

Záznam z prípravných trhových konzultácií

podľa § 25 zákona č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

1. Identifikácia verejného obstarávateľa:

Názov: Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (MIRRI SR)

Organizačný útvar: Odbor verejného obstarávania, Odbor inovácií a smart agendy

Sídlo: Štefánikova 15 811 05 Bratislava

IČO: 50349287

DIČ: 2120287004

Kontaktná osoba: Mgr. Branislav Hudec, Ing. Barbora Kyjacová, Ing. Matúš Petrovič

Tel.: +421 2 2092 8102; +421 2 2092 8293; +421 948 995 426

E-mail: branislav.hudec@mirri.gov.sk; barbora.kyjacova@mirri.gov.sk;

matus.petrovic@mirri.gov.sk;

Adresa hlavnej stránky verejného obstarávateľa: www.mirri.gov.sk

2. Identifikácia účastníka prípravných trhových konzultácií:

Pre účely záznamu z prípravných trhových konzultácií (ďalej len „PTK“), ktorý je publikovaný na webovom sídle verejného obstarávateľa, je identifikácia účastníkov anonymizovaná. Verejný obstarávateľ eviduje zoznam účastníkov PTK ako súčasť kompletnej dokumentácie k postupu zadávania zákazky.

3. Názov zákazky: „Obstaranie organizácie a realizácie Hackathonov“

4. Spôsob vykonania a priebeh prípravných trhových konzultácií:

Prípravné trhové konzultácie boli iniciované e-mailovým oslovením potenciálnych poskytovateľov predmetu zákazky za účelom možného doplnenia opisu predmetu zákazky, podmienok účasti a stanovenia predpokladanej hodnoty zákazky. Prílohou zaslaného e-mailu zo dňa 30.11.2021 bolo Oznámenie o začatí prípravných trhových konzultácií, príloha č. 1 Formulár na prihlásenie sa do PTK, príloha č. 2 Okruh otázok PTK, príloha č. 3 Návrh opisu predmetu zákazky. Lehota na prihlásenie sa do PTK uplynula 10.12.2021 o 12:00 hod. Prípravné trhové konzultácie prebehli výlučne e-mailovou komunikáciou – zaslaním odpovedí/vyjadrení od účastníkov na otázky uvedené v prílohe č.2.

Verejnému obstarávateľovi boli doručené vyjadrenia od 5 oslovených potenciálnych poskytovateľov predmetu zákazky, ktorí k zaslaným otázkam uviedli nasledujúce odpovede.

- 1. Považuje účastník PTK dokument (Príloha č. 3 - Návrh opisu predmetu zákazky), ktorý poskytol verejný obstarávateľ, za dostatočný, určitý a zrozumiteľný z pohľadu jednoznačného definovania predmetu zákazky, požiadaviek na predmet zákazky a zabezpečenia čestnej hospodárskej súťaže, ktorý bude umožňovať predloženie kvalifikovanej ponuky? Ak nie, prosím, uveďte dôvody a návrhy na doplnenie opisu predmetu zákazky, resp. identifikovanie prekážok, pre ktoré na základe poskytnutého opisu nie je možné predložiť kvalifikovanú ponuku. Otázka zahŕňa aj nasledovné:**

- Aké iné informácie/dokumenty nad rámec poskytnutých dokumentov potrebuje hospodársky subjekt vedieť a poznať pre riadne ocenenie predmetu zákazky?



Účastník č.1:

Drvivá väčšina informácií je postačujúca, z nášho pohľadu chýbajú niektoré technické detaily a pevná definícia podmienok pre vyhodnotenie ponúkanej ceny súťažiacim.

Účastník č.2:

Špecifikáciu termínu – súčinnosť. Kto bude definovať tému hackathonu, program, speakrov, poskytovať dáta, stanovať porotu. Bude sa miesto hackathonov meniť? Vieme si stanoviť tému dopredu? Ktoré ministerstvá budú zapojené do tejto výzvy?

Účastník č.3:

Pro přesnou cenovou specifikaci je třeba zejména jasně definovat:

- Catering - počet účastníků? (catering a ubytování bývají zpravidla největší položkou rozpočtu a je třeba je tedy adekvátně nacenit. Ideální by bylo stanovit konkrétní částku na hlavu, např. 40 euro na osobu a (snídaně, oběd, večeře, snacks, pitný režim během celé akce). Počet účastníků zahrnuje nejenom hackery, ale také mentory a partnery, kteří mohou dorazit na zahájení a pak vyhlášení. Tyto počty je třeba adekvátně odhadnout při dimenzování občerstvení a ubytování.

- Jak bude řešeno ubytování. Budou moci týmy spát přímo v místě konání akce na karimatkách a ve spacácích? (Toto je celkem běžné u studentských hackathonů). Je možné týmy ubytovat v jednom pokoji? V jakém standardu? Lze řešit např. maximální cenou za ubytování při jasně definovaném standardu. Bude ubytování potřeba i pro mentory a partnery/hosty akce?

- Jaká částka se bude proplácet jako cestovné a za jakých podmínek? Bude se proplácet skutečná výše na základě předložené jízdenky, letenky? Co když tým přijede autem a nemá doklad? Bude se vyplácet paušální částka? jaká? Bude se vyplácet v hotovosti na místě nebo zasláním na účet?

Účastník č.4:

Je potřebné stanoviť výhernú cenu pre víťazný tím. Výška ceny je dôležitým faktorom pri zabezpečení dostatočného počtu kvalitných tímov.

Účastník č.5:

1. Forma Hackathonu: (Online, offline, Hybrid)
2. Výzva čo je predmetom (oblasti, ktoré chceme vyriešiť tým hackathonom)
3. Dĺžka podujatia (24/48, alebo týždňový formát)
4. Pôsobnosť – slovenská alebo medzinárodná
5. Cieľové skupiny, ktoré majú riešiť zadania (IT, dizajn, architektúra, iné oblasti expertíz)
6. Chcete do organizátorov prizývať komerčné spoločnosti? Napr. Banky, Telco, Energy a iné?

