

Ministerstvo pro místní rozvoj
Národní orgán pro koordinaci

Hodnocení ceny u rámcových dohod

Přehled možných nastavení a omezení, proč a na co je dobré využít
tržní konzultace a jaké chyby (ne)může uchazeč při chybě v
cenovém listu zhojit



Radek Kobza

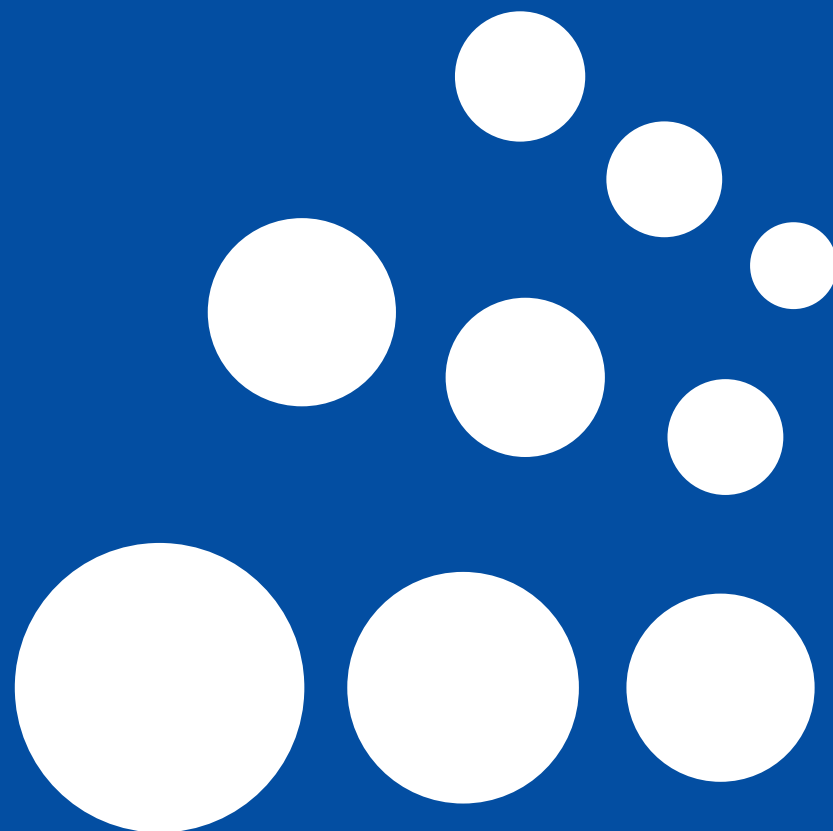
9.října 2025



Spolufinancováno
Evropskou unií



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



CENA: nejnižší **x** nabídková

$$\text{Počet bodů} = 30 \times \frac{\text{nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH}}{\text{nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH}}$$



Předpokládaná hodnota veřejné zakázky

§16 ZZVZ a navazující



PHVZ = hodnota všech plnění, která mohou vyplývat z plnění smlouvy

- **JEDNORÁZOVÁ ZAKÁZKA**

- Zním a umím popsat předmět plnění (výčet služeb dodávek) i jejich rozsah => **spočítám relativně přesně** (a mohu přidat rezervu)
- Předpokládaná hodnota VZ je současně nepřekročitelná nabídková cena (při překročení zadavatel automaticky vylučuje)

- **VÍCELETÁ RÁMCOVÁ DOHODA (s jedním dodavatelem)**

- Odhad na předpokládané trvání smlouvy, **nejvýše 48 měsíců** (4 roky)
- Zním předmět plnění (výčet služeb, dodávek) i jejich rozsah => **indikativně spočítám** (a určitě přidám rezervu)
- Chci-li větší rezervu => využiji vyhrazenou změnu závazku (viz další příspěvek)
- Pro hodnocení nabídkové ceny navrhnu cenové kritérium ve formě „modelů“ (viz dále, složitější cenové listy)
- Spolupráce omezena na 4 roky a vyčerpání PHVZ (co nastane dříve, výjimky podle ZZVZ omezeně)

- **DYNAMICKÝ NÁKUPNÍ SYSTÉM** (pool zavedených dodavatelů, při zavedení agentura nepodává cenovou nabídku)

