

Saša Bajc in Eva Boštjančič

HEKATON

»Organizacija hekatona je uporabna in koristna za posameznike in podjetja, saj udeležba na dogodku ponuja številne prednosti (npr. povezovanje, pridobivanje izkušenj, validiranje še neizpeljanih projektov, pridobivanje talentiranih članov ekipe). Prav tako je odlična priložnost za druženje ob oblikovanju inovativnih rešitev. Meniva, da se bo v prihodnosti udeležba na takšnih dogodkih še povečevala, saj si ljudje dandanes želijo vse več fleksibilnega dela, ki vključuje povezovanje z drugimi. Nenazadnje smo ljudje socialna bitja s temeljno potrebo po druženju in povezovanju, zato je ideja o združitvi dela, povezovanja in ustvarjalnosti idealna.«

Hekaton (angl. *hackathon*) je organiziran dogodek, kjer se združijo različni posamezniki z namenom reševanja določenega problema, iskanja inovativnih rešitev (Competo, 2018; Tauberer, b.d.) ali ustvarjanja inovativnih produktov (Lodato in DiSalvo, 2016). Beseda hekaton izhaja iz združitve besed »hack« in »marathon« in naj bi metaforično pomenila tekmovanje v prenosu znanja med ljudmi (Li in Johnson, 2015) oziroma tekmovanje v reševanju poslovnih izzivov. Dogodek je lahko izpeljan v obliki tekmovanja, kjer zmagovalna ekipa dobi nagrado. Slednja je lahko v obliki denarnega zneska, produkta ali storitve (izobraževanje, mentorstvo itd.) (Przyczynna, 2018). Ključno je, da se na dogodku oblikujejo raznolike skupine ljudi, ki si med seboj delijo izkušnje in znanje ter imajo različne želje, potrebe, navade in pričakovanja. Le tako bodo najhitreje prišli do dobre rešitve izpostavljenega problema (Competo, 2018). Dogodki so usmerjeni na delo, vendar hkrati ponujajo priložnost za druženje in povezovanje (Lodato in DiSalvo, 2016).

Na dogodek se lahko prijavijo posamezniki ali že predhodno oblikovane skupine (Li in Johnson, 2015), ki so lahko različno velike, z ali brez mentorja. Mentorji skupini podajajo nasvete, odgovarjajo na vprašanja, jim pomagajo pri premagovanju stresa zaradi časovnega pritiska (Saltonstall, 2018b), vodijo h končnemu cilju in na splošno pripomorejo k premagovanju ovir, s katerimi se sooča skupina (Tauberer, b.d.).

Organizator dogodka določi vsebino srečanj, ki je lahko zelo specifična (npr. inovativni načini povečevanja zavedanja in prepoznavanja možganske kapi) (Li in Johnson, 2015) ali bolj splošna (npr. prihodnost dela) (Competo, 2018). Prav tako je možno, da vsebina hekatona ni določena vnaprej, kar pomeni, da se lahko udeleženci ukvarjajo z idejo, ki jim je skupna, najbolj zanimiva ali trenutno aktualna.

NASTANEK IN RAZVOJ METODE

Hekaton dogodki so bili na začetku nepoznana, neformalna združenja, medtem ko so danes dobro organizirani, dobro sprejeti in ustrezno finančno podprti (Lodato in DiSalvo, 2016). Najprej so bili dogodki namenjeni le razvijanju inovativnih tehnologij (npr. različnih aplikacij, spletnih strani, robotov in podobno), kamor so bili vabljeni samo posamezniki iz skupnosti razvijalcev programske opreme, medtem ko je danes vsebina hekatonov zelo raznolika in prilagojena potrebam sodelujočih podjetij oziroma organizatorjem (Hackerearth, b.d.).

Začetek hekatonov sega v leto 1970, ko je podjetje Homebrew v Silicijski dolini spodbudilo računalniške navdušence in programerje, da se v računalniškem klubu udeležijo prvega takega dogodka. Ljudi so na hekaton povabili z enakim namenom, kot jih vabijo še danes – izmenjava informacij, povezovanje, delo na projektu in podobno (Adafruit, 2015). To je bil zametek strokovnih združenj. Vendar so računalniški strokovnjaki iz podjetja OpenBSD šele leta 1999 prvič uporabili izraz, ki ga poznamo danes, hekaton. S tem so poimenovali dogodek, ki se je odvijal v Calgaryju, Alberta, in dogodek Sun Microsystems. Pozneje so tehnološki velikani (npr. Yahoo, Facebook, LinkedIn) dodatno pripomogli k popularizaciji takšnih srečanj. Predvsem so jih predstavljali v

obliki tekmovanj, z namenom iznajdbe novih produktov in odkrivanja talentiranih programerjev (D'Ignazio, 2014).