- **Identifikovali ste nejakú časť alebo informáciu v podkladoch, ktorá by Vám bezdôvodne bránila v účasti alebo túto účasť neprímerane sťažila? Ak áno, uveďte ktorá časť to je a ako ju navrhujete upraviť.**



Účastník č.1:

Ak má byť hackathon zorganizovaný na profesionálnej úrovni, je potrebné zabezpečiť naozaj solídne technické zázemie. Tento dokument práve tento rozmer zabezpečenia bližšie nešpecifikuje.

Účastník č.2:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.3:

NE, nic takového jsem nenašel.

Účastník č.4:

Nie.

Účastník č.5:

Nie.

- **Z hľadiska realizácie predmetu zákazky, ktorú časť plnenia predmetu zákazky považuje účastník PTK za najrizikovejšiu vo vzťahu k rozsahu a kvalite požadovaných služieb a zadaným požiadavkám. Ak účastník PTK identifikuje takéto riziko, pomenuje a popíše riziko, určí jeho mieru a navrhne opatrenia na elimináciu vo vzťahu k pripravovanej zákazke.**

Účastník č.1:

V opise predmetu zákazky je uvedený počet účastníkov hackathonov, kde sa uvádza vždy jeho maximálne číslo. Na určenie presnej hodnoty zákazky a jej transparentné vyhodnotenie je potrebné zadefinovať presný počet účastníkov, aby uchádzač o zákazku nemohol kalkulovať s nižším záujmom a tak ovplyvnením koncových nákladov. Čiže je potrebné, aby sa vždy porovnával náklad na konkrétny počet účastníkov, aby nemohol účastník cieľenou nedostatočnou kampanou ovplyvniť ich počet, a tak sa spoliehať na koncové nižšie náklady pri jeho nenaplnení. Taktiež je potrebné zadefinovať presný pomer medzi online a fyzicky zúčastnených účastníkov. Ako sme uviedli, toto číslo by malo byť vždy nemenné (v princípe vždy to maximálne), pre presné vyhodnotenie celkovej ceny zákazky.

Keďže počas nami organizovaných hackathonov sme mali najväčšie sťažnosti na kvalitu a rýchlosť internetového pripojenia v ubytovacích zariadeniach, bolo náročné poskytnúť všetkým rovnaké podmienky pre prácu aj mimo miesta konania hackathonu (účastníci chceli pracovať aj v noci z izieb). Navyše bolo veľmi dôležité mať pre účastníkov k dispozícii vysokokapacitné garantované neobmedzené (ani počtom sessions) spojenie, ktoré sa hýbe v stovkách až tisíckach eur mesačne. Preto nám chýba presná špecifikácia technického zabezpečenia ako je kapacita garantovaného internetu, zázemie s potrebnými softvérovými licenciami pre videokonferenčné hovory, prezentačné a zobrazovacie zariadenia pre projektové tímy, či popis funkcionalít na kolaboračnú platformu).

Účastník č.2:

Časový rozsah – príprava hackathonu trvá 2-3 mesiace, čiže okamžite ako skončí príprava jedného začína sa produkcia ďalšieho – tento fakt treba brať do úvahy.



Personálne hľadisko – je potreba 2 ľudí na tvorbu programu, 1 na koordináciu reklamnej agentúry, 1 projektového človeka, ktorý zabezpečí celý chod projektu. (príprava projektu) Tvorba témy. Komunikácia s ministerstvom – dĺžka schvaľovania. Klesajúci počet prihlášok potencionálnych účastníkov

Účastník č.3:

Nenašiel jsem tam informaci, jak budou řešeny platby za služby. Při organizaci hackathonů je často problematické cash flow, protože výhry a všechny náklady se platí nejpozději v poslední den hackathonu, často ještě před zahájením, zatímco peníze komerčních partnerů/objednatelů se fakturují až po skončení s dlouhou splatností. Při kvartálních hackathonech lze “zainvestovat” první hackathon, ale před zahájením dalšího je třeba plně zaplatit ten předchozí.

Účastník č.4:

Rozdiel v cene zákazky pri online a fyzickom podujatí, ktoré musí pokrývať aj náklady pre účastníkov (ubytovanie, cestovné, občerstvenie) a náklady na prenájom priestoru 24-48 hodín pre 150 ľudí.

Účastník č.5:

Časový rozsah, naplnenie a hľadanie tímov čo znamená, že bez realizačných tímov v dobrej kvalite nebude mať podujatie dostatočný relevantný výstup. Najdôležitejším bodom podujatia Hackathon vnímam implementáciu riešení. (kto to bude mať na zodpovednosť, koho to bude agenda?, obstarávateľa alebo vysúťaženej realizačnej firmy?)

- Výzvou pri plnení Hackathonu je práve realizačná časť. Zozbierané nápady musia mať následný projektový plán ako sa dostanú do reality. Ideálne riešenie je, keď je v rozpočte Hackathonu započítaná kapacita na implementáciu. Príklad: Na realizované riešenia máte vyhradených 100k, z čoho treba nejaké percento alokovať na firmu, ktorá pomôže zosúladiť výherný subjekt, zadávateľa a výzvy a prijímateľa riešenia.

- **Aké ďalšie kroky a aktivity by ste odporúčali na základe skúseností z realizácie hackathonov doplniť do opisu zákazky pre zabezpečenie úspešnej realizácie jednotlivých hackathonov, ako aj iniciatív hackathonov do r. 2026 celkovo.**

Účastník č.1:

Pravidelné posprocesné informovanie celej online komunity aspoň na obdobie ďalších 12 mesiacov, aspoň jedno neformálne stretnutie členov a mentorov počas hackathonu – networking.

