukázka z prezentace dokončených akcí – JMK 2025

**jihomoravský kraj**

**Přístavba  
k budově A  
Střední škola  
Brno, Charbulova,  
příspěvková  
organizace**

listopad  
**2022** → srpen  
**2024**

**Celková výše investice  
190 mil.Kč**

**V objektu jsou  
umístěny:**

- + prodejna  
potravinářských  
výrobků
- + provozovny  
kadeřnictví  
a kosmetiky
- + učebny  
kadeřnictví,  
aranžování,  
fotografování a ICT
- + sedm kmenových  
učeben

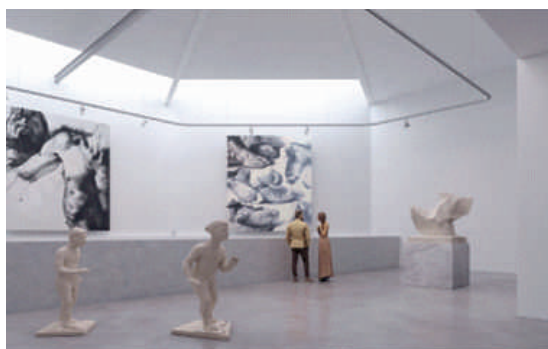
**Zahájení výuky  
v září 2024**

ZHOTOVITEL STAVBY: Metrostav DIZ s.r.o., sídlo Kozelužská 2450/4, 180 00 Praha 8, IČO: 25021915  
ZPRACOVATEL PROJEKTOVÉ DOKUMENTACE: DESIGN arcom s.r.o., sídlo Příběnická 981/4, 130 00 Praha, IČO: 27176975

## ● Ukázka z prezentace připravovaných akcí – VUT 2025

### Rekonstrukce a dostavba areálu Údolní 53

- Nové zázemí pro 2 fakulty (FaVU a FA)
- 4 etapy rekonstrukce (dohromady cca 1 – 1,2 mld. Kč bez DPH)
- Etapa 1 a 2 – zahájení stavby začátek roku 2. pol. 2025. Dokončení 1. pol. 2027
- Zelený FIDIC s prvky červeného

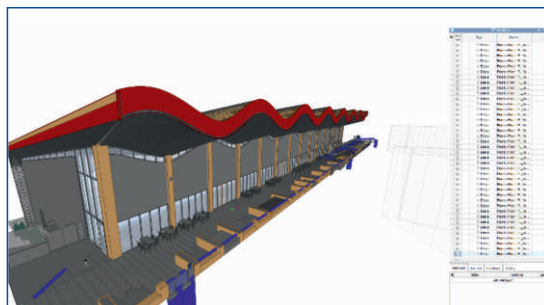




## ● Ukázka z prezentace připravovaných akcí – MUNI 2025

### Víceúčelový sportovní areál

- Nové sportoviště MUNI (cca 300 mil. Kč bez DPH)
- Sportovní hala a venkovní sportoviště (atletický stadion)
- Realizace červen 2025 – prosinec 2027
- Navazovat budou dodávky interiérového vybavení a AVT



## ● Ukázka zpětné vazby účastníků v rámci dotazníkového šetření