ZNANSTVENA SPOZNANJA O UPORABNOSTI METODE

O hekatonih je zelo malo znanstvenih raziskav, čeprav se po svetu organizirajo že več kot desetletje. Narejenih je bilo nekaj študij primerov (npr. Lodato in DiSalvo, 2016), kjer pa so se bolj kot preučevanju uporabnosti organiziranja dogodkov posvetili analiziranju in predstavljanju poteka, končnih rešitev in idej posameznega hekatona.

Uporabnost hekatonov bi lahko bila nižja zaradi določenih pomanjkljivosti, ki jih izpostavljajo različni skeptiki. Nekateri namreč pravijo, da se med hekatonom spodbuja posameznikova nerealistična pričakovanja glede uresničevanja dobljenih inovativnih rešitev (D'Ignazio, 2014; Tauberer, b.d.) in nezdrava tekmovalnost med ekipami (Tauberer, b.d.). Udeleženci so namreč navadno pod velikim stresom, saj delujejo pod časovnim pritiskom (D'Ignazio, 2014), kar lahko na večdnevni hekatoni vodi v pomanjkanje spanca, ki še dodatno povečuje posameznikov stres (Tauberer, b.d.). Kljub vsemu ne smemo pozabiti, da lahko določenim posameznikom časovna omejenost predstavlja prednost pri delu, saj jih sili v učinkovitost in osredotočenost na problem (D'Ignazio, 2014).

Pomanjkljivost hekatonov se navezuje tudi na morebitno izkoriščanje oblikovalcev rešitev, torej zaposlenih, saj je udeležba prostovoljna, neplačana in po navadi zunaj delovnega časa (D'Ignazio, 2014). Prav tako lahko omenimo še eno slabost hekatonov, in sicer da podjetja na hekatonih izpostavljajo svoje talentirane zaposlene in tvegajo, da jih opazijo druga podjetja, ki bi jim ponudila boljše delovno mesto.

Kljub pomanjkljivosti raziskav lahko sklepamo, da je organizacija hekatona dobra in koristna za posameznike, skupine in podjetja, saj udeležba ponuja številne prednosti. Skupinam, ki razvijajo določeno idejo, omogoča posvetovanje s strokovnimi mentorji (Svet kapitala, 2018) ter povezovanje z organizatorji in sponzorji dogodka, ki bi jim lahko omogočili uresničitev njihovega dela (D'Ignazio, 2014). Prav tako sodelovanje na hekatonu omogoča hiter napredek in razvoj idej v zelo kratkem

času, prinaša nove poslovne priložnosti in poznanstva, možnost razmišljanja zunaj predvidenih okvirov, prenos izkušenj kot tudi privlačne nagrade (Svet kapitala, 2018).

Ena od glavnih pridobitev hekatonov je, da se med dogodkom ljudje zelo povežejo in oblikujejo neko skupnost. Večina udeležencev je tako pripravljena ohranjati stike in delovati na področju zastopane problematike tudi po končanem dogodku. Na tak način se udeleženci s pomočjo organizatorja lahko srečujejo na neformalnih ali spletnih srečanjih. S tem pa se lahko udeleženci povežejo tudi z drugimi skupinami, ki so sodelovale na dogodku, in se morda priključijo izvedbi njihovega projekta (D'Ignazio, 2014).

Dogodki so uporabni tudi za podjetja, saj jim predstavljajo vir različnih inovativnih idej za produkte in storitve, nabor talentiranih kadrov (D'Ignazio, 2014) in možnost spoznavanja drugih podjetij ter posledično sodelovanja z njimi (Petkovšek Štakul, 2018). Podjetjem lahko torej hekaton predstavlja cenejšo različico iskanja zaposlenih kot tradicionalna metoda zaposlovanja, saj jim dogodek omogoča dostop do talentiranih posameznikov. Pogoj za zaposlitev je tako lahko dober nastop na hekatonu, s tem pa se izogonejo številnim intervjujem (Hackerearth, b.d.).

Prav tako podjetje z udeležbo na hekatonu opozarja na svoj obstoj in hkrati spodbudi zaposlene h kreativnosti, jih na nek način motivira z aktivno udeležbo na dogodku in jim omogoči možnost povezovanja v skupnost, ki se oblikuje po samem hekatonu (Gabršček, 2018).

PREDSTAVITEV METODE

KDAJ METODO UPORABIMO?