- Zním kategorii plnění (služby, dodávky), **nesepisuji jejich výčet, neřeším detaily plnění** a pouze odhaduji jejich rozsah => **spočítám PHVZ na 4 roky**
- Nabídkovou cenu hodnotím až v rámci minutendrů (nabídky mohou podávat jen zavedení dodavatelé)
- DNS mohu prodloužit i nad limit 4 let a navýšit PHVZ
- *(RD s více dodavateli a obnovou soutěže podle mne postrádají smysl, minutendry v DNS mají jednodušší administrativu)*
- *Nicméně nikdy nevím, kdo vyhraje další minutendr (chybí dlouhodobost z pohledu rozvoje konceptů a znalosti dlouhodobých potřeb klienta)*



Jak se PHVZ stanovuje?

Zkušenosti

Vlastní = předchozí zakázky („zbožíznalství“)

Cizí zkušenosti = jiné resorty a obdobné zakázky
(pročtu si, poradí mi)

Konzultace

Externí konzultant, zná trh a ceny

Podepíšu s ním mlčenlivost

Předběžná tržní konzultace

§33 ZZVZ a podmínky pro vedení komunikace zadavatele
a dodavatelem §211 ZZVZ

Nenarušit hospodářskou soutěž

Písemně (ale lze i osobně, online)

Nutno zdokumentovat, zápis součástí příloh Zadávací
dokumentace, uvedení účastníků PTK, upravím-li ZD na
základě PTK, uvádím, co jsem upravil

Agentury:

- výhodu z účasti v PTK nemáte, nabídku mohou podat i jiní uchazeči, neúčastníci PTK)
- PTK za účelem zjištění PHVZ => neobchodujte
- Máte šanci poukázat na chyby a nejasnosti zadavatele
- Někdy mohou být podněty více agentur protichůdné / vliv neznalosti ZZVZ => co s tím?
- Vaše podněty nejsou pro zadavatele závazné



Zákon o finanční kontrole ve veřejné správě č. 320/2001 Sb.

Principy 3E

ÚČELNOST

Dělání správných věcí.

EFEKTIVNOST

Dělání věcí správnou cestou.

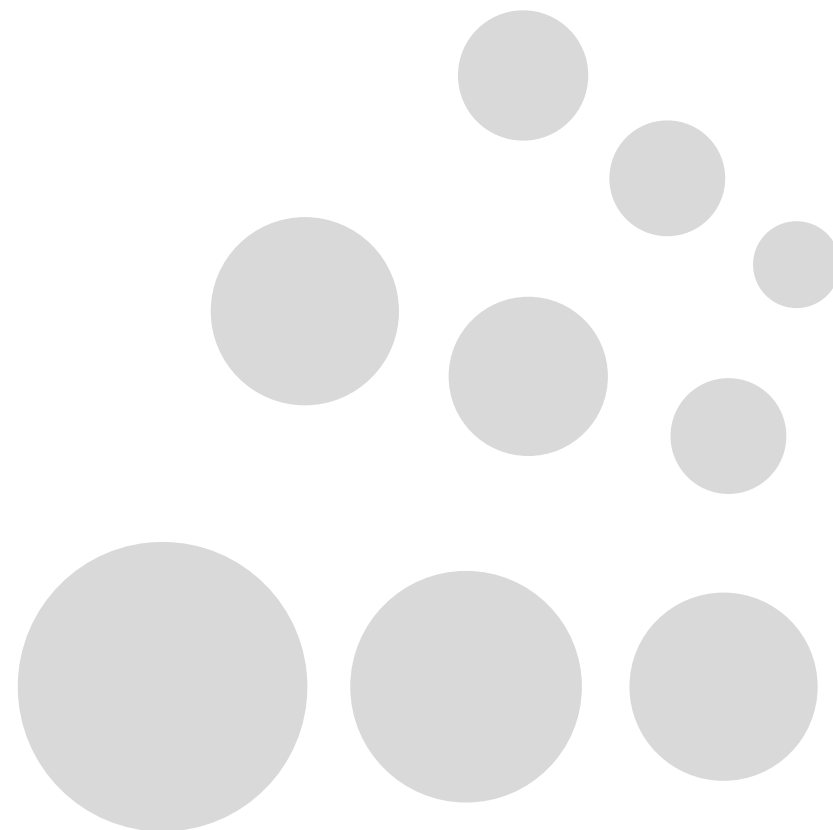
HOSPODÁRNOST

Dělání věcí za správnou (hospodárnou) cenu.



