

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
Infotehnoloogia teaduskond

Reimo Lõokene 211949IAAM

**Organisatsiooni toimimise restruktureerimise
süsteemi- ja ärianalüüs Hooandja platvormi
näitel**

Magistritöö

Juhendaja: Priit Rospel
MSc

Tallinn 2023

Autorideklaratsioon

Kinnitan, et olen koostanud antud lõputöö iseseisvalt ning seda ei ole kellegi teise poolt varem kaitsmisele esitatud. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, olulised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on töös viidatud.

Autor: Reimo Lõokene

18.05.2023

Annotatsioon

Käesolevas magistritöös analüüsitakse Eestis tegutsevat kingitustepõhist ühisrahastusplatvormi Hooandja. Magistritöö eesmärgiks on välja selgitada platvormi protsessides ning olemuses eksisteerivad vananenud ning potentsiaalsed parandus kohad. Seda saavutatakse läbi süsteemi- ja ärianalüüsi tulemina. Töö tulemiks on süsteemi ülevaade, mis hõlmab süsteemi nõuete definitsioone, protsessimudeleid, andmemudeleid, süsteemi arhitektuuri ning kasutajaliidese disaini ideid.

Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ning sisaldab teksti 45 leheküljel, 8 peatükki, 15 joonist, 2 tabelit.

Abstract

System and Business Analysis of the Restructuring of the Organization's Operation Using the Hooandja Platform as an Example

This master thesis analyses Hooandja, a gift-based crowdfunding platform operating in Estonia. The aim of the thesis is to identify obsolete and potential improvement points in the processes and nature of the platform. This is achieved through a system and business analysis. The thesis will result in a system overview that includes system requirements definitions, process models, data models, system architecture and user interface design ideas.

The thesis is in Estonian and contains 45 pages of text, 8 chapters, 15 figures, 2 tables.

Lühendite ja mõistete sõnastik

AS-IS	Olemasolev süsteem ja loogika
BPMN	<i>Business Process Modelling Notation</i> ehk äriprotsesside graafiline notatsioon
MVP	Vähima funktsionaalsusega toimiv toode (<i>minimum viable product</i>)
TO-BE	Loodav süsteem ja loogika
UI	<i>User interface</i> - kasutajaliides
UML	<i>Unified Modelling Language</i> ehk ühtne modelleerimiskeel
UX	<i>User experience</i> – kasutajakogemus
WYSIWYG	<i>What you see is what you get</i> ehk teksti redigeerimisvahend, mis kuvab sisendi välja täpselt nii, nagu see sisse kirjutatakse

Sisukord

Autorideklaratsioon	2
Annotatsioon.....	3
Abstract System and Business Analysis of the Restructuring of the Organization's Operation Using the Hooandja Platform as an Example	4
Lühendite ja mõistete sõnastik	5
Sisukord.....	6
Jooniste loetelu	8
Tabelite loetelu	9
1 Sissejuhatus	10
2 Probleemi püstitus	11
2.1 Valdkonna tutvustus	11
2.2 Tausta kirjeldus.....	12
2.2.1 Platvorm	13
2.3 Lahendatav probleem	13
2.4 Teema aktuaalsus.....	14
2.5 Skoop ja piirangud.....	14
2.6 Läbitavad etapid ja töö eesmärk	15
2.7 Metoodikad.....	16
2.7.1 AS-IS süsteemi analüüs	16
2.7.2 SWOT analüüs ja Riskide maatriks.....	16
2.7.3 Protsesside kirjeldamine	17
2.7.4 Nõuete analüüs	17
2.7.5 TO-BE süsteemi mudelid	18
2.8 Autori roll	18
3 Olukorrajeldus ja kirjanduse ülevaade	18
3.1 Platvormi kasutamine	21
3.1.1 Kampaania omanik.....	21
3.1.2 Hooandja (toetaja)	22
3.1.3 Administraator.....	22