Namen hekatona je ponuditi intenzivno in angažirano druženje različnih posameznikov in podjetij za hiter razvoj idej ali produktov. Bistvo je torej združiti ljudi z raznovrstnim znanjem in izkušnjami za razvoj inovativnih rešitev določene problematike. Posledično hekaton predstavlja priložnost za prenos znanja med različnimi generacijami in poklicnimi profili, vzpostavljanje stikov med udeleženci in uveljavljenimi podjetji, iskanje prvih strank za podjetja, validiranje določenih novih idej, pridobivanje članov ekipe za še neizpeljane projekte (Svet kapitala, 2018), možnost izboljšave

že nastalih idej ali združevanje podobnih idej med seboj (Saltonstall, 2018b) in pridobivanje novega kadra (Przyczyna, 2018).

Hekatone razlikujemo glede na vsebino srečanj. Na začetku so bili hekatoni organizirani le z namenom razvoja inovativnih tehnologij, kjer so se predvsem osredotočali na **specifičen jezik programiranja** (npr. Javascript hekaton, hekaton vizualizacije, mobilni hekaton in podobno) ali **razvoj določenih aplikacij** (npr. razvoj mobilnih operacijskih sistemov, računalniških iger in podobno) (Hackerearth, b.d.; Lodato in DiSalvo, 2016). Danes pa je vse več hekatonov, ki se osredotočajo na vzrok in so tako imenovani **socialni hekatoni** ali »**na problem orientirani**« **hekatoni**. Slednji se navezujejo na neko družbeno problematiko, na primer na zdravje, izobraževanje, politiko (korupcijo), okoljsko ozaveščanje (npr. varovanje z vodo) in podobno (D'Ignazio, 2014; Hackerearth, b.d.; Lodato in DiSalvo, 2016). Seveda se lahko tudi na takšnih hekatonih razvijejo ideje o določenih tehnoloških rešitvah, vendar je v ospredju predvsem aktivna udeležba na dogodku, oblikovanje skupin, prenos znanja, druženje in na tak način razrešitev določenih družbenih težav ali odnosov (Lodato in DiSalvo, 2016).

Poznamo tudi **hekatone, osredotočene na specifično industrijo**, ki so organizirani z namenom spodbujanja inovacij v določeni industriji, kjer so že sprejeti in znani določeni produkti ali tehnologija (Hackerearth, b.d.). Sem sodijo na primer hekatoni, ki se navezujejo na turizem (Copenhob, 2017), šport (Adidas, 2018), kozmetiko (Hackathon.io, 2018) in podobno.

Hekatoni se med seboj razlikujejo tudi glede na čas izvajanja, saj so lahko enodnevni (npr. Competo HR hekaton) (Competo, 2018) ali večdnevni (npr. »Make the Breast Pump Not Suck!« hekaton) (D'Ignazio idr., 2014).

Ločimo tudi notranje in zunanje hekatone. Prvi so organizirani znotraj ene delovne organizacije, kjer so udeleženci tamkajšnji zaposleni. Namenjeni so motiviranju in povezovanju zaposlenih in spodbujanju sodelovalnega delovnega okolja ter kreativnosti zaposlenih. Na tak način zaposleni stopijo iz neke dnevne rutine in svojega prostora udobja ter dopustijo kreativnosti svojo pot (Hackerearth, b.d.; Saltonstall, 2018a; Przyczyna, 2018). Zunanji pa so namenjeni vsem posameznikom, ne glede na njihovo delovno mesto (Przyczyna, 2018).

Hekatoni se lahko razlikujejo tudi glede na kraj izvajanja, saj imamo **fizične** ali »offline« in **virtualne** ali »online« hekatone. Prvi potekajo na določenem mestu, medtem ko se na drugih posamezniki in ekipe povezujejo kar prek spleta. Prednost omenjenega pristopa je, da omogoča povezovanje ljudi po celem svetu in ni omejen samo na določeno območje (Hackerearth, b.d.; Przyszyna, 2018).

ZA KOGA JE METODA PRIMERNA?

Hekatoni se med seboj lahko razlikujejo po vsebini, zato je od tega odvisna tudi ciljna populacija. Predvsem organizatorji želijo privabiti čim več različnih posameznikov, različnih generacij ter ljudi z različnim znanjem in izkušnjami. Udeleženci so lahko zaposleni ali študentje (Competo, 2018), strokovnjaki ali laiki in ponudniki ali uporabniki določenega izdelka (D'Ignazio, 2014). Organizatorji želijo privabiti aktivne, razgledane in napredno razmišljajoče posameznike ter ekipe, ki se zavedajo pomembnosti sprememb in izboljšav v svetu (Start: upMaribor, 2018). Značilnost udeležencev je, da so notranje motivirani, saj hekatoni potekajo med vikendi, torej med njihovim prostim časom (Lo dato in DiSalvo, 2016).

