

## Хакатон

---

Материал из Википедии – свободной энциклопедии

**Хакатон** ([англ.](#) *hackathon* от *hack* «[хакер](#)» + *marathon* «[марафон](#)») – форум для разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки [программного обеспечения](#) (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща решают какую-либо проблему на время.

Некоторые хакатоны предназначены для образовательных или социальных целей, но чаще задачей хакатона является создание полноценного программного обеспечения. Каждый хакатон сфокусирован на определённой области, например, языке программирования, операционной системе, приложении, программном интерфейсе ([API](#)).

### История

---

Термин появился в 1999 году. Его независимо друг от друга начали употреблять разработчики [OpenBSD](#) и [Sun Microsystems](#).

Разработчики OpenBSD впервые использовали этот термин для обозначения встречи, посвящённой [криптографии](#), в [Калгари](#) (Канада) 4 июня 1999 года<sup>[1]</sup>. На неё приехали 10 разработчиков для написания программ, которые бы не попадали под жёсткие экспортные ограничения, установленные США на криптографическое ПО.

Sun использовала название «the Hackathon» во время конференции [JavaOne](#), проходившей с 15 по 19 июня 1999 года<sup>[2]</sup>; Джон Кейдж предложил написать программу на языке программирования [Java](#) для нового Palm V, которая бы использовала ИК-порт для связи с другими пользователями Palm.

Начиная с середины 2000-х годов хакатоны стали более распространёнными и рассматривались компаниями и инвесторами как способ быстрой разработки новых программных технологий или областей инвестирования<sup>[3]</sup>. Некоторые известные компании были созданы на хакатонах, например GroupMe, появившаяся на хакатоне конференции TechCrunch Disrupt 2010; в 2011 она была куплена компанией Skype за 85 млн долларов<sup>[3]</sup>.

### Типы хакатонов

---

#### Для разработки платформ

Некоторые хакатоны посвящены работе над конкретной платформой, например операционной системой, либо по созданию приложений.

Разработка приложений для мобильных платформ происходит, например, на хакатоне [Over the Air](#), проходящем в [Блетчли-парке \(Англия\)](#), который привлекает значительные спонсорские взносы<sup>[4][5]</sup>. Также проводятся хакатоны по разработке видео- и компьютерных игр<sup>[6]</sup>.

[Music Hack Day](#) – хакатон, посвящённый программам и аппаратному обеспечению для музыки. С 2009 года он проводился более 20 раз в различных местах<sup>[7][8]</sup>.

Ежегодно с 1999 года проводится хакатон разработчиков операционной системы [OpenBSD](#)<sup>[9]</sup>.

Существуют хакатоны по созданию приложений для смартфонов [Android](#)<sup>[10]</sup>, [iOS](#)<sup>[11]</sup> и [Tizen](#). Ранее сходные мероприятия проводились для [Maemo 5 \(Nokia N900\)](#) и [MeeGo \(Nokia N9\)](#)<sup>[12]</sup>.

### **Языки программирования, API, фреймворки**

С 2007 года проводятся хакатоны [Perl](#), целью которых является улучшение самого языка.<sup>[13]</sup> Разработчики [Haskell](#)<sup>[14]</sup> и [Scala](#)<sup>[15]</sup> проводят сходные мероприятия: Haskell Hackathon и Scalathon.

Проводились хакатоны по разработке приложений на [HTML5](#)<sup>[16]</sup> и [Ruby on Rails](#)<sup>[17]</sup>.

Некоторые хакатоны проводятся компаниями для написания приложений, использующих общий API. Так, [Yahoo!](#) проводит «Open Hack Day» с 2006 года (изначально «Hack Day»), на которых используются Yahoo! API и API принадлежащих Yahoo! сайтов, например [Flickr](#).<sup>[18]</sup> [Google](#) проводит похожий хакатон для собственных API<sup>[19]</sup>.

Сайт [Foursquare](#) проводил глобальный хакатон в 2011 году, когда более 500 разработчиков в 30 местах разрабатывали приложения, использующие Foursquare API<sup>[20]</sup>.

Также термин «хакатон» стал применяться и к социальному проекту<sup>[21]</sup>.