Hodnocení ceny

Odlišné přístupy podle typu veřejné zakázky



Jednorázová zakázka

- Umím popsat předmět plnění a kvantifikovat rozsah
- Časově kratší zakázky
- PHVZ = nepřekročitelná nabídková cena
 - Agenturo: Při překročení, tj. podáš-li vyšší nabídkovou cenu než je PHVZ, zadavatel automaticky nabídku uchazeče vylučuje!
- Použiji známý vzoreček:

$$\text{Počet bodů} = 30 \times \frac{\text{nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH}}{\text{nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH}}$$

- Agentura při tvorbě nabídky taktizuje, podle % vah kritérií (čím více dominuje cena, tím větší tlak na co nejnižší cenu a ostatní kvalitativní kritéria ztrácí na významu...)
- Lze použít i pro minutendr v DNS
- Specifické případy:
 - jednorázově nakoupím produkt/ službu (např. nový web, hlavní předmět plnění) a v rámci nabídky si nechám nacenit i jeho správu a rozvoj (plnění není časově omezeno, pro hodnocení rozdělím % váhy kritéria pro cenu na jednotlivé položky – např. za vývoj webu, za provoz na modelové období a za rozvoj (člověkohodiny)



Pevně stanovená cena



- § 116 odst. 4 ZZVZ určí zadavatel pevnou cenu a bude hodnotit **pouze kvalitu nabízeného plnění**, v níže uvedeném příkladě kvantitu, ale lze i čistě kvalitativní hodnocení
-
- **Příklad nákup mediálního prostoru** (samostatná VZ i v rámci minitednrů v DNS):
 - Hodnotím nabízené počty plnění (GRPů, impresí, kliků...), ale je třeba stanovit % rozdělení ceny do různých mediatypů a konkrétních formátů a ideálně stanovit i min. požadované množství.
 - Předpokladem je znalost trhu a cen nebo realizace PTK, aby zadavatel dostal *kvalitativně porovnatelné plnění z hlediska nabídky jako celku. Tím bude docíleno také toho, že nabídka bude představovat pro zadavatele ekonomicky nejvýhodnější řešení (ve smyslu vnitřní kvality nabídky – poměr výkon/cena).*
- [Metodický pokyn CHJ č. 3 – Metodika veřejného nakupování](#)



Rámcové dohody (bez obnovení soutěže, s jedním dodavatelem)

- Rámcovou smlouvu je vhodné uzavřít zejména v případě, kdy **opakovaně poptávám určité, předem jasné specifikované plnění**, ale nevím předem, v jakém (přesně) objemu (! EUD-23-20, Simonsen&Weel A/S ze dne 17.6.2021; viz dále)
- Lze ji uzavřít až na **4 roky** (viz slajd stanovení PHVZ), současně PHVZ není příliš určující pro podání nabídkové ceny (je limitující, ale je třeba zohlednit další podmínky zadavatele a délku předpokládaného trvání smlouvy a cenová nabídka je často stanovena na základě popsaného „modelu“)
- Vybraný dodavatel **znovu nepodává nabídky**, resp. cenové nabídky, zadavatel rovnou **vyzývá k plnění**, tj. k zadání dílčí veřejné zakázky dochází bez jakékoliv další soutěže a na základě podmínek stanovených rámcovou dohodou.
- Tj. podmínky **podrobně stanovují** při zavedení rámcové dohody (včetně požadavky na nacenění, nejčastěji formou jednotkových, za poptávané služby / dodávky).
- Preferovaný typ VZ pro **dlouhodobější spolupráci**, kde hraje vliv znalosti potřeb klienta a budování vztahu:
 - RD Kreativní řešení komunikačních kampaní (+ strategického mediaplánování)
 - RD Evaluace a výzkumné služby
- Nebo kdy **rozhoduje rychlost** a fixace ceny není příliš omezující:
 - RD Nákup online médií pro větší množství kratších kampaní za desítky a nižší stovky tisíc Kč