Ciljna populacija so lahko posamezniki ali skupine posameznikov. Na nekaterih hekatonih se posamezniki predhodno ali na dan dogodka razdelijo v skupine, ki po navadi obsegajo okoli pet članov (CorpoHub, 2017; D'Ignazio idr., 2014; Li in Johnson, 2015; Start: upMaribor, 2018), ali pa jih glede na določen kriterij razdelijo kar organizatorji (npr. glede na poklicni profil ali izkušnje posameznikov) (CorpoHub, 2017). Prav tako so lahko vabljeni tudi novo nastala podjetja ali tako imenovane »startup« ekipe, katerim organizatorji na tak način omogočijo povezovanje s podjetji ter validiranje njihovih idej (Start: upMaribor, 2018).

KAKO METODO IZVEDEMO?

Za kakovostno organizacijo morajo organizator in soorganizatorji najprej oblikovati informativno in privlačno vabilo na dogodek. Ta mora vključevati nagovor za ciljno populacijo, kraj in čas dogajanja ter vsebino dogodka oziroma izzive, s katerimi naj bi se udeleženci soočali. Vabilo lahko

vsebuje tudi program dogodka, morebitne nagrade za zmagovalno ekipo hekatona, razloge, zakaj bi bila udeležba na dogodku koristna za posameznika (Svet kapitala, 2018), mentorje in poudarek, da pri organizaciji odprtih hekatonov vse pravice intelektualne lastnine ostanejo ekipi, ki bo rešitev razvila in predstavila. Vabilo lahko vsebuje tudi bolj natančno opredeljeno ciljno skupino udeležencev (npr. koderje, oblikovalce, poslovneže in podobno), saj s tem organizatorji poskrbijo za bolj usmerjeno in strokovno izpeljavo dogodka (Start: upMaribor, 2018). Prav tako je dobro, da se v vabilo vključi informacije o morebitni vstopnini.

Potek hekatonov je različen, saj so to lahko enodnevni ali večdnevni dogodki, kar vpliva na program dogajanja. Kljub temu je struktura hekatonov dokaj podobna in si sledi po naslednjih korakih (Lodato in DiSalvo, 2016):

- registracija udeležencev,
- uvodne predstavitve problematike,
- oblikovanje skupin,
- delo v skupinah,
- oblikovanje predstavitev,
- nastop pred sodniki,
- podelitev nagrad.

Če dogodek traja tri dni, se lahko prvi dan udeleženci registrirajo in prisluhnejo uvodnim predavanjem, z namenom, da se seznanijo z izzivi, s katerimi se bodo soočali. Na tak način se udeležencem predstavi problematika iz različnih zornih kotov in s strani različnih strokovnjakov. Naslednje jutro je namenjeno oblikovanju skupin posameznikov s podobnimi interesi za reševanje določenega izziva, vendar z različnim znanjem in izkušnjami. Nato sledi delo po skupinah in sodelovanje v različnih aktivnostih, da bi prišli do kakovostne rešitve izziva. To lahko traja še tretji dan dogodka. Na koncu je nekaj časa namenjenega oblikovanju predstavitev. Dogodek se konča s predstavljanjem rešitev sodnikom in podelitvijo nagrad (Lodato in DiSalvo, 2016).

Organizator hekatona lahko ob registraciji ponudi možnost, da se udeleženci uvrstijo v eno od ponujenih kategorij (npr. uporabniki določene storitve, inženirji, oblikovalci, zdravniško osebje, učitelji, novinarji

in podobno), s katerimi izražajo svojo identiteto oziroma strokovnost. Tako potem pridobijo tudi določeno oznako kategorije, kar jim omogoči lažje oblikovanje raznolikih skupin (D'Ignazio, 2014). V skupine pa se lahko razporedijo tudi na podlagi zelo kratkih predstavitev, kjer posamezniki delijo svoj pogled na izpostavljen problem. Slednje so lahko v obliki javnega nastopa (Saltonstall, 2018b) ali pa v obliki neformalnega pogovora, kjer drug drugemu predstavijo svoje ideje. Nekatere manjše skupine lahko med razvrščanjem ugotovijo, da je njihov pogled na problem podoben, zato se združijo. Spet druge, večje skupine, pa se lahko razdelijo na manjše enote, kjer vsaka deluje na določenem vidiku problema in potem skupaj pridejo do končne rešitve. En del ekipe lahko npr. dela na strojni opremi, medtem ko drugi del ekipe oblikuje zunanji del produkta (Lodato in DiSalvo, 2016).