### **Примечания**

- 
1. ↑ [Who Invented the Hackathon?](#)



[D0%BB%D0%B8%D0%B1%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D1%83%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%8F.](#)

Режим доступа 25.09.2020

## Хакатон: что это, зачем он нужен и как его организовать

Последнее время хакатон становится все более распространенным форматом мероприятий, в том числе и в России. Раньше мы уже кратко писали о формате хакатона, а сейчас решили подробнее рассказать о том, что такое хакатоны, для чего они нужны и как организовать...



Екатерина Измestьева

ВРЕМЯ НА ЧТЕНИЕ 5 МИН

3 ИЮЛЯ 2013

В данной статье мы расскажем о том, что такое хакатоны и для чего они нужны, а также поделимся советами, которые помогут самостоятельно организовать хакатон.

Последнее время хакатон становится все более распространенным форматом мероприятий, в том числе и в России. Раньше мы уже кратко писали о формате хакатона, а сейчас решили подробнее рассказать о том, что такое хакатоны, для чего они нужны и как организовать успешный хакатон.

Что такое хакатон?

Само слово «хакатон» – это термин, получившийся от сочетания двух слов: хакер и марафон. Сегодня хакатоны уже не относятся к хакерству, это просто «марафон программистов», где небольшие команды специалисты из разных областей разработки программного обеспечения (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща работают над решением какой-либо проблемы. Обычно хакатоны длятся от одного дня до недели.

Как правило, задачей хакатона является создание полноценного программного обеспечения, но существуют и хакатоны, которые предназначены для образовательных или социальных целей. На таких

хакатонах разрабатываются веб-сервисы (мобильные приложения, сайты, веб-приложения, инфографика) для решения социально значимых задач. Результатом хакатона и совместной работы гражданских активистов и IT-специалистов является не прототип будущего приложения, а уже готовый к запуску минимальный жизнеспособный продукт – первая версия приложения, на котором можно протестировать работу идеи.

Существуют разные направления и тематики хакатонов – от [медицины](#) до [городского проектирования](#).

Ранее Теплица социальных технологий организовывала [«Мобильный хакатон»](#), а в мае этого года прошел [хакатон Теплицы для НКО](#), на котором представители некоммерческих организаций и гражданских инициатив вместе с дизайнерами и разработчиками работали над созданием моделей гражданских приложений. Подробнее о проектах, участвовавших в хакатоне, вы можете прочитать [на сайте](#).

Как проходят хакатоны

Обычно хакатоны начинаются с презентации мероприятия в целом и конкретных тем, если они есть. Затем участники предлагают идеи и формируют команды, основанные на интересах и навыках. После этого начинается непосредственно работа над проектами, которая может занимать от нескольких часов до нескольких дней. Еда на хакатонах (особенно тех, которые продолжаются больше суток) носит спонтанный характер, и, как правило, участники питаются едой вроде пиццы и энергетическими напитками. Также участники могут спать во время хакатона, если найдут, где.

Завершаются хакатоны презентациями проектов, во время которых каждая команда делится результатами своей работы. Иногда хакатоны носят соревновательный характер. В таких случаях жюри оценивает участников и выбирает победителей, которые награждаются призами.

Зачем нужны хакатоны?

Хакатоны — это хорошая возможность для дизайнеров, разработчиков и других специалистов собраться вместе и поработать над созданием какого-нибудь проекта.

1. **Знакомство.** Хакатон – это площадка встречи дизайнеров, разработчиков и других специалистов, где они могут познакомиться друг с другом, обменяться знаниями и идеями или

придумать совместный проект, над которым будут работать в дальнейшем.

2. **Формирование сообщества.** Хакатоны помогают создавать сети талантливых и активных людей, заинтересованных в какой-либо теме или проблеме.
3. **Креативный процесс работы и коллаборация.** На хакатоне у участников есть уникальная возможность поработать в свободном, удобном для них формате, со специалистами их тех областей, с которыми они, возможно, никогда не пересекались.
4. **Новые знания.** Формат хакатона предполагает, что участники постоянно сталкиваются с теми задачами, с которыми они не сталкивались прежде. Соответственно, обучение новому на хакатонах происходит очень быстро, и полученные знания тут же можно использовать на практике. Кроме того, вокруг находится много людей, которые могут помочь. Например, человек, находящийся рядом, может за 10 минут объяснить что-то, что потребовало бы просмотра целого видеокурса.
5. **Показ таланта.** Для участников хакатон – это возможность показать, насколько хорошие они специалисты.
6. **Реализация новых идей.** Являясь своего рода площадкой для экспериментов, хакатон позволяет придумывать и реализовывать совершенно новые идеи и проекты.
7. **Сцена стартап-проектов.** Для компаний хакатоны могут быть особенно интересны тем, что являются сценой потенциально успешных стартапов, с которыми можно продолжить работать.

