

Komunikace s dodavateli – příležitost, nebo důvod k obavám?

Role zadavatelů a dodavatelů jsou ve veřejném zadávání poměrně jednoznačně vymezeny. Jedni zboží, služby a stavební práce poptávají, druzí je nabízejí. V soukromém sektoru běžně dochází mezi stranami průběžně ke vzájemnému vyjednávání podmínek předmětu plnění a hledání vyváženosti obchodního vztahu. Zadavatelé sice takovou komunikaci s dodavateli vést nemohou, určité možnosti komunikace mezi zadavateli a dodavateli, v mezích veřejného zadávání a zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (ZZVZ), však přece jen k dispozici jsou. Odpovězme si tedy na následujících řádcích na otázku: Představuje komunikace s dodavateli příležitost, nebo důvod k obavám?



Petra Ingerová
Leona Gergelová Šteigrová
Eva Chvalková

Projekt Podpora rozvoje
a implementace sociálně
odpovědného veřejného zadávání,
Ministerstvo práce a sociálních věcí

Právděpodobně se při zadávání veřejných zakázek neseťkáváme s rozporuplnější problematikou, než je právě hledání legálních způsobů komunikace mezi zadavateli a dodavateli. Snad každý účastník diskuse na toto téma má svůj názor, který se pohybuje na škále od přesvědčení, že komunikace mezi oběma stranami je základem korupce, ohrožuje zadavatele a vede k předávání úplatků, až po názor, že se jedná o přirozenou věc přinášející „win-win“ řešení oběma stranám.

Jakkoliv tento článek zdůrazňuje benefity takové komunikace, praktické příklady i konkrétní možnosti, vnímáme současně oprávněné obavy na straně českých zadavatelů i dodavatelů, které vycházejí z dosavadní kultury zadávání veřejných zakázek v České republice. Tato názorová disproporce byla pa-

trná například při začlenění institutu předběžných tržních konzultací do § 33 ZZVZ. Institut předběžných tržních konzultací vyvolal na straně jedné řadu otázek a pochybností. Na straně druhé se může zdát až s podivem, proč nebyl zakotven již dříve, a to především těm, kteří jeho prostřednictvím očekávanou pomoc v podobě informací nezbytných například pro specifikaci předmětu zakázky již získali. Proč je tedy komunikace mezi oběma stranami tak důležitá?

• **Zadavatel si transparentním způsobem obstarává informace z trhu:** Poptává-li zadavatel komplexnější a složitější plnění bez reálné znalosti možností trhu a ověření toho, co by mohl za vyčleněné veřejné prostředky fakticky získat, může být získané plnění v konečném dů-

sledku velmi neúčelné. S neustálým pokrokem, kterého jsme svědky, není totiž vždy v silách zadavatele sledovat veškeré modifikace a inovace u poptávaného plnění, natož vyhodnocovat, kdy je takový vývoj pro jeho potřeby a cíle výhodný.

Otevřená a dostatečná komunikace ze strany zadavatele, samozřejmě vždy v mezích zákona, proto může přinést řadu praktických pozitivních dopadů, jako například jasnější a realističtější formulace předmětu plnění, správný odhad, zda na trhu existuje dostatečný počet potenciálních dodavatelů schopných plnění zajistit, inovativní řešení nebo třeba společenské benefity v podobě zaměstnávání osob ze skupin na trhu práce znevýhodněných, pořízení služeb poskytovaných za férových a důstojných pracovních podmínek či nákup zboží šetrného k životnímu prostředí.