Pomembno je, da organizator dobro predstavi vsebino hekatona oziroma problem, s katerim se bodo udeleženci soočali. Uvodne predstavitve imajo torej dva cilja. Najprej je treba udeležencem posredovati jasne pogoje in posledice določenega problema, z namenom dobrega razumevanja. Hkrati je pomembno, da se jim vse predstavi na način, ki bo zanimiv in jih bo pritegnil k razreševanju. Ključno pa je, da so uvodne predstavitve pripravljene tako, da vsebino hekatona predstavijo kot problem. V praksi se izkaže, da posamezniki šele med skupinskim delom dokončno razumejo in razčlenijo problem, kar jim omogoča razumevanje posledic in s tem posledično možnost delovanja na pogojih problema (Lodato in DiSalvo, 2016).

Za kakovostno delo dober organizator priskrbi material in pripomočke za ustrezno delo v skupini, na primer pisala, papir, samolepilne lističe, velike table, wifi, projektor, mikrofoni in podobno. Prav tako ne pozabi na pijačo in prigrizke, s katerimi udeleženci dobijo energijo za kreativno delo (Saltonstall, 2018b; Tauberer, b.d.).

Glede nagrajevanja je dobro, da so vnaprej določeni in znani tudi ocenjevalni kriteriji, po katerih strokovna komisija določi zmagovalno ekipo. Na mariborskem hekatonu so tako določili tri:

- tehnološki vidik rešitve (koncept rešitve, inovativnost rešitve, inovativna uporaba tehnologij, kakovost rešitve);
- uporabniška izkušnja rešitve («dizajn» rešitve, vrednost rešitve za uporabnika, tržni potencial rešitve);

- osebna predstavitev pred komisijo (jasna in prepričljiva predstavitev rešitve) (Start: upMaribor, 2018).

Dobri organizatorji hekatonov se od ostalih razlikujejo po tem, da delujejo tudi po končanem dogodku. Tako lahko še naprej spodbujajo in sledijo razvijanju idej in rešitev, ki so bile produkt dogajanja na hekatonu. Svojo podporo lahko udeležencem pokažejo z nasveti, z udeležbo na njihovih dogodkih ali s pomočjo pri povezovanju s potencialnimi podjetji, ki bi bila pripravljena sodelovati z njimi. Prav tako dobri organizatorji hekatonov poskrbijo za možnost povezovanja udeležencev tudi po dogodku. Tako se lahko oblikuje skupnost posameznikov in predstavnikov podjetij, ki so še naprej pripravljeni delovati v okviru obravnavane problematike. Organizator lahko ponudi priložnosti za neformalna ali spletna srečanja (D'Ignazio, 2014).

Organizator mora upoštevati, da so končni izdelki, rešitve in produkti odvisni od številnih dejavnikov, na primer od časa, ki je na voljo udeležencem in nagrade, ki se jim ponuja. Če je hekaton organiziran v obliki večdnevnega dogodka in je na koncu ponujena tudi nagrada, so končni produkti veliko bolj zaključena celota (Lodato in DiSalvo, 2016). Prav zato je pomembno, da organizator poskrbi za sponzorje, ki finančno podprejo srečanje, poskrbijo za nagrade ali ponudijo druge produkte (npr. hrano in pijačo) (Tauberer, b.d.).

PRIMER UPORABE METODE

Slovensko svetovalno podjetje Competo je v letu 2018 organiziralo dva kadrovska (HR) hekatona z naslovom Prihodnost dela, ki sta bila osnovana na podlagi snovalskega razmišljanja. Vsebina hekatonov se je torej nanašala na izzive, s katerimi se bodo podjetja srečevala pri kadrovanju v prihodnosti (Competo, 2018a; Competo, 2018b; Competo 2018c; Gabršček, 2018).

Nekoliko natančneje bomo opisali 2. HR hekaton, katerega se je udeležilo 50 zaposlenih iz različnih podjetij. Med njimi so bili strokovnjaki na kadrovskega področju kot tudi posamezniki drugih poklicnih profilov (od tehnologov do finančnikov) (Competo, 2018b; Competo, 2018c).

Cilj je bil v mešanih skupinah poiskati čim več inovativnih rešitev za izzive, kot so pridobivanje mladih za delo v proizvodnji, dvig ugleda zapostavljenih poklicev, vključevanje starejših v digitalne tokove, spodbujanje prenosa znanja in podobno (Petkovšek Štakul, 2018).

Dogodek je trajal en dan, njegov potek pa so razdelili v tri faze (Gabršček, 2018):

1. Definicija izzivov in priprava skupin sodelujočih.

Udeleženci so se že pred samim dogodkom povezali v skupine in definirali izziv. Na spletni strani so organizatorji udeležence nagovorili, naj oblikujejo raznolike skupine po starosti in strokovnosti. Poleg tega so jim ponudili navodila za dobro definiranje svojega izziva, ki so si ga morali zastaviti.