Nacenění spolupráce přes člověkohodiny

Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Strategický plánovač	Osoba zodpovědná za poskytování seniorního strategického poradenství, účast na strategických jednáních. Určuje cíle a formuluje strategii produktu nebo značky. Je zodpovědný za zavádění strategie a jeho úkolem je udržet nadhled a dojít vytyčeného dlouhodobého cíle klienta (objednatel).	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Creative Director	Klíčová osoba zodpovědná za kreativní team. Má na starost celé kreativní oddělení a stará se o to, aby koncepty jednotlivých kampaní a na podporu značky odpovídaly požadavkům klientů, komunikační strategii, zejména základní tvorba konceptů, strategií, odpovědnost za kreativní výstupy, zajišťuje odborný dohled nad fotografováním a natočením a výrobou spotů a zajišťuje samotnou výrobu spotů, aby výsledná díla byla v souladu s navrženým konceptem.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Account Director	Osoba zodpovědná za vedení celého týmu. Řídí zakázky a dlouhodobě plánuje nasazení týmu. Je zodpovědný za dlouhodobé řízení veškeré destinační komunikace.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Account Manager	Klíčová osoba pro kontakt zadavatele. Řídí a koordinuje kompletně všechny zakázky a přijímá zadání od klienta. Zejména každodenní správa projektu, komunikace s klientem a dodavateli, odpovědnost za průběh projektu, příprava podkladů kreativní team a supervize dle aktuální potřeby, odpovědnost za řešení problémů, tvorba prezentací a nabídky včetně cen.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Account Executive	Doplňuje account tým a zajišťuje rutinní úkoly.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Art Director/Graphic Designer	Osoba zodpovědná za realizaci kreativního vývoje, tvorbu kreativních návrhů a grafických návrhů a design všech projektů.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Copywriter	Tvorba kreativních návrhů a reklamních textů pro propagační a marketingové účely tak, aby byly souborně jazykově, terminologicky a stylisticky správné.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Online Designer	Vytváření specifických obrazových a textových verzí návrhů pro online prostředí dle zadání kreativního oddělení.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
DTP operátor	Zpracování obrazových a textových návrhů reklamních materiálů podle výtvarných podkladů, grafické úpravy a finalizace návrhů do konečné podoby v rámci předtiskové přípravy. Příprava prezentačních materiálů, tištěných materiálů včetně online formátů a aplikací.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč

- Položkový cenový list
- **Celé plnění lze realizovat pouze aktivací těchto pozic**
- Podmínkou je výčet všech pozic, která zadavatel plánuje v průběhu spolupráce využít (aktivuje výzvou k plnění)
- Když nevím, jaké pozice chci =) konzultuji nebo realizuji PTK
- Model hodnocení ceny:
 - Jednotkové ceny (součet všech položek aktivovaných 1x))
 - Model nejčastějšího odběru (kampaně, kde stanovím počty hodiny podle rozsahu jejich zapojení do modelového zadání)
 - Kombinací obou přístupů, tj dvě cenová kritéria s přidělenou % vahou



Když pozice členů týmu nestačí...