• **Zadavatel dlouhodobě bude je svoji pověst důvěryhodného a transparentního obchodního partnera a podporuje potenciální dodavatele k účasti v zadávacích řízeních:** Otevřená a dostatečná komunikace ze strany zadavatelů může také pomoci překonat některé neduhy veřejného zadávání. Řada dodavatelů považuje svoji účast v zadávacích řízeních za frustrující, někteří na ni dokonce již rezignovali nebo se o ni ani nepokusili a záměrně do soutěže nevstupují. Zejména malým dodavatelům bez vlastních specialistů na veřejné zakázky se proces zadávání veřejných zakázek může jevit jako příliš komplikovaný. Soutěž je často zaměřená na cenu a nedovolí jim nabídnout jejich know-how a využít jejich potenciál, případně obchodní a smluvní podmínky nejsou zadavatelem nastaveny vyváženě.

Potřeba správné komunikace nabývá na důležitosti také v případech, kdy zadavatelé v rámci svého strategického přístupu k veřejným zakázkám využívají tzv. odpovědné zadávání. Zde na straně jedné stojí zadavatelé, kteří kromě snahy poptat zboží, služby nebo stavební práce mají i své priority například v oblasti sociální politiky, zaměstnanosti, rozvoje místní ekonomiky či životního prostředí a chtějí prostřednictvím veřejného zadávání tyto své strategické cíle podpořit. Na straně druhé jsou dodavatelé (firmy od velkých až po malé, včetně sociálních podniků), kteří při plnění veřejných zakázek mohou uvedené priority zadavatele podpořit a při plnění veřejné zakázky například zaměstnat osoby z cílových skupin znevýhodněných na trhu práce, naučit tyto osoby novým dovednostem, dodat plnění šetrné k životnímu prostředí atd. Zakázka v konečném důsledku může podpořit i místní komunitu a přispět k rozvoji regionu. Mnohé obchodní

společnosti mají často navíc vlastní politiku společenské odpovědnosti, kterou se snaží prokázat svým příklonem k naplňování veřejných priorit či veřejného prospěchu. Tyto dva přístupy může transparentní komunikace efektivně propojit.

Ze zahraniční praxe vyplývá, že zadavatelé při komunikaci (jednání) zjišťují, co vše může trh poskytnout, případně ponechávají prostor dodavatelům, aby zadavatelům sami aktivně pomohli definovat možnosti, kterými lze při plnění veřejné zakázky přispět společnosti či životnímu prostředí. Tak se i oblast odpovědného zadávání stává předmětem soutěže a konkurence, což maximalizuje benefity pro zadavatele a společnost. Heslo „value for money“, tj. získání maximální hodnoty za vynaložené prostředky, zde významně nabývá na smyslu.

Český přístup k odpovědnému veřejnému zadávání vyzkoušel jen relativně jednoduché postupy spočívající nejčastěji v začlenění

požadavku zadavatele, aby část plnění byla realizována určitým procentem osob, jež vybraný dodavatel přijme mezi své zaměstnance z řad dlouhodobě nezaměstnaných. U komplexnějších a sofistikovanějších postupů odpovědného veřejného zadávání však zadavatelé bez náležité komunikace s dodavateli jen těžko takovou příležitost efektivně využijí, neboť nevědí, co může trh nabídnout, a často pak stanovují pouze minimální požadavky, o jejichž snadnosti splnění jsou přesvědčeni. Žádný zadavatel koneckonců nechce připravenost trhu „testovat“ po vyhlášení veřejné zakázky.

V tomto článku se vám proto pokusíme nastínit některé možné způsoby komunikace mezi zadavatelem a dodavatelem. Řada z nich se zatím u nás běžně nepoužívá a některé instituty a nástroje nebyly v České republice dosud použity vůbec. Smyslem je otevřít k danému tématu odbornou diskusi a přiblížit zadavatelům odlišný přístup, který by jim pomohl dosahovat transparentně otevřené komunikace s dodavateli, nacházet vhodné a inovativní řešení pro jejich potřeby a získat tak maximální hodnotu za vynaložené veřejné prostředky



podobně, jako ukazuje praxe našich zahraničních partnerů z řad veřejných zadavatelů.