Účastník č.2:

Na základe prvého hackathonu si dať feedback a zistiť, či rozsah cieľovej skupiny bude mať záujem o účasť 4x do roka, resp. či cieľová skupina je dostatočne veľká a či je možné mať cieľový počet účastníkov. Do zmluvy by sme zahrnuli pružnú zmenu formy hackathonu. (meetup, časová výzva a iné)

Účastník č.3:



Z vlastní zkušenosti doporučuji jmenovat jednu operativní kontaktní osobu za zadavatele, která pak bude hlavním partnerem pro agenturu realizující hackathony a bude mít pravomocí operativně řešit a odsouhlasovat postup prací. Dále doporučuji zahrnout:

1. možnost celý hackathon “přecvaknout” do online prostředí v případě nutnosti
2. všechny akce organizovat hybridním formátem, tj. Kdo se chce zúčastnit na místě, muze a kdo nadálku, tak nebude diskriminován a bude se také moci zúčastnit.
3. Nadefinovat požadavek na komunikační platformu celé akce - zpravidla Slack spolu s Zoom.
4. Dodat nutnost vytvořit/nabídnout platformu pro odevzdávání výsledků práce, které bude porota jejím prostřednictvím také hodnotit (přiřazení bodů jednotlivým hackům, kritéria hodnocení, možnost klást doplňující dotazy týmům, atd.)
5. Nabídnout účastníkům více cen než jen jednu hlavní. Snažíme se nabídnout alespoň tři finanční výhry pro tři nejlepší týmy.
6. Možnost oslovit další partnery, aby hackathon podpořili zejména nefinančními cenami, poskytnutím HW a SW zdarma pro účastníky, sponzoringu místa konání, atd.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Očakávania od realizátora: skúsenosti z realizácie minimálne 3 podujatí pre súkromnú aj verejnú inštitúciu. Mať interné kapacity nielen na organizáciu podujatia, ale odborné skúsenosti so stavaním nových riešení a nápadov na zelenej lúke (referencie z praxe, kde súťažný subjekt pomenuje case study so stavaním novej služby). Firma s odbornou skúsenosťou v projektovom manažmente (certifikáty nie sú relevantným predpokladom skúseností). Kapacity na zabezpečenie tvorby vizuálnej identity značky UX, marketingu a PR (môže byť outsourcované).

- **Je realizácia 4 – 5 hackathonov (1 hackaton každé 3 mesiace) za obdobie 12 mesiacov v rámci Vašich kapacít a možností? Vedeli by ste pre účely tejto činnosti vyčleniť potrebnú expertízu / personálne kapacity?**

Účastník č.1:

Áno.

Účastník č.2:

Je potrebné doplniť personálne kapacity pre účely tohto projektu. Po realizácii prvých dvoch hackathonov sa vieme vyjadriť, či dodanie 4 je zrealizovateľné. Realizácia závisí aj od návaznosti tém.

Účastník č.3:

ANO, ročne organizujeme cca 10 obdobných hackathonů.

Účastník č.4:

Áno.

Účastník č.5:



Disponujeme personálnymi aj odbornými kapacitami na zastrešenie 4-5 podujatí ročne. Zo skúseností s tvorbou inovácií by sme radi pomenovali aj druhú stranu mince. Nemusi byť efektívne riešenie na všetky výzvy realizovať Hackathon. Výzva na slovenskom trhu môže byť práve nájdenie dostatočného množstva odborníkov v takejto frekvencii, ktorí budú výzvy riešiť. Niektoré výzvy, ktorým čelia verejné inštitúcie je efektívnejšie vyriešiť napr. krátkymi design šprintami.

- **Na základe Vašich skúseností, v akom predstihu je pre úspešnú realizáciu hackathonu potrebné mať zadanú tému hackathonu a zadanie pre účastníkov hackathonu?**

Účastník č.1:

2-3 mesiace vopred.

Účastník č.2:

Je potrebné si zvoliť témy na začiatku kalendárneho roka. Taktiež treba počítať s tým, že pred prvým hackathonom bude potrebné určiť vizuálnu identitu, vytvoriť web a nastaviť komunikačnú stratégiu, čo môže trvať dlhšie.

Účastník č.3:

Ideálny je začať pripravovať hackathon s predstihom šesti mesiaců. Minimum jsou tři měsíce. Téma alespoň v obecné rovině (pro představu potenciálních účastníků) je třeba znát tři měsíce předem, v konkrétní podobě pak stačí dva dny před zahájením hackathonu, resp včas pro školící den před akcí.

Účastník č.4:

2-3 mesiace pre hackathonom.

Účastník č.5:

Zadanie hackathonov, by malo byť minimálne v rozsahu 8-12 týždňov. Záleží od projektových kapacít zadávateľa a témy. Niektorým výzvam môže predchádzať napr. kvalitatívny alebo kvantitatívny výskum potrieb a očakávaní cieľových skupín.

- **Aký typ hackathonu by bol s ohľadom na návrh opisu zákazky najvhodnejší vzhľadom na požadované ciele a zameranie? (hackathon na mieste, online hackathon, 2-fázová- hybridná forma atď.)**

Účastník č.1:

Vytvorenie bubliny otestovaním účastníkov ktorí sa zúčastnia osobne, ich následná izolácia v moderných priestoroch s možnosťou trávenia času v prírode. Online školenia, informatívne stretnutia a konzultácie formou videokonferencií.

Účastník č.2:

Vzhľadom na formu eventu považujem offline riešenie za najlepšie. Samozrejme sme veľmi ovplyvnení pandemickou situáciou.