3.2 AS-IS protsessid	23
3.2.1 Põhiprotsessid.....	24
3.2.2 Kasutajatuvastus	24
3.2.3 Kampaniate haldamine	25
3.2.4 Kampaniate toetamine	26
3.2.5 Abiprotsessid	27
3.3 Näiteid kirjandusest	28
3.3.1 Sotsiaalmeedia.....	29
3.3.2 Varasemad kogemused	29
4 Analüüs.....	30
4.1 Ärianalüüs.....	30
4.1.1 SWOT.....	30
4.1.2 Konseptuaalne klassimudel	31
4.1.3 KPI-d	32
4.2 Süsteemianalüüs	33
4.2.1 Toetamise protsess.....	33
4.2.2 Kampania voog.....	38
4.3 Nõuded.....	44
4.3.1 Funktsionaalsed nõuded	44
4.3.2 Mitte-funktsionaalsed nõuded	44
5 Kavand.....	45
5.1 TO-BE	45
5.2 Protsessid ja rollid	46
5.3 Kasutajaliides.....	48
6 Järeldused	51
7 Järgnevad sammud ja soovitusel	52
8 Kokkuvõte	53
Kasutatud kirjandus	55
Lisa 1 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	57

Jooniste loetelu

Joonis 1. Ärimudeli lõuend (autori koostatud.)	19
Joonis 2. AS-IS eduka projekti protsessimudel, lihtsustatud (autori koostatud)	20
Joonis 3. Hooandja põhiprotsessid (autori koostatud).....	24
Joonis 4. Kampaania protsess (autori koostatud)	25
Joonis 5. Kampaaniate toetamine (autori koostatud).....	27
Joonis 6. Klassimudel (autori koostatud)	32
Joonis 7. UC Toetamise (Ettevõtte analüüsidokument)	34
Joonis 8. Toetamise voog. (Ettevõtte analüüsidokument).....	37
Joonis 9. . Kampaania läbiviimise voog (Ettevõtte analüüsidokument)	43
Joonis 11. TO-BE põhiprotsessid (autori koostatud).....	48
Joonis 12. TO-BE rollid süsteemis (autori koostatud)	48
Joonis 13. Kuvatõmmis, allikas [15]	50
Joonis 14. Kuvatõmmis, allikas [16]	50
Joonis 15. Kuvatõmmis Hooandja kodulehest. Allikas [1]	51

Tabelite loetelu

Tabel 1. SWOT analüüs (autori koostatud).....	31
Tabel 2. Funktsionaalsed nõuded	44

1 Sissejuhatus

Viimastel aastatel on ühisrahastamine kujunenud võimsaks mehhanismiks, mille abil üksikisikud, organisatsioonid ja kogukonnad saavad oma loomingulisi ideid ellu viia. Erinevate ühisrahastusplatvormide seas on Hooandja kujunenud silmapaistvaks platvormiks, mis on pühendatud kunsti-, kultuuri- ja kogukonnale suunatud projektide toetamisele Eestis. Oma missiooniga anda loojatele volitusi ja hõlbustada sisulisi ühendusi projektide loojate ja toetajate vahel on Hooandja mänginud olulist rolli ühisrahastuse maastiku kujundamisel piirkonnas.

Käesoleva magistr töö eesmärk on analüüsida Hooandja ühikut ning keskkonda, uurides selle tugevaid ja nõrku külgi ning tuues välja parenduskohti, mis omakorda aitaks Hooandjal skaleerida vastavalt oma ärivaadetele ning kaasajastada süsteemi väljanägemine. Lisaks uurides platvormi funktsioone, kasutajakogemust, projektide edukuse määra ja kogukonna dünaamikat, saame väärtuslikku teavet selle kohta, kuidas Hooandja saab suurendada oma tõhusust ja maksimeerida oma mõju seal toimuvatele loomingulistele projektidele.

Üks oluline aspekt, mida analüüsis arvesse võtta, on platvormi kasutajakogemus ja kasutajaliidese disain. Kaasaegne ja intuiitiivne UX/UI ülioluline nii projektide loojate kui ka toetajate ligimeelitamiseks ja kaasamiseks. Seetõttu annab Hooandja praeguste UX/UI elementide hindamine väärtusliku panuse tulevaste täiustuste jaoks, tagades tõrgeteta ja meeldiva ühisrahastuse kogemuse.

