

Polityka wobec bezpłatnych konkursów dla projektantów

Rekomendowana przez BEDA

(wytyczne stworzone w oparciu o dokument traktujący o najlepszych wzorach praktyki zawodowej przygotowany przez ICOGRADA)

Definicja bezpłatnych konkursów

Bezpłatne konkursy definiowane są na potrzeby niniejszego dokumentu jako praca projektowa (włączając udokumentowaną pracę konsultacyjną) wykonana przez zawodowych projektantów bez wynagrodzenia lub za symboliczną opłatę, zazwyczaj jako element rywalizacji z innymi projektantami o nowe zlecenie. Bazując na *Kodeksie postępowania zawodowego dla europejskich projektantów* BEDA zaleca, aby wszyscy projektanci unikali tego typu praktyk w swojej pracy zawodowej.

Uważamy, że odmawianie brania udziału oraz nie organizowanie bezpłatnych konkursów leży w najlepszym interesie zarówno projektantów, jak i zleceniodawców. **Zaproszenia projektantów do składania bezpłatnych ofert są formą wyzysku, ponieważ wymagają kreatywnej pracy koncepcyjnej bez gwarancji wynagrodzenia.** W przypadku wykonywania darmowych zleceń, projektanci zazwyczaj nie wykonują badań i analiz potrzebnych do osiągnięcia jak najlepszych rezultatów ze względu na brak późniejszej gwarancji wynagrodzenia. Projektanci działają jako doradcy, partnerzy, czy też członkowie strategicznego zespołu komunikacji z klientem i jako tacy powinni otrzymywać godziwą zapłatę za swoją pracę.

Przeprowadzanie konkursów

Najbardziej efektywną i ekonomiczną metodą rozwiązywania zadań projektowych jest pozyskanie usług wykwalifikowanego i doświadczonego projektanta, grupy, czy też firmy projektowej oraz późniejsza bliska z nim/i współpraca. Zalecane podejście do oceny odpowiedniości projektantów starających się o dane zlecenie, to zaproszenie ich do przedstawienia przykładów poprzednich zadań podobnych do konkretnego zadania projektowego, które zamierza zlecić klient. Po dokonaniu tego przeglądu, jeśli konieczna okazuje się prezentacja wstępnych koncepcji, każdy z projektantów biorących udział w konkursie powinien otrzymać pełne wynagrodzenie za wykonaną przez siebie pracę.

Szczególne względy dotyczą następujących typów konkursów dla projektantów:

Konkursy zamknięte Jeśli zleceniodawca / klient chce ograniczyć liczbę projektantów startujących w konkursie zamkniętym, pełna lista wszystkich zaproszonych powinna zostać udostępniona projektantom startującym w konkursie.

Konkursy otwarte Jeśli klient nie chce ograniczać zaproszenia do wzięcia udziału w konkursie do określonej, wąskiej grupy projektantów, powinien mimo wszystko ograniczyć to zaproszenie do zawodowych projektantów oraz studentów projektowania. Dla porównania patrz: **Konkursy publiczne**.

Konkursy dla studentów Jeśli zleceniodawca chce ograniczyć konkurs do studentów projektowania, powinien wyraźnie określić rezultat edukacyjny zleconego przez siebie zadania. Nie jest bowiem właściwe organizowanie konkursów kierowanych do studentów jedynie ze względu na ograniczenia budżetowe.

Konkursy publiczne Konkursy publiczne (zapraszające do udziału osoby, które nie są ani zawodowymi projektantami ani studentami projektowania) powinny być ograniczone w zakresie tematyki, która prowadzi do ostatecznego zadania projektowego.

Zaproszenie do przedstawienia wstępnych projektów Jeśli klient oczekuje prezentacji wstępnych projektów w ramach organizowanego przez siebie konkursu, powinien ograniczyć liczbę zaproszonych do konkursu firm i każdej z nich wypłacić odpowiednie honorarium. Wysokość honorarium powinna być równa wynagrodzeniu dla podobnego projektu w normalnych okolicznościach.