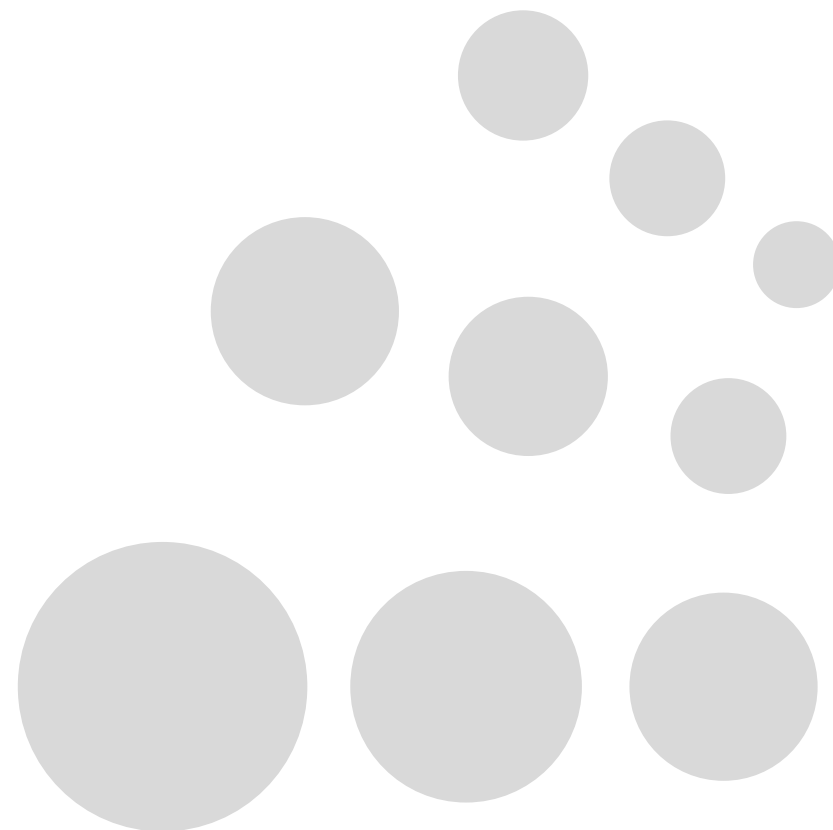
Druh formátu	Specifikace formátu	Jednotka	Cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v Kč	Cena v Kč vč. DPH za jednotku
TV spot v délce cca 30 vteřin	Spot určený primárně pro odvysílání v TV. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, DVB-S/S2 a DVB-C, full HD. Součástí spotu budou ilustry v českém a anglickém jazyce. Forma dle kreativního řešení kampaně. Dodavatel: Scénář: hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Z, hudební složka a ilustry podléhají schválení Zadávatel. Součástí přínějí je samostatná náhledová fotografie spotu v rozlišení 1280x720 - min. 640 px pro účely microsite na webu Zadávatel. Výroba spotu v horizontálním i vertikálním formátu 1080x1920 (vhodném pro mobilní telefon). TV spot může obsahovat také 3D prvky. Jedná se jak o kreativní řešení, tak i samotnou výrobu spotu.	1 animovaný spot cca 30 s			
		1 hraný studiový spot cca 30 s			
	Spot určený primárně pro odvysílání v TV. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, DVB-S/S2 a DVB-C, full HD. Součástí spotu budou ilustry v českém a anglickém jazyce. Forma dle kreativního řešení kampaně. Dodavatel: Natáčení primárně ve studiu. Scénář: herecké obsazení, hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Z, hudební složka a ilustry podléhají schválení Zadávatel. Součástí přínějí je samostatná náhledová fotografie spotu v rozlišení 1280x720 - min. 640 px pro účely microsite na webu Zadávatel. Výroba spotu v horizontálním i vertikálním formátu 1080x1920 (vhodném pro mobilní telefon). TV spot může obsahovat také 3D prvky. Jedná se jak o kreativní řešení, tak i samotnou výrobu spotu.	1 hraný exteriérový spot cca 30 s			
	Spot určený primárně pro odvysílání v TV. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, DVB-S/S2 a DVB-C, full HD. Součástí spotu budou ilustry v českém a anglickém jazyce. Forma dle kreativního řešení kampaně. Dodavatel: Natáčení primárně ve studiu. Scénář: herecké obsazení, hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Z, hudební složka a ilustry podléhají schválení Zadávatel. Součástí přínějí je samostatná náhledová fotografie spotu v rozlišení 1280x720 - min. 640 px pro účely microsite na webu Zadávatel. Výroba spotu v horizontálním i vertikálním formátu 1080x1920 (vhodném pro mobilní telefon). TV spot může také obsahovat 3D prvky. Jedná se jak o kreativní řešení, tak i samotnou výrobu spotu.	1 kombinovaný (animovaný a hraný) studiový spot cca 30 s			
		1 kombinovaný (animovaný a hraný) exteriérový spot cca 30 s			
TV minispot v délce 60-90 s (doplněno na základě PTK)	Spot určený primárně pro odvysílání v TV. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, DVB-S/S2 a DVB-C, full HD. Součástí spotu budou ilustry v českém a anglickém jazyce. Forma dle kreativního řešení kampaně. Dodavatel: Natáčení primárně ve studiu. Scénář: herecké obsazení, hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Z, hudební složka a ilustry podléhají schválení Zadávatel. Součástí přínějí je samostatná náhledová fotografie spotu v rozlišení 1280x720 - min. 640 px pro účely microsite na webu Zadávatel. Výroba spotu v horizontálním i vertikálním formátu 1080x1920 (vhodném pro mobilní telefon). Jedná se jak o kreativní řešení, tak i samotnou výrobu spotu.	1 kombinovaný (animovaný a hraný) spot cca 60-90 s			