Účastník č.3:



Hybridní formát v jedné fázi, tj můžu se účastnit buď fyzicky na místě nebo online. Organizovali jsme takto vícero hackathonů

Účastník č.4:

Online hackathon.

Účastník č.5:

Nie je možné určiť pred zadaním témy a definovaním cieľových skupín riešiteľov. Voľba formátu je závislá práve na týchto informáciách.

- **Aké máte skúsenosti s prepájaním kľúčových stakeholderov (biznis/startup sektor, štátna správa, vysoké školy a výskumné inštitúcie) v oblasti tvorby nápadov a inovácií?**

Účastník č.1:

Nutné je identifikovať kľúčových zástupcov týchto inštitúcií ktorí majú otvorené mysle a ochotu spolupracovať na podobných podujatiach. Za 15 rokov budovania a prepájania komún sa vždy ako kľúčová javila možnosť neformálneho networkingu a spoznávania ľudí, preto táto aktivita by mala byť esenciálnou súčasťou hackathonov.

Účastník č.2:

Pri tvorbe FTRNW prepájame mentorov, startupy, investorov a partnerov a funguje to veľmi dobre. Pri organizácii ďalšieho podujatia účastník prepojil celú co-workingovú komunitu a snažil sa zaručiť čo najväčší počet registrácií.

Účastník č.3:

Áno.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Aktívne sme pracovali na projektoch verejnej správy napr. pre Mesto Bratislava, TTSK, a iné subjekty, sme partnerom viacerých organizácií, spolupracujeme s investičným fondom, máme veľa praktických skúseností v prepájaní takýchto subjektov.

- **Ako nastaviť procesy, aby prípravná fáza na hackathon bola úspešná?**

Účastník č.1:

Nutné pravidelné porady so spätným záznamom, jasne definované ciele na týždennej báze s kontrolou ich vykonania, priama zodpovednosť za úlohy v rámci celého riešiteľského tímu. Použitie kolaboračnej platformy by mala byť nutnosťou, s prístupom externých kontrolórov, ktorí majú možnosť nahliadnuť do stavu riešenia konkrétnych úloh.

Účastník č.2:



Je potrebné si jasne určiť úlohy a deadlines. Taktiež je potrebné promptné reagovanie, ktoré zaručí plynulú spoluprácu a rýchle vypisovanie výberových dodaní subdodávateľov.

Účastník č.3:

Začít včas (3-6 mesíců předem) a mít jednu operativně zdatnou kontaktní osobu pro partnera.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Prípravná fáza by sa mala opierať o jasne stanovený a odsúhlasený projektový plán. Ten by mal zahŕňať timeline projektu prepojenú s kľúčovými úlohami/míľnikmi zo všetkých oblastí (tvorenie konceptu - definícia výziev, marketing, iné eventové aspekty – catering, dodávatelia a podobne). V rámci prípravnej fázy by mala byť taktiež vytvorená organizačná štruktúra, ktorá bude definovať všetky zapojené strany, kľúčových stakeholderov a ich organizačné zapojenie/kompetencie. Kľúčové je takisto vytvorenie a stanovenie marketingovej stratégie, ktorá bude tvoriť kostru marketingových aktivít a akvizície tímov/účastníkov.

- **Akou formou navrhujete zabezpečiť dostatočný počet účastníkov?**

Účastník č.1:

Prehlásenie o preukázaní dostatočne veľkej databázy kontaktov v súlade s pravidlami GDPR (napr. aspoň 5- násobok cieľového počtu účastníkov). Virálna online kampaň spojená s pridruženými aktivitami a prezentáciou benefitov pre každého účastníka, ako i cien pre výhercov.

Účastník č.2:

Online kampaň: display, sociálne siete, mailig offline kampaň: citylight, priame pozývanie (spolupráca s univerzitami tech. zamerania), oslovenie našej komunity.

Účastník č.3:

Více cen pro účastníky, formát Pá-So (24hod), rekruční kampaň minimálně 2 měsíce předem, zapojení network partnerů ekosystému (univerzity, startup komunity, studentské skupiny, mediální partneři, PPC kampaň na sociálních sítích, cool merchandising, pocit exkluzivity, že jsem byl vybrán na hackathon, vlastní DB a know-how partnera).

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Akvizícia tímov je veľmi individuálna a mala by sa riešiť case-by-case, t.j. mala by byť prispôsobená hackathonu (zameraniu výziev). V rámci best practices vnímame multi-channelovú marketingovú stratégiu ako najvhodnejšiu: t.j. mix:



- Sociálnych médií (s prepojením s platenou reklamou)
- Direct e-mailinu (newsletter, direct reachout cez LinkedIn alebo e-mailom na firmy, ktoré sú v rámci target audience - vyhl'adané cez research/verejne dostupné databázy, prípadne aj univerzity - záleží od stanoveného target audience)
- Propagácie (posty + newsletters) cez komunitných/mediálnych partnerov (vhodnosť záleží na zameraní hackathon – napr. TouchIT, Kóderia, Learn2Code = ak sa zameriavame na akvizíciu z IT sektora)
- Propagácia cez mentorov hackathonu cez ich komunity a sociálne siete
- Potenciálne aj účasť na online eventoch (s pozvánkou na hackathon) atď.

- **Aké technické parametre by mal obsahovať priestor na takýto typ podujatia?**

Účastník č.1:

Spoločenská miestnosť kapacity aspoň 50 účastníkov, individuálne miestnosti (min. 5) pre riešiteľské tímy, kuchynka, dostupnosť stravovacieho a ubytovacieho zariadenia max. do 15min. chôdze. Garantovaná linka min. 100/100Mbps bez obmedzení počtu sessions, 32 verejných IP adries, cloudové prostredie pre min. 20 virtálov (4x CPU, 8GB RAM, OS podľa voľby), projektor a plátno, zobrazovacie monitory 20x, klávesnica + myš 20x, laserová tlačiareň (farebná), chladnička. Vybavenie priestorov - stacionár, riady, káva, čaj, nealko nápoje a pod.