Ve vhodných případech může zadavatel využít nástroje a instituty, které se vztahují ke komunikaci probíhající před vlastním zahájením zadávacího řízení (předběžné tržní konzultace podle § 33 ZZVZ, průzkum trhu), jednání podporující větší účast dodavatelů v soutěži (technické školení potenciálních dodavatelů za účelem zlepšení jejich přístupu k soutěži) nebo jednání všeobecná a průběžná s celým dodavatelským řetězcem bez vazby na konkrétní veřejnou zakázku, jejichž cílem je umožnění lepšího pochopení záměrů, cílů a priorit zadavatele dodavateli (např. tzv. meet the buyer). Neopomenutelnou úlohu hrají i některé druhy zadávacích řízení, jež umožňují vyjednávání s účastníky zadávacího řízení už ze své podstaty (soutěžní dialog, jednací řízení s uveřejněným nebo zjednodušený režim).

Na některé aspekty komunikace mezi zadavatelem a dodavatelem v zadávacím řízení (a při zvláštních postupech podle části šesté zákona – zadávání veřejných zakázek na základě rámcové dohody, dynamický nákupní systém a soutěž o návrh) pamatuje zákon explicitně v ust. § 211 ZZVZ. Požadována je komunikace primárně písemnou formou, a není-li to zákonem vyloučeno, lze využít i méně formální komunikaci ústní. Klíčovou podmínkou takového postupu je dostatečné zajištění zdokumentování takové komunikace. Transparentnost postupu zadavatele lze zajistit například prostřednictvím zápisů, zvukových nahrávek nebo souhrnů hlavních prvků komunikace.

Cílem těchto způsobů komunikace není připravit korupční prostředí nebo zvýhodnit či poškodit



dodavatele. Je-li komunikace mezi zadavatelem a dodavatelem otevřená, transparentní a zdokumentovaná, není se třeba bát. Je však namístě postupovat v souladu se zákonem a i nad rámec jeho požadavků se vždy snažit podnikat vhodné kroky za účelem zajištění maximální otevřenosti a transparentnosti postupů zadavatele a budování důvěry dodavatelů v jeho postup. S ohledem na individuální okolnosti a charakter zakázky se může

Záznamy pořízené z těchto jednání je vhodné následně také zpřístupnit (s výjimkou pasáží ve smyslu § 218 odst. 3 ZZVZ, tj. s výjimkou těch informací, jejichž uveřejnění by znamenalo porušení jiného právního předpisu, bylo by v rozporu s veřejným zájmem, mohlo by porušit právo dodavatele na ochranu obchodního tajemství nebo by mohlo ovlivnit hospodářskou soutěž). Pro rozšíření informace o plánovaném jednání

lze přitom využít nejen prostředky pro zakázkové prostředí obvyklé – jako je profil zadavatele nebo předběžné oznámení ve smyslu § 34 ZZVZ; zadavatel může využít i své další komunikační kanály směrem k veřejnosti (mj. webové stránky, tiskové

zprávy, periodika apod.). Dále se zaměříme na některé zmiňované způsoby komunikace mezi zadavatelem a dodavatelem.

Předběžné tržní konzultace umožňují zadavatelům seznámit se transparentně s inovativními postupy

vhodný postup zadavatele lišit, ale obecně lze doporučit, aby zadavatel jednání s dodavatelem před zahájením zadávacího řízení, jakož i jednání všeobecná bez vazby na konkrétní veřejnou zakázku zpřístupňoval komukoliv, kdo má zájem, a tento zájem na straně dodavatelů vzbuzoval dostatečnou informovanost o takovém plánovaném jednání.

Předběžné tržní konzultace

Předběžné tržní konzultace jsou upraveny v § 33 ZZVZ, a přestože jde jen o jeden relativně krátký paragraf v zákoně, zadavatelé získali

velmi praktický institut. Předběžné tržní konzultace lze využít ve fázi před zahájením zadávacího řízení jako jakési poradenství od dodavatelů a nezávislých odborníků pro případy, kdy si zadavatel není zcela jist, jak definovat některé aspekty požadovaného plnění nebo jak bude trh reagovat na jeho záměry a potřeby. Předběžné tržní konzultace zadavatelům umožňují seznámit se transparentní cestou s novými variantami řešení a inovativními postupy.