Если вы решили организовать хакатон

Проведение хакатона, связанного с вашей социальной миссией, – это хороший способ привлечь к ней талантливых специалистов, придумать и реализовать новые способы решения существующих проблем. Если вы решили организовать хакатон, то эти советы могут вам помочь.

1. **Определите цель хакатона.** Какие проблемы вы пытаетесь решить? Что должны сделать разработчики? Привлечение разработчиков – это ключ к успешному хакатону, поскольку именно они знают, как создавать приложения. Также следует привлекать экспертов из данной области, людей из сообщества,

студентов – чем более широкая аудитория, тем более креативные решения могут быть.

2. **Оставьте достаточно времени для планирования.** В зависимости от масштаба мероприятия, подготовка обычно занимает от трех до шести недель.
3. **Выберете место проведения и дату.** По очевидным причинам, ничего не сможет произойти, пока вы не выберете, где именно это будет происходить. Существует множество мест, где можно провести хакатон – от офисов IT-корпораций до локальных кафе. Поскольку большинство специалистов – это работающие профессионалы, выходные дни удобнее для них.
4. **Привлеките спонсоров.** Самые дорогие элементы хакатона – это площадка, еда и призы. Подумайте, что и каким спонсорам вы можете предложить в обмен на поддержку.
5. **Расскажите о хакатоне потенциальным участникам.** Разместите информацию о событии на соответствующих ресурсах для того, чтобы привлечь тех, на кого рассчитан и кому может быть интересен хакатон. Свяжитесь с прессой и авторитетными участниками сообществ, которые могут распространить информацию через социальные медиа. Попросите спонсоров также распространить информацию – в их интересах иметь максимально широкую аудиторию.
6. **Закажите (немного) больше еды.** Заказать слишком много еды и смотреть, как она пропадает, – это грустно. Но ничто не сравнится с тем провалом, если еды не хватит, и участники будут злые и голодные. То же правило касается и второго важного аспекта хакатона – кофе.
7. **Убедитесь, что у вас есть хорошие призы для победителей.** Как правило, существует прямая связь между качеством призов и качеством проектов.
8. Помните, что независимо от того, как тщательно вы подготовились, **что-то всегда может пойти не так.** Необходимо понимать, что является критичным, а что нет, и постараться не допустить, чтобы последнее произошло (критичным будет являться не то, что из кофеварки выливается мутная жидкость

вместо кофе, а то, что перестал работать Wi-Fi или не хватает розеток).

В целом, организация хакатона — не очень сложный процесс, а результатом каждого подобного мероприятия становится появление новых идей и проектов, которые имеют потенциал быть социально значимыми и полезными для общества.

<https://te-st.ru/2013/07/03/hackathons/>

режим доступа 25.09.2020

## Хакатон — рассказываем подробно, кому и зачем это надо



Фото предоставлено автором

**Хакатон – популярное сегодня мероприятие, на котором команды абсолютно разных специалистов находят решения проблем на одну тему. Что это за проблемы, зачем принимать в этом участие и какая от этого польза командам и спонсорам, рассказывает Елизавета Козицкая, активная участница, ментор и член жюри хакатонов и конкурсов стартапов, директор по продукту [Gutarka.by](https://gutarka.by).**

– Хакатон – это сокращение от «хакер» и «марафон», мероприятие, где собираются команды из представителей абсолютно разных сфер деятельности – от разработчиков до маркетологов, дизайнеров и специалистов в узких нишах.