Účastník č.2:

Dostatočne veľký priestor na nerušenú prácu tímov, 1:1 meetingové miestnosti (lektor vs. účastník hackathonu) Event priestor s denným svetlom a možnosťou vetrania, centrálna poloha. Kvalitné zvukové vybavenie, mikrofóny, plátno a projektor, dostatočné wifi pripojenie.

Účastník č.3:

Dokonalé Wi-Fi pokrytí, miesto pro každý tím (dva stoly u sebe a 4 židle, zásuvka), miesto pro spaní, sprchy, kúpeľny, jídelna nebo místnost s možností přípravy cateringu, místo pro mentory, místo pro organizátory, technika pro streaming, plátno nebo obrazovky pro promítání prezentace, mikrofony a ozvučení, osvětlení, intenzivní úklid, možnost řídit pohyb osob v objektu (karty, čipy), parkování, dostupnost veřejnou dopravou, velká místnost pro hackery nebo vícero místností pro jednotlivé týmy, prostor pro umístění 3D tiskárny a možnost práce s pájkou, ostraha objektu v noci, non-stop přístup pro účastníky.

Účastník č.4:

Pri fyzickom hackathone je potrebné zabezpečiť priestor pre všetkých účastníkov s pódium a stôl s internetom pre každý tím.

Účastník č.5:

Priestor by mal spĺňať všetky aspekty ako pri bežnej modernej kancelárii - t.j. spoľahlivá WIFI sieť (aj pre väčší počet účastníkov), pohodlné miesto na prácu (stolíky, stoličky pre tímy) so zdrojmi napájania, niekoľko zasadačiek/kancelárií na brainstormingy, alebo mentoring sessions. Niekoľko väčších zasadačiek/miestností pre organizačný tím, mentors base, kuchynka, spoločný komunitný priestor pre oddych atď. Vhodnými priestormi sú coworkingy. Netreba zabúdať na otvorenie



podujatia a záverečný ceremoniál. Tieto priestory môžu byť pokojne aj mimo hlavného priestoru na hackathon, avšak treba rátať s logistikou. V rámci týchto prípadov sú vhodné aj nekonvenčné priestory typu (múzeum, galéria, koncertná sála, divadlo...).

- **Ako nastaviť marketingovú kampaň a mediálnu propagáciu podujatia, aby sme oslovili cieľovú skupinu aktérov?**

Účastník č.1:

Informovanie o podujatí v rámci výučby na školách, sociálne siete a direct mail, partnerské rádio stanice, informovanosť cez IT komunity, letáková kampaň v podnikoch pre mladých (bary a pod.).

Účastník č.2:

Cielenie podľa témy konkrétneho hackathonu na záujmové skupiny, lookeliky, bannerová kampaň cez relevantné médiá, PR kampaň v relevantných médiách, aktívna účasť na podujatiach s potenciálnymi záujemcami, vytvorenie mailing listu potenciálnych záujemcov, komunikácia cez partnerov podujatia a ich siete..

Účastník č.3:

To bude súčasťou služieb agentury, každý nami organizovaný hackathon je trochu jiný a komunikace je z velké části o kreativité. Platí, ale komunikační mantra: správné sdělení ve správnou chvíli správným lidem. U studentů je třeba být autentický, netradiční a především smysluplný. Účast na hackathonech musí být vnímána jako pocta, cool, ten nejlepší způsob jak strávit weekend.

Účastník č.4:

Dôležité je zamerať sa predovšetkým na pridanú hodnotu pre účastníkov. Kto bude navrhnuté riešenie využívať? Aké sú možnosti implementácie? Aká je atraktivita výzvy? Aká je atraktívna víťazná cena.

Účastník č.5:

Vid' vyššie (multichannel marketing strategy).

- **Aký typ, kvalitu a rozsah propagačných materiálov odporúčate využívať pri propagácii podujatí?**

Účastník č.1:

Online banery na weboch pre mladých, standup letáky na stoloch v podnikoch, pútavý spot v rádiách.

Účastník č.2:

Online: bannery, sociálne siete, search kampaň, video kampaň. Offline: PR komunikácia, externá reklama (citylighy, bannery), plagáty, letáky

Účastník č.3:



Doporučuji všechno v bio kvalitě, recycled a s ohledem na životní prostředí. Ideálně to pojmout jako cirkulární event, kde nevzniknou nevyužité odpady. Nutností jsou trička a samolepky s logem, které si účastníci nalepí na notebook. Hackery je zpravidla oceňovaný merch, co jim zkomfortní účast na akc jako ponožky, zubní kartáček, karimatka, termohrnek, atd.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Prevažne by sme odporučili elektronické propagačné materiály (posty, stories, newslettere, web, e-mail bannersy...) Ak pôjde o tému hackathonu, ktorá bude zaujímavá pre širokú verejnosť, ktorá môže sledovať hackathon cez live stream alebo prísť na finálny ceremoniál, propagačné materiály môžu byť pokojne doplnené o printové či zvukové propagačné materiály (citylighty, plagáty, vstupy v rádiách...). Počas podujatia navrhujete účastníkom a organizačnému tímu poskytnúť merch (mikiny, trička, či iné propagačné a reklamné predmety), ktoré pôsobia ako memorabilia, ale tak isto aj rozširujú povedomie o podujatiach aj po evente. Toto je dôležité najmä pri kontinuálnej činnosti (ak by hackathony na seba nadväzovali). Všetky propagačné materiály sa musia odvíjať od jasne stanovenej identity a brandingu podujatia. Určiť však najhodnejší mix propagačných materiálov je však potrebné na základe zámeru hackathonu.