Zejména při odpovědném veřejném zadávání zadavatelé předběžné tržní konzultace v praxi velmi ocení. Zadavatel může potenciální dodavatele seznámit se svými dlouhodobými záměry, prioritami a strategickými cíli a objasnit, jak budou veřejným zadáváním podpořeny. Dodavatelé mají možnost na záměry zadavatele reagovat, včas upozornit na úskalí navrhovaných řešení a navrhnout alternativní varianty či zcela nový inovativní pohled na problematiku. Podporuje se tak funkční spojení zadavatelů a dodavatelů při definování toho, jak v konkrétní veřejné zakázce dosáhnout maximální hodnoty za vynaložené prostředky.

Zápis, záznam nebo souhrn hlavních prvků dokumentace z předběžných tržních konzultací je také vhodné zpřístupnit, nejlépe jako součást zadávací dokumentace. Dalším vhodným doplněním zadávací dokumentace může být zdůvodnění užití předběžných tržních konzultací a postupu zadavatele při nich.

Je samozřejmě nutné, aby zadavatel informace obdržené od dodavatelů vždy kriticky vyhodnotil a zvážil, zda a v jakých aspektech mohou být přínosem pro jeho další postup. Při využití předběžných tržních konzultací je třeba zajistit, aby jejich užitím nedošlo k narušení hospodářské soutěže a aby dodavatelé, kteří se předběžných tržních konzultací nezúčastnili, nebyli znevýhodněni. V souladu s § 36 odst. 4 ZZVZ je dále potřeba označit v zadávací dokumentaci tu část, jež byla zformulována na základě předběžných tržních konzultací, identifikovat osoby, které se jich zúčastnily, a uvést všechny podstatné informa-

Předběžné tržní konzultace pro zjištění reakce trhu na plánované včlenění aspektů odpovědného zadávání do veřejné zakázky vyzkoušelo v praxi Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV), a to ještě za účinnosti zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění tehdy platném. MPSV tento nástroj využilo k seznámení potenciálních dodavatelů se svými záměry nakupovat mimo jiné některé potravinové výrobky, které odpovídají požadavkům na tzv. vyšší standard kvality podle režimu jakosti zemědělských produktů a potravin uvedených v čl. 16 nařízení č. 1305/2013, nebo nakupovat textilní výrobky vyrobené v souladu s požadavky etického nakupování. S výsledky bylo MPSV spokojeno.

ce, jež byly obsahem předběžných tržních konzultací.

Školení dodavatelů

Školení dodavatelů v režii zadavatelů nebývá v České republice příliš časté. V zahraničí mají takovéto akce velký úspěch a do naší praxe je lze převzít bez větších komplikací. Použití je však vhodné jen v některých specifických případech, kdy jsou si zadavatelé vědomi, že pro některé veřejné zakázky nedostávají větší počet nabídek (příp. vůbec žádné) a soutěž v zásadě nefunguje, přičemž jsou si ale zároveň jisti, že specifikace předmětu plnění je definována správně a že i obchodní podmínky jsou nastaveny přiměřeně.

Klasickým případem mohou být veřejné zakázky s malou předpokládanou hodnotou a předmětem plnění, který je typický pro



malé místní podniky. Jak ovšem praxe menších zadavatelů ukazuje, právě tyto podniky se do soutěže nezapojují. Často nedokážou takovéto příležitosti najít, využívá-li zadavatel elektronické tržiště, případně se neumějí zaregistrovat anebo nabídku řádně připravit a podat. Tento aspekt je významný i u sociálních podniků, jež mohou řadu plnění nabídnout, ale svět veřejných zakázek je jim poměrně vzdálený.