Lisaks sellele uuritakse analüüsis Hooandja projektide edukuse määra, uurides tegureid, mis aitavad kaasa edukatele kampaaniatele ja tuvastades võimalikud parandus kohad. Mõistes edukate projektide omadusi, näiteks kogukonna kuuluvuse tunde tõstmist, kaasahaaravaid kingitusi ja jõulisi turundusstrateegiaid, saab Hooandja pakkuda projektide loojatele väärtuslikke juhiseid ja tuge, suurendades nende võimalusi rahastamise eesmärkide saavutamiseks.

2 Probleemi püstitus

Ühisrahastusplatvorm Hooandja on läbi tegemas restruktureerimist süsteemi ajakohastamiseks ning kasutajasõbralikkuse suurendamiseks. Hooandja uuendamine on ka seotud Tartu linnaga, mis saab aastal 2024 Euroopa kultuuripealinnaks [6]. Tiitliga kaasnevad kultuurisündmused toovad Hooandja platvormile suurema liikluse. Hooandja infosüsteem on ehitatud varsemalt konkreetse piiritlusega ning selle protsessid ei ole piisavalt paindlikud, et lubada uue funktsionaalsuse lisamist. AS-IS olukord takistab organisatsiooni äriliste eesmärkide elluviimist.

2.1 Valdkonna tutvustus

Ühisrahastus ehk *crowdfunding* on üha populaarsem alternatiivne rahastamisvorm, kus suure hulga inimeste koostöoga kogutakse enamjaolt väikeseid summasid, et toetada mingit konkreetset projekti või ettevõtmist. Ühisrahastusplatvormid pakuvad võimalust nii ettevõtjatele kui ka eraisikutele oma ideede rahastamiseks, kasutades selleks suurt hulka inimesi, kellel on huvi ja vahendid selliste projektide toetamiseks. See võimaldab projektidele rahastuse saamiseks pöörduda otse potentsiaalsete klientide poole ning loob võimaluse kaasata uusi kliente või kasvada olemasolevate klientide toetuse kaudu.

Ühisrahastuse puhul on oluline, et projektiideed oleksid selged, haaravad ja läbipaistvad, et jääda silma võimalikele toetajatele. See tähendab, et ettevõtjate jaoks on oluline mõelda hoolikalt läbi oma kommunikatsioonistrateegia ning kuidas nad suudavad oma toetajatega sidet luua ja hoida.

Ühisrahastusplatvormid on kasvav turg, kus on palju võimalusi ja väljakutseid nii ettevõtjatele kui ka investoritele. Platvormide edukus sõltub suuresti nende tehnoloogilisest lahendusest ja funktsionaalsusest, kliendikogemusest, regulatiivsetest aspektidest ning suhtlusstrateegiast. Seega on oluline, et ettevõtjad ja investorid teeksid oma valikutes teadlikke otsuseid, mis põhinevad hoolikal analüüsil ja arusaamisel ühisrahastuse eripärast ja võimalustest.

Ühisrahastuse veebiplatvormid on kahesuunalised turuplatsid – need ühendavad annetajaid projektidega, mis otsivad rahastust. Wash ja Solomon [4] jagavad ühisrahastuse veebiplatvormid oma tüübi poolest kaheks:

1. Platvormid, kus üksikannetusest ei piisa, et raha jõuaks toetatavani. Sellistel platvormidel kogutakse raha, et täita ettemääratud rahalist kogumiseesmärki. Sellised platvormid soodustavad kasutajate tungi toetada projekte, mille toetamisest on huvitatud ka paljud teised.
2. Platvormid, kus toetamiseks annetatud summa jõuab toetatavani ilma piiranguteta projekti summale või eesmärgi täituvusele.

Wash ja Solomon toovad välja internetipõhiste ühisrahastusplatvormide tõelise fundamentaalse innovatsiooni. Selleks on märgatavalt kasvatada jaeinvestorite meelsust finantseerida potentsiaalselt võõraste inimeste projekte ilma igasuguse sertifitseeritud finantsvahendajata.