- **S akou veľkosťou projektového tímu treba počítať pri zabezpečení takéhoto podujatia?**

Účastník č.1:

3 dlhodobo + 4 osoby tri dni vopred a počas konania eventu.

Účastník č.2:

Interne: príprava: 4, marketing: 1, project manager: 1, program: 2. Externe: reklamná agentúra, catering, streamovacia firma. V deň hackathonu: fotograf, kameraman, SBS 4 events ľudia plus všetci hore spomenutí interní (počet events ľudí sa odvíja od počtu účastníkov).

Účastník č.3:

V agentúre zajišťujúci akci na kľúč: Project Manager, Hacker Manager/Recruiter, Partner Manager, PR & Comms Expert, University Coordinator, Web & Technical Expert, Assistant, tedy 5-7 ľudí. U zadavatele doporučuji: Kontaktní osoba, Legal Expert, Finance and Process Expert, Subject Matter Expert(s), Comms Specialist, tedy minimálně 5 lidí.

Účastník č.4:

5 ľudí.

Účastník č.5:

V rámci organizačného zabezpečenia je nutné definovať:



- (klúčová osoba) Project lead, ktorý je owner projektu s najväčšou expertízou a monitoru priebeh naplnenie stanoveného plánu,
 - (klúčová osoba) Project assistant, ktorý sa zameriava hlavne na komunikáciu a naplánovanie taskov z hľadiska projektového manažmentu,
 - (klúčová osoba) Visual designer/grafik/UX and UI, ktorý navrhuje identitu podujatia, vytvára web a všetky printy a kreatívy,
- Toto je minimálne zloženie tímu, avšak, ak je časový rámec plánovania menej ako 12 týždňov, navrhujeme doplniť kapacity v rámci operatívnej a exekutívnej - t.j. projektových asistentov. Potrebni sú ešte napr.:
- Web developer (môže byť aj externý)
 - Odborný garant výzvy (môže byť interný, ak organizácia má priame skúsenosti s témou alebo hackathonmi) príp. externý s ohľadom na jeho/jej expertízu atď.

- **Aký dlhý čas by ste potrebovali na kompletne zabezpečenie hackathonu t.j. príprava, propagácia eventu, nábor účastníkov, realizácia eventu?**

Účastník č.1:

3 mesiace.

Účastník č.2:

4-5 mesiacov. 3 mesiace nábor a príprava na odštartovanie projektu, 3 mesiace propagácia (pred prvým hackathonom je príprava dlhšia, z dôvodu zadefinovania identity, webu, komunikačnej stratégie).

Účastník č.3:

Ideálne 3-6 mesiacov, absolútné minimum jsou 2 mesiace.

Účastník č.4:

4 mesiace.

Účastník č.5:

Ideálny čas na prípravu odhadujeme na 9-12 týždňov. Avšak, celkový čas príprav hackathonu sa veľmi odvíja od počiatočných fáz, ktoré sú kľúčové, ak:

- Definovanie výziev bude vyžadovať výskum.
- Získavanie informácií / podkladov k výzvam a vytváranie identity, webu a marketingovej stratégie budú časovo náročné z pohľadu konceptu či zapojených stakeholderov.
- Komunikácia medzi zapojenými stranami bude komplikovaná, obdobie príprav fázy sa značne predĺži.

- **Aký je z Vášho pohľadu primeraný rozpočet na jeden hackaton v EUR s DPH, po zohľadnení návrhu opisu zákazky, ktorý Vám bol zaslaný?**

Účastník č.1:

Pre 100 ľudí fyzicky zúčastnených na 3 dni, max. 40 tis. EUR s DPH, bez odmeny pre riešiteľské tímy (navrhujeme ďalších 10 tisíc).

Účastník č.2:



127 050 EUR + DPH (bez cestovných nákladov a nákladov na ubytovanie).

Účastník č.3:

60 - 100 000 euro podľa nákladů na miesto, catering, ubytování a cestovné. Toto nezahŕňa prípadné finanční výhry, obvykle nabíízime ďalších celkom 10 000 euro pro tři nejlepší týmy (5, 3 a 2 000 euro).

Účastník č.4:

70 000 EUR.

Účastník č.5:

Odhadovaný rozpočet sa nedá presne defínovat' podľa niektorých neurčených podmienok, preto defínujeme rámec na základe zadania z prílohy Návrh opisu predmetu zákazky. Predpokladaná cena je 40 000 – 50 000 € bez DPH.

2. Vedel by hospodársky subjekt plniť (poskytnúť) predmet zákazky sám, alebo by musel/preferoval využitie subdodávateľov?

Účastník č.1:

Sám, samozrejme s outsourcingom služieb ako je strava a ubytovanie

Účastník č.2:

Potrebovali by sme subdodávateľov: reklamná agentúra, fotograf, kameraman, streamovacia firma, catering.

Účastník č.3:

Sám spolu s jednou lokální SK agentúrou/partnerem jako subdodvatelem.

Účastník č.4:

Jeden hospodársky subjekt vie splniť zákazky sám.

Účastník č.5:

Plnenie podľa aktuálneho zadania vieme plniť sami (do skupiny dodávateľov musíme zaradiť, cateringovú firmu, prenájom priestorov, technické potreby za účelom livestreamovania a pod., hotelové a dopravné služby).

3. Má zmysel zvažovat' rozdelenie predmetu zákazky na viaceré časti podľa § 28 zákona o verejnom obstarávaní?

Účastník č.1:

Nie.

Účastník č.2:

Áno, vzhľadom na veľkosť zákazky a jej rôznych fáz príprav.

Účastník č.3:

Ne.

Účastník č.4:

Nie.