**Елизавета Козицкая**  
Директор по продукту Gutarka.by

### **Что такое хакатон**

Обычно хакатоны имеют определенную тематику, например, финансовую, климатическую или игровую. Классический хакатон длится 48 часов: обычно с вечера пятницы до вечера воскресенья, но бывают и форматы продолжительностью от одного дня до недели.

*При этом командам не обязательно расходиться на ночь – есть и спать можно прямо на площадке мероприятия.*

Любой хакатон организуется для решения каких-то практических задач в той области, которой он посвящен. Интересно, что сейчас хакатоны создают не только для решения задач с помощью программирования (оттого и «хакеры» в названии), но и для офлайн-проектов. Например, в Беларуси регулярно проводится Social Weekend Hackathon – там реализуются социальные проекты разных форматов.

Особенность хакатонов в том, что в сжатые сроки над порой невероятными идеями работают незнакомые люди и всего за два дня находят решение – прорабатывают план реализации или даже создают MVP.

На хакатоне можно познакомиться с абсолютно разными людьми, решить задачи из интересующей вас проблемной области, съесть пиццу с новыми знакомыми, получить новые знания и даже приз за лучший проект. Еще один бонус хакатонов – менторы и члены жюри. Как правило, это люди из бизнеса – стартап-предприниматели, инвесторы, узкие специалисты по тематике хакатона. С такими людьми не так просто найти контакт: как и каждый профессионал, они заняты и избирательно подходят к выбору окружения. В таком случае хакатон – это возможность познакомиться с ними, получить компетентное мнение о проекте и поддержку. А возможно, и инвестиции.



Фото предоставлено автором

### **Как проходят хакатоны**

Тема хакатона объявляется заранее. Например, в Минске неоднократно проводились финтех-хакатоны. На них команды придумывают финансовые продукты – от приложений по учету расходов до сервисов p2p-кредитования. Заинтересованные объявленной темой люди с какой-то конкретной идеей или без нее

регистрируются на хакатон. Если у вас нет идеи или команды, всегда можно присоединиться к какому-нибудь проекту прямо на месте.

В пятницу вечером все желающие озвучивают свои идеи проектов в течение 1–3 минут каждый. Все неопределившиеся присоединяются к командам, иногда команды объединяются. Дальше в течение ближайших 48 часов команды совместно трудятся над решением поставленных задач. Например, на первом блокчейн-хакатоне в Минске среди членов жюри были представители компаний Waves и Golos. У этих компаний есть свои криптовалюты, и они ставили задачу сделать сервисы, проекты, где будут использоваться их блокчейны, чтобы популяризировать их. В игровых хакатонах просто ставят задачу сделать интересную игру, без конкретики.

Кроме того, участники получают консультации от менторов хакатона, знакомятся с другими командами. На минских хакатонах часто дополнительно проходят лекции и мастер-классы для участников. Чаще всего они касаются отладки бизнес-процессов в стартапах, продажах, маркетинге и навыков презентации проекта инвесторам.

*На площадке хакатона обычно организовано бесплатное питание, в некоторых случаях – возможность поспать прямо на рабочем месте.*

Хакатоны проходят бесплатно для участников, обычно за деньги спонсоров или фондов. При этом спонсоры зачастую – это коммерческие компании, которые работают в области заявленной темы хакатона. Почему им интересно такое участие?

- Во-первых, после они могут сотрудничать с командами хакатона, которые придумали решение, интересное для их компании, или даже купить это решение
- Во-вторых, они получают дополнительный охват в СМИ
- В-третьих, представители компаний могут заявлять собственные номинации и выдвигать особую задачу для участников хакатона. Например, на ближайшем хакатоне в Москве компания-организатор Tele2 поставила такую задачу: предсказать объем Data-трафика, который будут скачивать и загружать абоненты на базовых станциях, планируемых к строительству.

Завершается хакатон вечером воскресенья финальными питчами — 3–5-минутной презентацией результатов работы команд,

награждением победителей и вечеринкой для самых стойких. Призы бывают разные: как денежные, так и просто подарки от спонсоров.



Фото предоставлено автором

### **Для кого проводятся хакатоны**

На хакатонах, которые проводят в Беларуси, чаще всего можно увидеть студентов или молодых специалистов. Это и понятно – азарта, жажды деятельности много (все же посвятить все выходные работе не каждый согласится). На площадках европейских, американских аудитория постарше, как и средний возраст стартаперов. По [исследованию](#) группы компаний Velbiz, средний возраст большей части основателей стартапов Беларуси – 30 лет, тогда как в Кремниевой долине – 47 лет.