Cílem školení je podpora dodavatelů při přístupu k veřejným zakázkám, tedy snaha předat jim obecné a všeobecně dostupné informace, ukázat jim, jak takové informace vyhledat, a upozornit je, na co si při přípravě nabídek dát pozor. Zadavatelé tak mohou pomoci dodavatelům překonat těžkosti bránící jejich účasti ve veřejných zakázkách a podpořit tím v problematičtějších oblastech soutěž. Nedochozí zde samozřejmě k předání jinak nedostupných informací o veřejných zakázkách či ke zvýhodňování vybraných dodavatelů.

I v tomto případě platí, jak již bylo zmíněno, že postup zadavatele při přípravě, v průběhu i po proběhlém školení musí být transparentní. Školení by mělo být otevřeno každému, kdo má zájem, přičemž zadavatel by měl učinit dostatečné kroky k tomu, aby se o školení dozvědělo co nejvíce dodavatelů a aby bylo co největšímu počtu dodavatelů i dostupné (např. o plánovaném školení

Cílem je zajistit, aby se do soutěže zapojilo co největší množství dodavatelů

dostatečně informuje dostupnými kanály a zvolí vhodné místo a čas jeho konání). V průběhu školení by zadavatel měl striktně uvádět pouze obecné a všeobecně dostupné informace a o průběhu školení provádět záznam, jež následně uveřejní, aby i dodavatelé, kteří se školení nezúčastnili, získali stejné informace a údaje.

MPSV praktickou zkušenost s pořádáním školení pro dodavatele již má. Vzhledem k tomu, že v rámci své gesce pořádá řadu rozmanitých akcí a konferencí po celé České republice, rozhodlo se zavést pro tato plnění dynamický nákupní systém (DNS). Předpokládá se, že jeho prostřednictvím bude zadáno plnění s předpokládanou hodnotou 13 290 000 Kč bez DPH. Kromě vícedenních konferencí jsou soutěžena i organizační zajištění školení a workshopů, kde může být předpokládaná hodnota relativně nízká. DNS jako plně elektronický, otevřený systém ve smyslu § 138 a násl. ZZVZ však není pro řadu dodavatelů uživatelsky

jednoduchý. Cílem MPSV je přitom zajistit, aby se do soutěže zapojilo co největší množství dodavatelů a zadavatel v konečném důsledku obdržel co nejvýhodnější nabídku. Právě proto se MPSV rozhodlo takovéto školení pro dodavatele zorganizovat, obdobně plánuje postupovat i dále, a to mimo jiné s ohledem na snahu zlepšovat přístup sociálních podniků ke svým veřejným zakázkám.

Už znáte svého zadavatele?

Za účelem zajištění průběžné a dlouhodobé komunikace s celým dodavatelským řetězcem mohou zadavatelé využívat celou řadu neformálních kanálů. Cílem zadavatelů je seznámit dodavatele se svými záměry a prioritami. Mohou k tomu využívat webové stránky své, různých obchodních sdružení nebo se účastnit vhodných akcí. Zde nedochází k předání informací o konkrétní veřejné zakázce. Smyslem informování celého dodavatelského řetězce o záměrech a prioritách zadavatelů je snaha poskytnout s předstihem otevřeně informace, jež mohou mít zásadní vliv na některá z jejich obchodních rozhodnutí. Je to také ide-





ální příležitost získat zpětnou vazbu trhu, jakož i další poznatky o současných trendech a inovacích na trhu. Probíhá zde samozřejmě i networking mezi samotnými dodavateli, kteří mohou těchto akcí využít k navázání vzájemných kontaktů a najít nové poddodavatele, kteří mají zájem se na zakázkách podílet.