- Položkový cenový list produktů / výstupů / mediálních formátů
- **Plnění lze realizovat kombinací člověkohodin (tým) a vybraných položek** (zde formátů pro TV reklamu, digitál, print apod.)
- Jedná se o nacenění produkčních služeb, kde by výčet pozic byl „nekonečný“ nebo složitě definovatelný
- Když nevím, jaké výstupy / formáty chci => konzultuji nebo realizuji PTK
- Příklady:
 - RD Kreativa
 - RD Evaluace
 - RD Online média
- Tip: U kreativy i nacenění dopravy (natáčení na projektech pro celé ČR)
- Samostatně naceňovat licenční práva



Rozhodnutí soudů, ÚOHS a mimořádně nízká nabídková cena

Aby to nebylo tak přímočaré a jednoduché...



SDEU 23/20 Simonsen Weel A/S zde dne 17.6. 2021

- bod 63 rozsudku

.... veřejný zadavatel **uvede odhadované množství nebo odhadovanou hodnotu**, jakož i **nejvyšší množství nebo nejvyšší hodnotu výrobků**, které mají být dodány podle rámcové dohody, má značný význam pro uchazeče, jelikož právě na základě tohoto odhadu bude uchazeč s to posoudit, zda je schopen splnit povinnosti vyplývající z této rámcové dohody.

Odkaz: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN-CS/TXT/?from=EN&uri=CELEX:62020CJ0023&qid=1630932864193>

Aktuální rozhodnutí SDEU

- Pozor!!! ZZVZ nyní nestanoví povinnost uveřejnit údaj o předpokládané hodnotě a maximální množství či hodnotu, kterou bude moci zadavatel a základě rámcové dohody odebrat, ale....
- ÚOHS důrazně doporučuje:
 - **neignorovat rozsudek SDEU** - závaznost pro všechny!
 - **reagovat na rozsudek již při přípravě zadávacího řízení** na uzavření rámcové dohody **a dle možností i v zahájených zadávacích řízeních a u uzavřených rámcových dohod**

- 5.metodický den ÚOHS Rámcové dohody 8.12. 2021 – pdf ke stažení na internetu
- Tip pro zadavatele: **indikativně** uvést, kolik kampaní /evaluací v rámci plnění rámcové dohody plánujete v daných letech realizovat



RD: Na co si dávejte zadavatelé pozor?

Porovnatelnost nabídek

Ustoupili jsme od praxe, kdy uchazeč navrhoval počty člověkohodin, kolik je podle něj nutné pro realizaci modelového zadání kampaně =) **počet jednotek stanovujeme všem stejně** na základě našich předchozích zkušeností nebo /ještě lépe) PTK

Specifikujte všechny podmínky

Není možné použít otevřenou kategorii pro **doplnění** či **dospecifikování** dalších dodavatelem navržených metod / služeb / produktů (nesoulad s § 132 odst. 4 ZZVZ, podle kterého musí být všechny podmínky plnění VZ vymezeny v rámcové dohodě).

MODELOVÁ kampaň "A"	Celková cena v Kč bez DPH za MODELOVOU nabídkovou kampaň	DPH v Kč	Celková cena v Kč vč. DPH za MODELOVOU nabídkovou kampaň	Zbytková kampaň "Z"	Celková cena v Kč bez DPH za ZBYTKOVOU nabídkovou kampaň	Výše DPH v Kč	Celková cena v Kč vč. DPH za ZBYTKOVOU nabídkovou kampaň
ANO				X	X	X	X
ANO				X	X	X	X
X	X	X	X	ANO			
X	X	X	X	ANO			



RD: Na co si dávejte agentury pozor?