Что касается сферы деятельности, то на хакатонах всегда востребованы: разработчики, продажники со знанием английского и маркетологи, проектные менеджеры и дизайнеры. И даже если человеку сложно отнести себя к какой-то из этих групп, он все равно находит для себя что-то полезное. А самое главное – чаще всего это комьюнити умных и активных людей.

### **Что полезного в хакатонах**

Независимо от тематики и продолжительности хакатона обычно есть несколько причин, чтобы участвовать в них:

**Решение какой-либо проблемы.** Каждая команда на хакатоне создает решение социальной или коммерческой проблемы. Участие в таком событии — это возможность создать MVP за короткий срок благодаря усилиям специалистов из абсолютно разных сфер, помощи менторов и энтузиазму.

**Новые знакомства, качественный нетворкинг.** На хакатонах можно познакомиться со специалистами, с которыми, возможно, вы не пересеклись бы при других обстоятельствах, создать команду мечты. Так, на хакатоне ТелекомИдея–2016 я познакомилась с создателем конструктора сайтов для малого и среднего бизнеса. Теперь я – часть его команды, работаю над одним из его сервисов Gutarka.by, который был придуман как раз на этом хакатоне.

**Формирование сообщества.** Здесь встречаются активные люди, которые интересуются одной и той же проблемной областью. Так, например, Data-хакатон или Datathon объединяет всех, кому интересны сбор и использование больших объемов данных в социальных и коммерческих проектах.



**Поиск инвесторов.** Для стартапов хакатоны – это площадка, где можно не только заявить о своем проекте и протестировать идею, но и найти инвестиции. Победители хакатонов, как правило, получают денежные призы, поддержку менторов, некоторые – находят бизнес-ангелов или инвесторов.

**Расширение кругозора и возможность быстро обучиться новому.** Новые знакомства, решение нестандартных задач нестандартными методами, помощь специалистов высокого уровня, лекции и мастер-классы – все это способствует расширению кругозора и усвоению новых знаний, применению их на практике.

#### **Где искать хакатоны**

Многие хакатоны носят интернациональный характер. В целом чем шире география и чем больше задействовано специалистов из разных сфер, тем креативнее получаются решения.

В Минске хакатоны чаще всего проводятся на площадках Имагуру и EventSpace. На сайтах этих площадок есть актуальное расписание мероприятий.

... Отслеживать расписание хакатонов в России и во всем мире можно [здесь](#).

...

Один из самых известных хакатонов в Европе – эстонский [Garage 48](#). Эти хакатоны проводятся в разных городах Европы, в том числе и в Минске.

Хакатоны высокого уровня проводятся в Лондоне. В таких мероприятиях участвуют специалисты из разных стран. Расписание ближайших событий можно найти [здесь](#).



Фото предоставлено автором

### Успешные проекты на хакатонах

Пожалуй, самый яркий проект, родившийся на Garage 48 осенью 2015 года в Минске, – [это MSQRD](#). Приложение с виртуальными масками MSQRD набрало миллион пользователей меньше чем за два месяца с момента реализации, а еще через несколько месяцев его купил Facebook.

Еще один успешный белорусский стартап – приложение для учета личных финансов PingFin – был создан на финтех-хакатоне в 2016 году.