Z pohledu odpovědného veřejného zadávání zde může zadavatel vysvětlit, jaké problémy identifikoval ve společenské či environmentální oblasti (např. ve městě je vysoká nezaměstnanost osob starších 55 let) a jak jejich řešení plánuje v rámci veřejného zadávání podpořit (kupř. tak, že bude u vhodných zakázek hodnotit, kolik osob z řad dlouhodobě nezaměstnaných a starších 55 let bylo na plnění veřejné zakázky přijato do pracovního poměru u dodavatele). Dodavatel se pak totiž může připravit podle konkrétních preferencí zadavatele. Ten se může dlouhodobě zaměřovat například na podporu zaměstnanosti, na podporu praktické přípravy studentů a absolventů nebo pro něj může být nejdůležitější využívání ekologicky šetrných řešení.

Ve Velké Británii se takovéto akce často nazývají „meet the

buyer“, což bychom mohli volně přeložit jako „seznamte se se zadavatelem.“ Nemusejí být nutně organizovány samotnými zadavateli, organizátorem mohou být i profesní organizace nebo obchodní komory. Jde však o relativně revoluční způsob komunikace, se kterým, podle našich informací, zatím není v České republice praktická zkušenost a jehož zavedení do praxe budí oprávněné obavy.

Pro hledání vhodného nastavení aspektů odpovědného zadávání lze využít i některá zadávací řízení. Jako první pravděpodobně většinu čtenářů napadne využití soutěžního dialogu. Tento druh zadávacího řízení je nicméně řízením poměrně náročným a svoji roli dozajista má v případech velkých a komplexních veřejných zakázek. Ke zvážení se nabízí při splnění zákonných podmínek také jednací řízení s uveřejněním nebo zjednodušený režim, využít lze i veřejné zakázky malého rozsahu.

Ve Velké Británii má rovněž velkou oblibu tzv. open dialogue, tedy veřejná zakázka malého rozsahu, která je jakousi zjednodušenou obdobou soutěžního dialogu. Tato forma je časově a ekonomicky méně náročná než soutěžní dialog, a protože se nejedná o zakázku v režimu zákona, může si zadavatel transparentním způsobem postup upravit, aby mu pro účely zakázky a pro získání případných společenských benefitů co nejlépe vyhovoval. Vzhledem k tomu, že dodavatelé zde bývají často i malé a střední podniky, je důležité najít správnou hranici mezi požadavky zadavatele na společenské benefity a možnostmi dodavatele tak, aby i z jejich pohledu byly možné a splnitelné (např. přiměřené požadavky na počty praxí pro studenty či absolventy škol během plnění zakázky).

Výše uvedená zadávací řízení s aspekty odpovědného zadávání prozatím v České republice nejsou užívána. Za všechny jsme ale vybrali příklad z Velké Británie, kde využili soutěžní dialog k zajištění celé řady benefitů pro svoji komunitu (převzato z případové studie zpracované zadavatelem Croydon Council; případová studie je v celém rozsahu, přeložená do českého jazyka, k dispozici na www.sovz.cz).

Zadavatel Croydon Council

Zadavatel Croydon Council (Croydon je městský obvod Londýna) se například rozhodl využít soutěžní dialog pro svoji zakázku s názvem „Opravy reagující na potřeby bytového fondu“ (angl. Housing Responsive Repairs), spočívající v provádění oprav, obecných stavebních prací, v údržbě a opravě plynových a elektrických rozvodů, a to ve více než 16 tisících rezidenčních nemoovitostí ve vlastnictví zadavatele. Předpokládaná hodnota zakázky byla stanovena na 180 milionů liber a délka plnění na 7, respektive

15 let. Zadavatel se rozhodl pro soutěžní dialog nejen proto, aby mohl maximálně těžit z odborných poznatků a inovací dosažených ve stavebnictví, ale také aby umožnil účastníkům zaměřit se na přidané společenské benefity.