Vyplňte všechny položky cenového listu

Cenový list musí být vyplněn úplně, nic nevynechávejte (i když položku nemusíte pro vámi navrhované řešení aktivovat).

Nenabízejte nic „zdarma“

Ve všech buňkách určených pro cenu musí být nenulová hodnota (jinak je nabídka vyloučena!).

Nepředkládejte varianty řešení

Většina zakázek v podmínkách nepřipouští variantní řešení. Vše, co ve vaší nabídce (kreativním či mediálním konceptu) nabízíte, také naceňte do CL (pokud si zadavatel nevyhradil jiný postup).

Nejdříve si vyjasněte zadání

Pokud vám něco není jasné, položte zadavateli závčas dotaz. Odpověď uvidí všichni (nikoli autora dotazu), ale často napoví, jestli má pro vás cenu se VZ účastnit.



Co lze u cenové nabídky zhojit?

Během posuzování nabídek dospěla Komise k závěru, že předložený cenový list u vykazuje nesoulad v kalkulaci některých položek.

Konkrétně jde o tyto případy:

- položky YY a ZZ, kde výpočet neodpovídá uvedené jednotkové ceně pro modelovou kampaň, tj. řádku GG.
- položky KK a LL, neodpovídají součtu všech uvedených hodnot modelové kampaně z důvodu nezapočtení jednotkových cen (řádek XYZ).

Komise předpokládá, že uvedené nesoulady vznikly v důsledku administrativního pochybení. V souladu s § 46 odst. 1 a 3 zákona Vás proto vyzýváme k vysvětlení Vaší nabídky, a to formou:

- potvrzení, že jde o administrativní chybu,
- opravy kalkulace u výše uvedených položek,
- a opětovného předložení kompletně vyplněné cenové tabulky.

Současně Vás upozorňujeme, že **opravou propočtu relevantních položek nesmí dojít ke změně celkové nabídkové ceny.** Celková nabídková cena uvedená ve Vaší nabídce tedy musí zůstat i po doplnění beze změny.

§46 ZZVZ Objasnění nebo doplnění údajů, dokladů, vzorků nebo modelů

Poučení? Naučte/me se počítat! (na hloupých chybách v cenových listech již byly vyloučeny nabídky, jejichž zpracování stálo agentury minimálně vyšší desítky tisíc korun...)



Aplikace ustanovení § 46 zákona
o zadávání veřejných zakázek
optikou aktuální rozhodovací praxe
Úřadu pro ochranu hospodářské
soutěže



„Zastropování“ minimální hodinové sazby

- Úvaha: Chci kvalitu a ta něco stojí, nechci spolupracovat s garážovou firmou... Do zadávací dokumentace napíšeme, že pokud někdo nabídne u vybraných pozic realizačního týmu nižší sazbu za hodinu než 2000 Kč, bude nabídka hodnocena stejným počtem bodů, jako by podali nabídku přesně s hodnotu 2000 Kč / hod. Zajistím si tak, že budu spolupracovat s profíky...
- Pozor! [Rozhodnutí ÚOHS](#) 23105/2025/161 ze dne 30.6.2025
.... Zadavatel tak nepřímou vymezení spodní hranici nabídkové ceny. ÚOHS tento postup posoudil jako nežádoucí, protože jde proti smyslu soutěže na základě nejnižší nabídkové ceny. ... doporučení zvážit, zda nebude vhodnější nastavit pevnou cenu podle § 116 odst. 4 ZZVZ.
- Tj. vylučovat na základě **mimořádně nízké hodinové sazby** členů agenturního týmu **v praxi není** (podle mne) **představitelné.**
- U jednotkových cen např. za mediální plnění to ale lze (když propočtem zjistím a uchazeč řádně nevysvětlí, jak počítá oslovit na 15 mil. uživatelů FB v ČR a podobné „triky“. Zde je ale nutná podrobná znalost předmětu plnění a detaily specifikace. A stejně doporučuji vždy zaslat žádost o objasnění.



Ministerstvo pro místní rozvoj
Národní orgán pro koordinaci

Nebojme se rámcových dohod!

radek.kobza@mmr.gov.cz



Spolufinancováno
Evropskou unií



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