2. Dan intenzivnega viharjenja možganov in iskanja rešitev.

Dogodek se je začel z ogrevanjem skupin in motivacijskim predavanjem o prihodnosti dela. Potem je sledilo delo v mešanih skupinah in posvet z mentorjem, ki je bil strokovnjak na področju inovativnih načinov poslovanja, kreativnosti in priprave dobre predstavitve. Na koncu so sledile predstavitve idej sodnikom in podelitev nagrad.

Pri predstavitvi idej je organizator poskrbel za enoten obrazec, ki je vključeval (a) naslov teme in mentorja, (b) idejo, (c) vpliv ideje in (d) načrt aktivnosti. Nagradili so 4 ideje v različnih kategorijah (najbolj kreativna ideja, najbolj aplikativna, najbolj razdelana/raziskana in najbolje predstavljena ideja) (Competo, 2018b).

3. Spremljanje ekip

Naloge organizatorjev se ob koncu dneva še niso končale, saj je pomembno tudi poznejše spremljanje ekip. Na tak način so jim omogočili podporo pri razvoju idej in testiranju rešitev. Prav tako so organizatorji po končanem dogodku udeležence povabili na sodelovanje pri srečanjih »Future of work«, s čimer so želeli ohranjati skupnost, ki se je razvila med dogodkom.

Srečanja so potekala s sloganom »hrana za možgane oz. odnose«, kjer naj bi udeleženci pridobili nova znanja in izkušnje, se še bolj povezali in ohranjali stike. Na srečanjih je osrednja tema, gost, ki temo predstavi in poda tudi praktične izkušnje (Tovornik, 2018).

Po končanem dogodku so izdali tudi brošuro, v kateri so bili predstavljeni vsi izzivi opisanega dogodka. Poleg tega so bili predstavljeni koraki realizacije rešitve za konkreten izziv, s katerim se je skupina na dogodku ukvarjala. Na tak način je organizator poskrbel za dodatno spodbudo za testiranje inovativnih idej, ki so nastale kot produkt delovanja na hekatonu (Competo, 2018c).

Delovne organizacije, ki so se udeležile dogodka, so pridobile podporo pri definiranju ključnih izzivov pri kadrovanju, druge poglede na izzive in kreativne rešitve, ki se v okolju najverjetneje zaradi rutine in narave dela ne bi razvile. Kot delodajalec so svojim zaposlenim omogočili kreativnost v demokratičnem prostoru in poskrbeli za dvig motivacije prek povezovanja z zaposlenimi iz drugih delovnih organizacij. Prav tako so z udeležbo na dogodku svojim zaposlenim omogočili sodelovanje v skupnosti »Future of work«, ki je namenjena izmenjavi izkušenj in dobrih praks (Gabršček, 2018).

VLOGA PSIHologa

Organizacijski psiholog je lahko pobudnik izvedbe hekatona, ko prepozna metodo kot uporabno za določeno reševanje problema, izziva, vprašanja. Če je psiholog del skupine, ki dogodek organizira, sodeluje pri oblikovanju ustreznega vabila na dogodek. Z informativnim in privlačnim vabilom (npr. uporaba infografike, kratkega predstavitnega videa) k udeležbi spodbudi čim večje število posameznikov, skupin in podjetij.

S poznavanjem različnih ravni vedenja posameznika psiholog prispeva svoje znanje pri ustreznemu oblikovanju prostora, v katerem bo dogodek potekal. Poskrbi, da so mize razporejene tako, da omogočajo učinkovito skupinsko delo in hkrati ne motijo drugih skupin. Pozoren je, da so organizatorji dogodka vedno na določenem mestu ter dostopni vsem, ki potrebujejo dodatno razlago ali pojasnila. Predmete v prostoru razporedi tako, da je na dogodku čim boljše vzdušje, ki udeležencem omogoča sproščeno, vendar hkrati ustvarjalno delo.

Če je psiholog eden od članov skupine, ki rešuje določen problem, lahko deluje v vlogi moderatorja; poskrbi za ustrezno delitev dela med člani skupine in pri tem upošteva posameznikove predhodnje izkušnje ter sposobnosti. V delo vključi tudi posameznike z nekoliko manj izkušenj, saj so

ti po navadi bolj zadržani in tihi, čeprav imajo morda odlične rešitve za določen problem. Psiholog lahko vodi potek skupinskega dela in ob tem uporabi svoje znanje o stopnjah ustvarjalnega mišljenja in kreativnosti ter tako spodbuja delo vseh članov skupine. Poleg vsega psiholog skrbi za čas (oz. ga meri) in primerno število odmorov, v katerih sodelujoči umirijo svoje misli in se za krajši čas sprostijo. Člane skupine spomni na uživanje zdrave in raznolike prehrane, saj je to pomemben vir energije, ki jo člani skupine potrebujejo za uspešno sodelovanje na dogodku. Znotraj skupine lahko psiholog rešuje tudi nastala nesoglasja ali spore med člani, ki nastanejo zaradi stresa in časovnega pritiska.