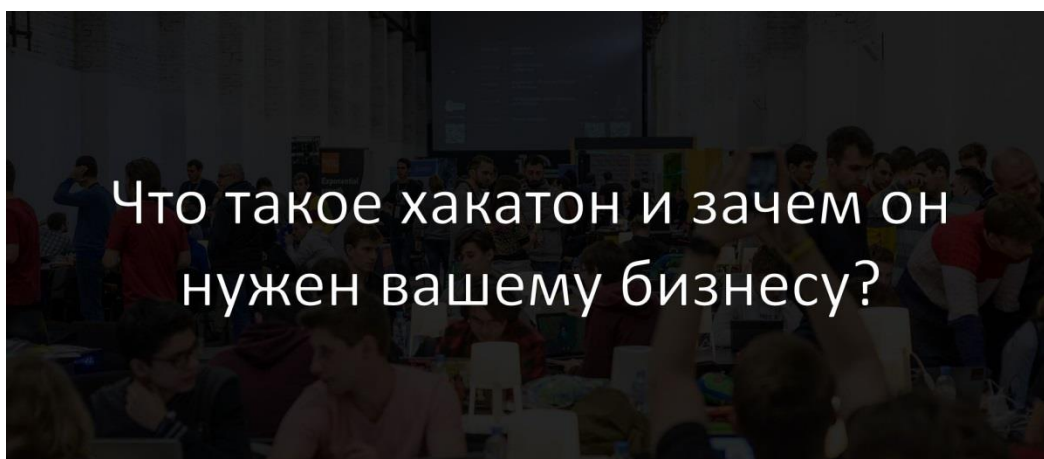
Разработка криптокошелька Multy началась с первого блокчейн-хакатона в Минске. Тогда проект назывался Apps Crunch и занял первое место в хакатоне, получив призы от cyber•Fund: 10 000 голосов (около 1190 долларов) и от Waves – 1000 вейвс (около 4220 долларов). Позднее проект привлек 10 BTC инвестиций от cyber•Fund.

Из европейских стартапов известен VitalFields (раньше назывался WeatherMe) – он был создан на хакатоне Garage 48 в Тарту в 2011 году. Он представляет собой программное обеспечение для простого управления полями. В 2016 году компания была приобретена Monsanto, которая слилась с Bayer в 2018 году.

<https://probusiness.io/ideas/5979-khakaton-rasskazываем-podrobno-komu-i-zachem-eto-nado.html>

режим доступа 25.09.2020

## Что такое хакатон и зачем он нужен вашему бизнесу



Привет! С вами сообщество Russian Hackers и организаторы крупнейшего международного хакатона в России Hack.Moscow. Мы подготовили цикл прикладных статей о пользе хакатонов для бизнеса. Начнем с вводной статьи о формате ивента, а в следующих статьях расскажем создаются инновации и как стартапы могут использовать хакатоны для пилотов с корпорациями.

### Формат хакатона

Хакатон – это командное соревнование разработчиков, где участники собираются в команды 3–5 человек, чтобы без сна на протяжении уикэнда создать приложение или аппаратный проект, а спонсоры мероприятия обеспечивают их кофе, едой и местом для работы и отдыха.

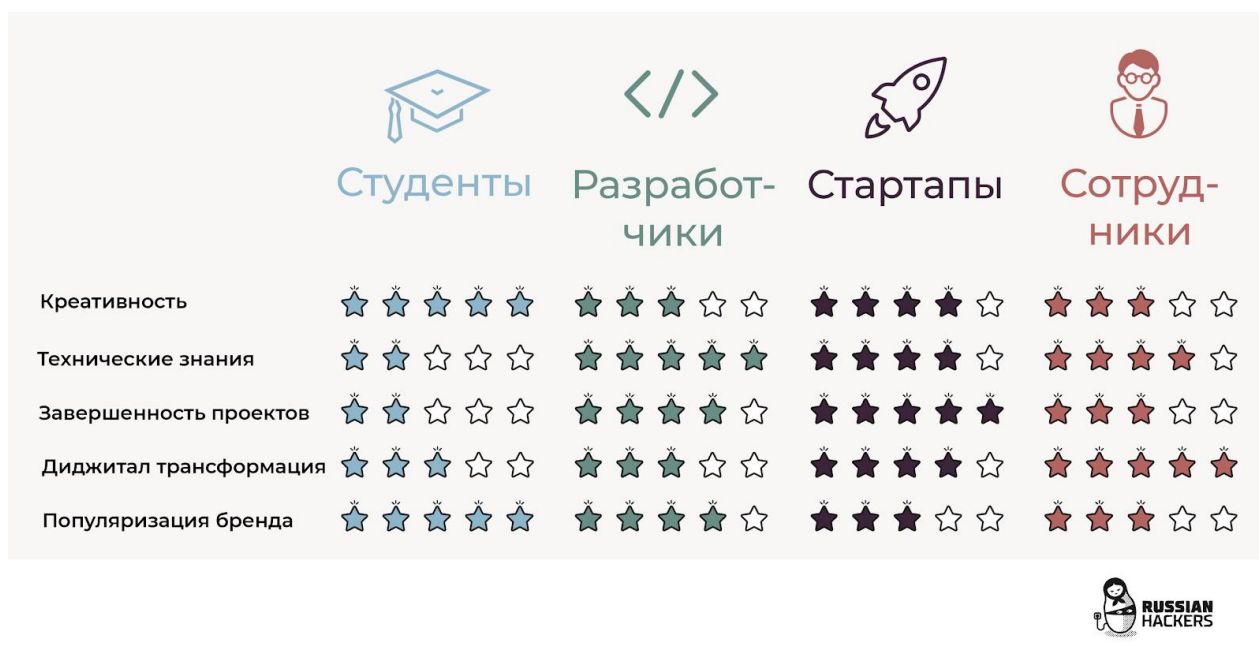
На хакатонах периодически зарождаются крайне успешные проекты: созданное в 2010 году в рамках одного из хакатонов TechCrunch приложение GroupMe было продано Skype за 85 млн. долл.