Přidané společenské benefity byly pro zadavatele významné od samého počátku. S omezenými finančními rozpočty zadavatele navíc celý koncept odpovědného zadávání získal na významu. Přidané společenské benefity, které zadavatel získá spolu s plněním podle smluvních a technických požadavků, byly proto v průběhu soutěžního dialogu také vyjednávány a byly bodově ohodnoceny. Aby dodavatelé mohli maximálně využít svůj potenciál, know-how, inovativní nápady a nabídnout efektivní a funkční návrhy, byly požadavky zadavatele v této části zadávacích podmínek formulovány velmi otevřeně. Účastníci měli nejprve jen nastínit své návrhy na jejich zajištění. Teprve v rámci jednání zadavatel dále vysvětlil své potřeby a nastínil své strategické priority. Jelikož je jich relativně hodně, ze všech pro ilustraci vybíráme následující, které účastníci mohli zvažovat a podle svých možností, schopností a v souladu se svou zvolenou společenskou odpovědností i následně nabídnout:

Zaměstnanost a dovednosti – například příležitosti pro učňovské vzdělávání (jeden učeň na každý jeden milion liber vysoutěžené hodnoty zakázky), pracovní příležitosti pro členy cílových skupin (včetně cílové skupiny osob se zdravotním znevýhodněním v rejstříku trestů), podpora vzdělávacího programu v místních školách, podpora gramotnosti prostřednictvím programů na rozvoj čtenářských dovedností, kariérní poradenství a poskytování informací v oboru (údržba budov a stavebnictví) pro mládež a školy.

Podpora místní ekonomiky – například využívání místních

zdrojů a začlenění místních firem a sociálních podniků do svých dodavatelských řetězců.

Zapojení místní komunity – údržba komunitního centra, zlepšení občanské vybavenosti komunity, dílny pro obyvatele „udělej si sám“ apod.

Reakce trhu na požadavky zadavatele byla velmi příznivá. Vzhledem k tomu, že koncept odpovědného veřejného zadávání se ve Velké Británii aplikuje již řadu let, trh byl na potřeby zadavatele související s přidanými společenskými benefity schopen adekvátně reagovat. Navíc, ačkoliv body udělené v hodnocení za zajištění přidaných společenských benefitů neměly velký vliv na konečný výsledek, bylo zřejmé, že účastníci věnovali přípravě této části své nabídky velké úsilí.

Zadavatel díky úspěšné komunikaci v průběhu soutěžního dialogu obdržel 28 samostatných benefitů podporujících jeho priority a strategické cíle. Dosáhl tak úspory na souvisejících výdajích, respektive je nemusel financovat z jiných zdrojů. Za všechny tak stojí za zmínění: zajištění dlouho-

dobé praxe pro 10 či více učňů ročně, zajištění rozsáhlých programů na podporu práce a pracovních zkušeností pro tzv. NEET mládež (tj. mládež mimo vzdělávání, zaměstnání a odbornou přípravu) a dlouhodobě nezaměstnané, zajištění kariérního poradenství na místních školách, zajištění poradenství pro malé a střední podniky v oblasti Croydon, jejich rozvoj a využití v dodavatelském řetězci, zajištění práce s místními organizacemi třetího sektoru a projektem mládežnického sportovního sdružení Youth Sports Trust, s cílem zapojit skupiny osob, které je zvláště obtížné oslovit, a současně nastartovat sociální podnik, zajištění školení v oblasti kutilství, aby místní obyvatelé byli schopni lépe udržovat své domovy, zajištění workshopů pro rezidenty v nemovitostech zadavatele na téma energie, rady týkající se dopadu jejich chování na výši účtu za energii a jak ušetřit, zajištění podpory energetické účinnosti, kdy inženýři dodavatele provádějí optimalizaci boilerů a radiátorů rezidentů během servisních návštěv nebo oprav, a mnoho dalšího.





Při pravidelných setkáních zadavatele s dodavatelem, jejichž předmětem je mimo jiné kontrola plnění smlouvy, dochází i k pečlivé kontrole plnění podle plánu příslibených přidaných společenských benefitů. V některých případech jsou benefity plněny dokonce i ve větším a frekventovanějším rozsahu, než bylo nabídnuto v nabídce.