Na začetku dogodka lahko psiholog, kot del organizacijske skupine, sodeluje pri oblikovanju raznolikih skupin. To delo je potrebno predvsem na tistih hekatonih, na katere se lahko prijavijo tudi posamezniki sami (ki ne prihajajo iz točno določene organizacije). Tako psiholog poskrbi, da skupino sestavljajo člani z različnim znanjem in izkušnjami. Na koncu pa vsem udeležencem svetuje, kaj je treba vključiti in upoštevati pri učinkoviti predstavitvi svojih idej. Poleg vsega je lahko psiholog tisti, ki po končanem dogodku stopi v stik s posameznimi skupinami in poižve, kako poteka realizacija njihove rešitve. To obliko v praksi imenujemo učni krogi (npr. Chan, McMurray, Levy, Sveistrup in Wallace, 2020), ko skrbimo za povezavo med hackatonskimi timi in ključnimi deležniki, njihovo razmišljanje usmerjamo k oblikovanju prototipov (predvsem na tehničnem področju) ter ob tem upoštevamo poslovne modele. Ob tem procesu psiholog spodbuja, jim morda ponudi nasvete ter nadaljnje usmeritve, kako inovativno rešitev preobraziti v dobro prakso.

PREVIDNOST IN OMEJITVE PRI UPORABI METODE

Hekaton lahko organizira kdorkoli, a mora pri tem upoštevati organizacijske napotke, saj bo od tega odvisno delo udeležencev oz. njihov končni produkt. Predvsem mora biti organizator pozoren, da zagotovi ustrezne okoliščine za kreativno ustvarjanje in da privabi ciljno populacijo, ki ustreza predpisani vsebini hekatona.

Za organizacijo kakovostnega dogodka je treba zbrati finančna sredstva in sponzorje, ki bi bili pripravljeni zagotoviti finančno podporo ali poskrbeti za hrano, pijačo ter zanimive in privlačne nagrade. Hekatone

namreč udeleženci ocenjujejo tudi na podlagi kraja izvedbe in virov, ki so jim na voljo (Lodato in DiSalvo, 2016).

Hekatonii so v večina primerov organizirani med vikendi, kar skeptiki izpostavljajo kot selektivnost pri udeležbi in omejitve uporabljene metode. Čas organiziranja dogodkov je namreč primernejši za posameznike, ki so pripravljeni in imajo možnost svoj prosti čas nameniti delu. Organizator pa v tem primeru izgubi tiste, ki si prostega vikenda, zaradi drugih obveznosti (npr. starševstvo), ne morejo privoščiti (D'Ignazio, 2014).

Pri organizaciji dogodka moramo biti pozorni tudi na probleme diskriminacije, najpogosteje glede na starost. Kot že omenjeno, je znanstvenih raziskav o hekatonih zelo malo. Informacij o starosti udeležencev na teh dogodkih ni. Vemo, da naj bi bili namenjeni posameznikom različnih generacij, a ostajamo skeptični do dogodkov v praksi. Predvidevamo, da na omenjenih dogodkih prevladujejo mladi, ki so željni novih izzivov in povezovanja z drugimi. Na drugi strani pa verjetno primanjkuje starejših zaposlenih, ki svoj prosti čas raje preživijo v utečenem delovnem okolju, saj jim narava dela na hekatonih najverjetneje predstavlja več stresa kot mladim. Starejši imajo navadno rajši bolj stabilen urnik dela in naloge, ki vključujejo manj kreativnosti ali časovnih omejitev. Udeležba starejših zaposlenih na hekatonih bi lahko bila omejitev uporabljene metode.

Do zapletov lahko pride tudi pri lastništvu avtorskih pravic ali pravic intelektualne lastnine nad idejo, rešitvijo ali produktom, ki je nastal med hekatonom. Organizator se mora zavedati, da pri organizaciji zunanjega hekatona lastništvo pripada ekipi, ki je idejo oblikovala. Pri organizaciji notranjega hekatona pa lastništvo pripada podjetju, pri čemer mora poskrbeti, da bodo udeleženci o tem vnaprej seznanjeni. Na tak način se bo organizator izognil morebitnim nevesočnostim (Hackerearth, b.d.).