Účastník č.5:

Určite stojí za zváženie pri takomto rozsahu, rozdeliť zákazku na 2 časti: 1. plnenie logistickej organizácie eventu zabezpečenia priestorov a cateringu podujatia, 2. odborné a programové zabezpečenie podujatí, témy, výzvy, realizačné tímy, marketing, mentoring, zapájanie partnerov a pod.

4. Aké podmienky účasti technickej alebo odbornej spôsobilosti by bolo vhodné určiť? Verejný obstarávateľ zvažuje uplatnenie podmienky účasti podľa § 34 ods. 1 písm. a) a g) zákona o verejnom obstarávaní.

Účastník č.1:

g – v poriadku, a – podľa nás neprimerané K.O. kritérium pre väčšinu záujemcov, ak sa bude požadovať rozsah hodnoty zákazky podľa odhadovanej ceny a počtu eventov za rok.

Účastník č.2:

Skúsenosti s podobnými zákazkami, disponovanie vhodnými vlastnými priestormi, sieť kontaktov dodávateľov, rozsiahla sieť kontaktov v rámci Európskej co-workingovej komunity.

Účastník č.3:

Určite zkušenost s organizácií online i offline hackathonů, ideathonů a inovačních sprintů v trvání min 24hod a v hodnotě nad 50 000 euro za jednu akci v uplynulých třech letech v regionu střední Evropy, ideálně i s mezinárodní účastí. Doložit referencí. Zkušenost spolupráce s veřejným zadavatelem jako je stát, město nebo jiná veřejná instituce v rozsahu aspon 50 000 euro v posledních třech letech. Doložit referencí. Ohledně odbornosti - alespoň jeden člen týmu by měl mít VŠ se zaměřením na technologie nebo inovace. Doložit kopii univerzitního diplomu.

Účastník č.4:

Podmienky definované podľa § 34 ods. 1 písm. a) a g) zákona o verejnom obstarávaní sú adekvátne.

Účastník č.5:

Odborná spôsobilosť, organizátor, ktorý môže deklarovat' organizáciu aspoň 2-3 Hackathonov pre súkromnú aj verejnú inštitúciu, subjekt s odbornou spôsobilosťou v oblasti service design, a odbornosť v projektovom manažmente. Neviazal by som sa na certifikáty, ktoré často krát nemajú žiadnu výpovednú hodnotu. Minimálne nie v tejto oblasti.

5. V prípade aplikovania podmienky účasti technickej alebo odbornej spôsobilosti podľa § 34 ods. 1 písm. g) zákona o verejnom obstarávaní, t. j. predložiť údaje o vzdelaní a odbornej praxi alebo o odbornej kvalifikácii osôb určených na plnenie zmluvy alebo riadiacich zamestnancov, akých expertov a aký počet expertov na plnenie predmetu zákazky by bolo vhodné / primerané určiť, aby bol predmet zákazky realizovaný riadne a v čas, je vhodné od expertov vyžadovať certifikáty a aký typ a úroveň certifikátov má zmysel požadovať vo vzťahu k predmetu zákazky (v prípade uvedenia certifikátov by bolo vhodné uviesť aj ekvivalenty daných certifikátov, ak hospodársky subjekt má vedomosť o ich ekvivalentoch)?

Účastník č.1:

Podľa nás je to relevantné len pri vedúcej osobe zastrešujúcej hackathon. Šikovní mladí ľudia, ktorí by boli súčasťou realizačného tímu a majú omnoho väčší drive než „skúsení“ project manažéri však môžu byť takto z možnosti zapájať sa vylúčení, čo by nebolo z nášho pohľadu vhodné.

Účastník č.2:

Je potrebné vidieť portfólio a zistiť, či experti robili podobný projekt v minulosti. Čiže skúsenosti a výstupy v minulosti zohrávajú kľúčovú rolu.

Účastník č.3:

Certifikáty expertů nedávají v rámci realizačního týmu smysl. Samozřejmě je možné poptat od partnera jakýsi pool expertů (např 5-7), kteří by mohli fungovat jako mentoři na všech hackathonech, a pak by bylo záhodno od každého předložit profesní CV.

Účastník č.4:

a) Odborná prax: minimálne 2 experti so skúsenosťou s organizáciou aspoň 3 hackathonov. Minimálne 1 expert na komunikáciu (skúsenosť s aspoň 3 hackathonov).

b) Certifikáty v tejto oblasti nie sú relevantné.

Účastník č.5:

Minimálne 5 členov tímu v organizačnej rovine: projektový manažér, eventový manažér, service designer, UX/UI špecialista, analytik/researcher.

6. V prípade, ak by verejný obstarávateľ uvažoval o aplikovaní iného kritéria na vyhodnotenie ponúk ako je najnižšia cena, aké iné kritérium odlišné od ceny považujete za vhodné / primerané? Je z pohľadu účastníka PTK vhodným kritériom kvalita a skúsenosti expertov, zodpovedných za plnenie predmetu zákazky? Aké ukazovatele by bolo v prípade tohto kritéria vhodné hodnotiť, počet rokov praxe, počet relevantných projektov, na ktorých expert participoval alebo aj dispozíciu s certifikátmi odbornej spôsobilosti.

Účastník č.1:

Veľmi neodporúčame aplikovať. Odporúčame hodnotiť aj originalnosť návrhu prevedenia (miesto konania, pridružené aktivity) a kreativitu spracovania zadania a konkrétnych tém.

Účastník č.2:

Skúsenosti expertov, počet relevantných realizovaných projektov.