K užívání soutěžního dialogu v praxi doplnila několik postřehů pro úplnost i Candice Burke, specialista veřejných zakázek, která pracuje pro zadavatele Croydon Council: „Soutěžní dialog byl definován v článku 30 směrnice číslo 2014/24/EU (směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/24/EU z 26. února 2014, o zadávání veřejných zakázek a o zrušení směrnice 2004/18/ES) jako další zdroj, jež lze při zadávání veřejných zakázek využít. Je alternativou stále častěji využívaných jednání o složitých projektech a slouží k lepšímu využití role soukromého sektoru při realizaci inovací. Využití soutěžního dialogu se očekává u projektů, kde je zadavatel schopen své požadavky vymezit na začátku řízení, avšak buď nemůže, nebo nechce definovat výsledné řešení.

Aktivní dialog by měl pomoci zabránit možnosti chybného výkladu,

snížit jakékoliv další navyšování ceny v pozdějších fázích projektu. Je třeba mít na paměti, že nelze zpřístupňovat jakákoliv řešení či důvěrné informace, pokud účastníci s takovým zveřejněním nesouhlasí. Dle nejlepší praxe je na začátku řízení vhodné získat souhlas účastníků se sdílením přiměřeně širokého spektra řešení, avšak ne cenových nabídek, obchodního tajemství či duševního vlastnictví. Rovněž se ukazuje jako vhodné účastníky již při zahájení řízení požádat o podpis prohlášení, ve kterém s výše uvedeným souhlasí. Účelné by rovněž bylo účastníky požádat, aby specifikovali ty aspekty své nabídky, které je třeba považovat za důvěrné, a uvedli, z jakých důvodů.

Zadavatel musí být schopen identifikovat jedno nebo několik řešení, která odpovídají jeho potřebám.

bám. Výběr musí učinit na základě dostatečného množství spolehlivých technických a finančních informací.

A kdy dojde na přidané společenské benefity? Jako koncept je odpovědné veřejné zadávání a přidané společenské benefity o úsilí docílit maximálního dodatečného přínosu, kterého lze při zadávání veřejných zakázek či objednávání zboží a služeb dosáhnout. Je důležité mít na paměti, že přidané společenské benefity lze požadovat v rámci základního plnění, spolu s úsporou nákladů. Na rozdíl od využívání otevřeného či užšího řízení při zadávání veřejných zakázek (kdy nelze s účastníky vyjednávat o změnách) je soutěžní dialog cestou, jež v této oblasti nabízí zvýšenou flexibilitu při současném zohlednění přidaných společenských benefitů. Řízení prostřednictvím soutěžního dialogu nabízí oboustrannou komunikaci, v jejímž rámci může zadavatel jasně nastínit sociální kritéria pro přidělení veřejné zakázky či své ambice v této oblasti a porovnat je se schopnostmi dodavatelů. Kromě toho, že dotčený postup může vést k inovacím, jej lze využít i k jasnější definici požadavků zakázky, namísto toho, aby zadavatel ponechal účastníkům volnou ruku při výběru postupu, jakým se splnění požadovaného sociálního kritéria zhostí. Flexibilita, kterou řízení pomocí soutěžního dialogu nabízí, umožňuje zadavatelům projednat alternativy i inovativní postupy přímo s účastníky a nakonec odsouhlasit ty inovace či nabídky, jež přesahují základní požadavky.“ ▲

SHRNUTÍ

- **Komunikace mezi zadavateli a dodavateli je důležitá, i když je nyní vnímána jako rozporuplné téma.**
- **Vzbuzuje naděje i obavy, může však být rovněž dobrým indikátorem toho, kam se kultura veřejného zadávání bude posouvat.**
- **Tématu se budeme dále věnovat a budeme přinášet nové konkrétní příklady, kde bude viditelný přínos zmíněných institutů, které přispívají k efektivnějšímu vynakládání veřejných prostředků.**