L I T E R A T U R A

- Adafruit (2015). Homebrew Computer Club invite from 1975. Dostopno na <http://blog.adafruit.com/2015/01/12/homebrew-computer-club-invite-from-1975/>
- Adidas (2018). 2018 Adidas Hackathons. Dostopno na <https://www.adidas-hack.com>

- Chan, T., McMurray, J., Levy, A., Sveistrup, H. in Wallace, J. R. (2020). Post-Hackathon learning circles: Supporting lean startup development. *UWSpace*.
- Competo (2018). Competo HR hekaton – prihodnost dela. Dostopno na <https://www.competo.si/dogodki/competo-hr-hekaton/>
- Corpohub (2017). Prvi vseslovenski turistični hackathon. Dostopno na <http://business-hackathon.com/si/sto-hackathon/>
- D'Ignazio, C., Hope, A., Metral, A., Zuckerman, E., Raymond, D., Brugh, W. in Achituv, T. (b.d.). Hacking the hackathon with breast pumps and babies. Dostopno na <http://peerproduction.net/wp-content/uploads/2016/03/Hacking-the-hackathon-draft.pdf>
- Gabršček, A. (2018). Competo HR hekaton: prihodnost dela. Dostopno na <https://www.competo.si/blog/competo-hr-hekaton-prihodnost-dela/>
- Hackathon.io (2018). HackTheLips with L'Oréal. Dostopno na <http://www.hackathon.io/hackthelips-with>
- Hackerearth. (b.d.). I want to organize a hackathon. Dostopno na <https://www.hackerearth.com/sprints/info/organizer/>
- Li, L. M. in Johnson, S. (2015). Hackathon as a way to raise awareness and foster innovation for stroke. *Arquivos de Neuro-psiquiatria*, 73(12), 1002–1004.
- Lodato, T. J. in DiSalvo, C. (2016). Issue-oriented hackathons as material participation. *New Media and Society*, 18(4), 539–557.
- Lokar, S. (2018). Prvi HR hekaton: Izkušeni in drzni skupaj nad izzive dela prihodnosti. Dostopno na <https://www.dnevnik.si/1042803953>
- Saltonstall, M. (2018a). Unlock your team's creativity: running great hackathons. Dostopno na <https://www.blog.google/inside-google/working-google/unlock-your-teams-creativity-running-great-hackathons/>
- Saltonstall, M. (2018b). Unlock your team's creativity: running great hackathons: Part 2. Dostopno na <https://www.blog.google/inside-google/working-google/unlock-your-teams-creativity-hackathons-part-2/>
- Start: upMaribor (2018). Mobility hackathons 2018. Dostopno na <https://www.startupmaribor.si/sl-si/dogodek/207/mobility-hackathon-2018>
- Svet kapitala. (2018). Hackathon v Mariboru v iskanju inovativnih rešitev. Dostopno na https://svetkapitala.delo.si/aktualno/hackathon-v-mariboru-v-iskanju-inovativnih-resitev-6699?meta_refresh=true
- Petkovšek Štakul, J. (2018). HR hekaton: Ali je Slovenija zrela za izmenjavo talentov med podjetji? Dostopno na <https://www.dnevnik.si/1042839612>
- Przyczyna, K. (2018). What is a hackathon? Here's all you need to know. Dostopno na <https://challengerocket.com/knowledge-base/what-is-a-hackathon-heres-all-you-need-to-know.html>
- Tauberer, J. (b.d.). How to run a successful Hackathon. Dostopno na <https://hackathon.guide>
- Tovornik, N. (2018). Hrana za možgane – »FoW« zajtrki. Dostopno na <https://www.competo.si/blog/hrana-za-mozgane-fow-zajtrk/>

Yadav, V. (2014). What is a hackathon? What do you do in it? Is it a team event? If yes, what are team sizes? Dostopno na <https://www.quora.com/What-is-a-hackathon-What-do-you-do-in-it-Is-it-a-team-event-If-yes-what-are-team-sizes>

HACKATHON

A hackathon is an organized event bringing together different individuals with the aim of solving a specific problem, finding innovative solutions, or creating innovative products (mostly digital ones). The event can take the form of a competition where the winning team is awarded a prize. The latter may be money, a product or service (education, mentoring, etc.). Key to the event is that diverse groups are formed, sharing experiences and knowledge, while having different aims, needs, habits and expectations. In this way, the best solution to a highlighted problem can quickly be developed. While hackathons are work-oriented, they also offer socializing and networking opportunities. Organizing a hackathon has benefits both for individuals and organizations, as it provides many opportunities for those attending (e.g., networking, gaining experience, seeking ideas, validating future projects, recruiting talent). It is also a great opportunity for socializing while creating innovative solutions.