Účastník č.3:

Viz výše. Jen cenové kritérium nedává smysl. Podstatná je zkušenost s realizací hackathonů (a případně ideathonů či inovačních sprintů). Realizace jiných akcí (jako firemní kongresy, workshopy, atd.) není dostatečným kritériem. Zkušenost členů realizačního týmu vykreslení přehledem obdobných projektů v minulosti je adekvátní, tzn požadavek na to, že členové realizačního týmu se v minulosti podíleli alespoň např. na třech hackathonech v rozsahu XY. Je možné také kvalitativně vyhodnotit například návrh vizuální identity akce a komunikační koncept.

Účastník č.4:

Skúsenosť s hackathonmi je kľúčové kritérium pre úspešnú implementáciu. Kvalita a skúsenosť expertov môže byť stanovená napr. počet rokov praxe: minimálne 3 ročná

skúsenosť s organizovaním hackathonov, minimálne 5 ročná skúsenosť s organizovaním inovačných podujatí pre aspoň 50 ľudí.

Účastník č.5:

Pomer kritérií by som navrhoval nasledovne, 40% cena, 30% odborné skúsenosti a realizačný tím, 30% referencie a case study s implementáciou riešení v praxi.

7. Ak by boli uplatnené aj iné kritéria ako najnižšia cena, akú váhovosť jednotlivých kritérií účastníci PTK navrhujú?

Účastník č.1:

70:30.

Účastník č.2:

Stabilita firmy a portfólio realizovaných podobných projektov a reálna kapacita na uskutočnenie projektu.

Účastník č.3:

CENA 60 percent, KVALITA 40 percent.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Spomenuté v bode vyššie.

8. V prípade, ak by verejný obstarávateľ stanovil lehotu na predkladanie ponúk v dĺžke 30 kalendárnych dní odo dňa odoslania oznámenia o vyhlásení verejného obstarávania publikačnému úradu, je to dostatočná lehotu na prípravu ponuky do vyhláseného verejného obstarávania alebo je potrebné primerane lehotu predĺžiť, t. j. určiť dlhšiu ako minimálnu zákonnú lehotu na predkladanie ponúk?

Ak áno, o aký čas navrhujete lehotu na predkladanie ponúk predĺžiť, nad zákonom stanovenú lehotu min. 30 dní?

Účastník č.1:

Áno je to dostatočná lehotu.

Účastník č.2:

Navrhujeme lehotu 25 pracovných dní.

Účastník č.3:

30 dní je dostačujících, pokud nebude třeba nadstandardní součinnost dalších stran k dodání dokumentů (partnerské reference, CV expertů, atd.)

Účastník č.4:

30 dní je postačujúce.

Účastník č.5:

30 dní je relevantný čas.

9. Aký navrhujete uplatniť postup vo verejnom obstarávaní? Štandardnú reverznú verejnú súťaž, resp. vnímali by ste ako pridanú hodnotu uplatnenie iného postupu ?

Účastník č.1:

Čo najjednoduchšie administratívne zaťaženie, čiže súhlasíme s reverznou verejnou súťažou.

Účastník č.2:

Súhlasíme so štandardnou reverznou súťažou.

Účastník č.3:

Reverzní veřejná soutěž je ok.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Neviem presne definovať akými právnymi možnosťami disponujete.

10. Aký navrhujete uplatniť postup vo verejnom obstarávaní? Štandardnú reverznú verejnú súťaž, resp. vnímali by ste ako pridanú hodnotu uplatnenie iného postupu ?

Účastník č.1:

Skúsili sme aplikovať jednotnú komunikačnú platformu na evidenciu účastníkov, mentorov, projektov, návrhov riešení, výstupov tímov, informovanosti o aktivitách, novinkách a pod. s kompletnou schémou a štruktúrou eventu. Pre komplikovanosť manažmentu online rôznych kolaboračných nástrojov s čiastkovými funkciami, záznamov zo stretnutí a zápisov bolo veľmi ťažké udržať jednotnú a ucelenú informačnú bázu, ako i koncentráciu informácii na jednom virtuálnom priestore (maily vs. ms-team vs. sharepoint vs. solved.fi vs. tel. hovory vs. excel vs. web vs. tlačené dokumenty s vyhláseniami). Po skĺbení všetkých výhod jednotlivých riešení a prepojenia vzájomných prepojení pre prehľadnosť výstupov bolo najväčšou výzvou odkomunikovať závery a následne zostať v kontakte s komunitou. Toto vnímame ako najdôležitejší prínos MIRRI definovať jednotnú metodiku, ktorá nebude administratívne zaťažovať organizátorov zbytočnou byrokraciou a zároveň odporučí overené metódy na efektívne riadenie, sledovanie, kontroling no najmä komunikáciu s účastníkmi hackathonov pre tvorbu smart-komunit.

Účastník č.2:

Problém v komunikácii – nastavenie jasných pravidiel a deadlinov.

Účastník č.3:

Zejména jde o jednoznačnou odpověď na otázku, koho na hackathonu primárně chceme, jaké téma se bude řešit a co by mělo být výstupem akce. Výzvou správné definice témat je kompromis mezi atraktivitou (jestli kliknu na post s představením tématu) a konkrétností (jestli je přesně téma nedefinováno a jasně zaměřeno). Řešením je včasná komunikace s vlastníky témat a jejich “překlad” do řeči hackerů. V souvislosti s COVID krizí jsme hackathon ze dne na den přesouvali do online prostředí. To vyžaduje dobrý technický tým a digitálně schopného komunikátora na platformách jako Slack, Google Workspace, MS Teams, Zoom, atd.

Účastník č.4:

Žiadna odpoveď.

Účastník č.5:

Najväčšia výzva pri realizácii podobného charakteru zákazky, je spojiť výzvu (zadanie) s kvalitnými účastníkmi (riešiteľmi). Tým že pre komerčné subjekty hľadáme tímy a riešiteľov aj zo zahraničia, sme súčasťou komunit coworkingov po celej EU, sme súčasťou IT tech skupín ako wearedevelopers a podobne.