*Хакатон – это место для знакомства компаний и разработчиков*

Участники хакатонов собираются ради новых знаний, ценных призов и неповторимого фана. Отдельными важными компонентами для участников являются: общение с опытными менторами и техническими специалистами компаний, новые знания о технологиях и информация о работодатели из первых уст сотрудников его компании. Хакатон – это место сбора талантливых разработчиков, которые общаются напрямую с техническими специалистами о рабочих задачах.

Когда хакатоны открылись для более широкой аудитории, включая обычных потребителей, экспертов, стартапов, менеджеров и др. стейкхолдеров, их стали проводить даже месяцами, выводить в онлайн или устраивать O2O (Online to Offline) хакатоны. При этом в России, после популяризации кейс-чемпионатов и наличия операторов хакатонов, люди стали относиться к хакатонам, как к соревнованию за красивую презентацию. Это не совсем так, ведь хакатон – это в первую очередь место сбора разработчиков, инженеров и других технарей.



*На хакатоны ходят разные участники с разными навыками*

С другой стороны, хакатон – это гибкий формат. Если компания верно ставит цели перед его запуском и приглашает правильную аудиторию, то она добивается эффективного краудсорсинга.

Вообще у запуска хакатона есть четыре основные цели:

### 1. Расширить воронку инновационных проектов

- Разработать новые продукты, сервисы и фичи проекта
- Стать источником новых технологий

- Запустить пилот с инновационными стартапами

## **2. Инновационный рекрутмент**

- Протестировать технические и софт-скиллы сотни кандидатов на реальных задачах
- Взаимодействовать и даже поработать вместе с потенциальными коллегами
- Заинтересовать участников с предпринимательским складом ума, будущих executive
- Развить бренд работодателя, который фокусируется на инновациях

## **3. Акселерация своей диджитал-трансформации**

- Прокачка креативности своей команды
- Приспособиться к современным digital-решениям по принципу изучения через практику
- Стать активным соучастником в создании технологической эко-системы

## **4. Запуск обаятельной маркетинговой кампании**

- Движение от прямой рекламы компании участникам, к коллаборативной, где участники рассказывают о компании другим участникам
  - Влияние на локальных диджитал-лидеров мнений
  - Сбор оригинальных идей от участников и работайте с ними для создания маркетинговых и коммуникационных кампаний
- У вашей компании должна быть чётко поставлена одна из следующих целей: R&D, HR, Диджитал Трансформация, Маркетинг.

Каждую из 4 целей стоит разделить на уровень сложности:

- Высокий – нужны работающие решения, готовые для внедрения в компанию, Proof of Concept
- Средний – достаточно прототипа, интерфейсов и примеров работы
- Обычный – у вас есть запрос нагенерировать идеи, концепты для бизнеса, получить вдохновение

Техническая сложность \ Ваша цель	Высокая (Proof of Concept и т.п.)	Средняя (прототипы, приложения, интерфейсы)	Обычная (идеи, концепты, сценарии использования)
Маркетинг Популяризация бренда			
Создание инноваций			
Рекрутинг			
Ускорение Digital Трансформации			

**обозначения:**

- студенты
- разработчики
- стартапы
- сотрудники
- пользователи, клиенты

## Какими бывают хакатоны?

### 1. Внешний хакатон (классический)

Классические хакатоны или внешние хакатоны для компаний несут ощутимые плюсы. Внешние они потому, что компания приглашает внешних специалистов для решения кейса компании. Подготовка к такому мероприятию длится долго, в основном требуется собрать релевантную аудиторию, о которой мы говорили чуть выше и рассказать ей о болях в компании, тех бизнес-процессах, которые у вас существуют.

Для компании внешний хакатон помогает с поиском талантов и повышением силы бренда работодателя, поскольку хакатоны – это круто, разработчикам интересно в них участвовать. Вообще разработчики любят пробовать новые технологии, поэтому релиз нового функционала или API можно совместить с запуском хакатона. Согласитесь, что анонс в СМИ "Компания X выпустила обновление приложения" звучит скучнее, чем: "Компания X запускает соревнование для разработчиков с призами Y".

Внешний хакатон дает компании:

- Employer-Branding
- R&D
- Developer Relations

- Маркетинг
- HR/Скаутинг

## 2. Внутренний хакатон (корпоративный)

Участниками хакатона могут быть и ваши сотрудники. При этом хакатон можно провести полностью внутри компании. Это укрепляет командный дух коллектива, позволяет сотрудникам попробовать себя в новой роли и протестировать новые технологии с минимальными рисками.

Внутренний хакатон дает компании:

- Развитие корп. Культуры
- Разработка инноваций
- Повышение лояльности
- Тестирование новых технологий

## 3. Другие вариации хакатонов

Хакатон – это элемент краудсорсинга идей и точка сбора талантов. Интенсивный формат можно использовать как мини-акселератор. Так, например, делает Tech Stars со своим Startup Weekend или ФРИИ со своими Harvest'ами, прокачивая команды стартапов.

*Хакатоны – это способ объединить стартапы вокруг вас и узнать, как они работают всего за один уикэнд.*

### Основные причины участия компаний в хакатонах

Первая и самая важная причина – это **R&D**. С каждого хакатона команды разработчиков создают десятки прототипов и продуктов. Основатель Angel Hack (прим. – крупнейший онлайн-акселератор, специализирующийся на хакатонах), Ali Sabeen в своем интервью говорит о простом кейсе с компанией Хасбро, которая организовала хакатон для 150 разработчиков. На выходе хакатона 45 рабочих продуктов, что эквивалентно миллиардам долларов, если бы проводилось традиционное R&D. Создание новаторских продуктов, ощущение первопродства – это то, что подкупает и компании, и хакеров объединяться на одной площадке, чтобы создавать интересные проекты.

Вторая причина – **повышение привлекательности бренда работодателя.**

**Компании с сильным брендом работодателя уменьшают стоимость издержек при найме сотрудника на 43%**

Брендинг работодателя значительно упрощает поиск новых сотрудников. В компанию с сильным employer-брендом охотнее придут новые кадры. Мотивацией для этого служит то, что на хакатоне уже произошёл разговор разработчика и компании. Разраб уже знает, какие задачи ему предстоит решать, если он пойдет работать в эту компанию. Такой "тестовый-уикэнд" позволяет создать приятные условия для найма как работнику, так и будущему сотруднику.

Для разработчиков хакатон – это праздник, и работодатель, поддерживающий этот праздник в глазах кодеров, становится интересным работодателем.

Рекомендуем ознакомиться с источниками, которые использовались при подготовке к этой статье

- [Hackathon Organizers Guide by MLH](#)
- [Your Ideas are Terrible – Guide to Corporate Hackathons](#)
- [The 2nd Workshop on Hacking and Making at Time-Bounded](#)

#### Events

- [Global Hackathon Trends & Insights](#)
- [Hack.Moscow](#)
- [Startup Weekend](#)
- [Harvest](#)
- [Why Do Big Companies Do Hackathons?](#)
- [10 Reasons Why Employer Branding is Important](#)

<https://news.russianhackers.org/hackathons-for-business-1/>

режим доступа 25.09.2020