2.2 Tausta kirjeldus

Hooandja kui mittetulundusühingu eesmärgiks on tegutseda heategevusliku organisatsioonina avalikes huvides. Nende põhieesmärgiks on soodsate võimaluste loomine loominguga tegelevatele isikutele nende põhieesmärgi elluviimiseks. Hooandja aitab loominguga tegelevatel isikutel ja rühmitustel leida rahastust, pakkudes platvormi ühisrahastuse leidmiseks ning oma tegevuse tutvustamiseks laiemale ringkonnale. Samuti lihtsustab platvorm rahastuse saamist ja rahastuse tegemist, pakkudes selleks ühte ülevaatlikku keskkonda, mis koondab kokku disaini, fotograafia, kirjanduse, kunsti, kino, muusika, teatri, tehnika ja teised loomingulised valdkonnad. Lisaks eelnevale teeb ühing koostööd ka samalaadsete asutustega Eestis ja välismaal.

Hooandja kasutab oma tegevusest saadavat tulu ja väliseid eraldisi vaid põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks ning ei jaota kasumit oma liikmete vahel. Ühing ei jaga oma vara või tulu ega anna materiaalselt abi või rahaliselt hinnatavaid soodustusi oma asutajale, liikmele, juhtimis- või kontrollorgani liikmele, temale annetusi teinud isikule või sellise isiku juhtimis- või kontrollorgani liikmele ega nimetatud isikutega seotud isikutele Tulumaksuseaduse mõistes.

2.2.1 Platvorm

Hooandja on ühisrahastusplatvorm, kus inimesed, äriühingud või mittetulundusühingud saavad koguda rahastust loominguliste projektide jaoks. Platvorm vahendab projektide eest vastutajaid kui ka inimesi, kes soovivad enda valitud projekti toetada.

Platvorm võimaldab koguda toetust loomingulistele ideedele. Hooandja on inimese jaoks, kes teeb loomingulisi projekte, ja inimese jaoks, kes tahab, et loomingulisi projekte tehakse. Siin kohtuvad tegijad ja hooandjad, et ühisel jõul huvitavad, põnevad ja lennukad ideed teoks teha. Ühisrahastusplatvormi idee on vahendada toetust paljude toetajate ühisel jõul, sest palju väikeseid toetuseid on võrreldavad suurega. Hooandja loob hea keskkonna tegija ja toetaja jaoks, kus nende kohtumisel võib tekkida uusi põnevaid ideid ja saada hindamatut tagasisidet.

2.3 Lahendatav probleem

Hooandja veebiplatvorm on ehitatud 10 aastat tagasi kindla piiritleusega, mis ei võimalda selle keskkonna skaleerimist vastavalt uutele ärieesmärkidele. Samuti polnud ühisrahastus ärimudelina veel ennast tõestanud. Hetkel portaal kaotab populaarsust ning selle tõttu väheneb kultuuriprojektide toetamine. Süsteem ise on vananenud ning ei toeta tänapäevaseid kasutusharjumusi, kus enamjaolt kasutatakse veebilehtede külastamiseks mobiiltelefone [12]. Hooandja platvorm loodi eelkõige arvutipõhiseid kasutajaid silmas pidades. Sellised probleemid võivad viia kliendi kaotamiseni, vähendada kultuuriprojektide rahastamist ja mõjutada negatiivselt platvormi mainet. Seetõttu on oluline, et Hooandja, mis on eeskätt mõeldud kultuuriprojektide toetamiseks, oleks kaasaegne, turvaline ja kasutajasõbralik, et tagada rahastamise tõhus toimimine ja mittetulundusühingu edu.

Süsteemil puudub ka korralik iseteeninduse süsteem ning hetkel käib infovahetus läbi e-mailide. Platvormi administraatorid sisestavad informatsiooni käsitsi, mis on aeganõudev protsess. Kuna süsteem on ehitatud piiritletuna, siis ei soosi see olemasoleva skaleerimist ning samuti on vananenud ka kasutuselolevad tehnoloogiad. Süsteemi pole lansseerimisest saati suuri uuendusi lisatud.

Antud töös tehakse äri- ja süsteemianalüüs Hooandjale kui ühingu kui ka selle platvormile, mille põhjal pannakse kirja süsteemi funktsionaalsed ja mittefunktsionaalsed nõuded.

2.4 Teema aktuaalsus

Magistritöö teema aktuaalsus seisneb ühingu tööprotsessides, mida ei ole võimalik skaleerida selliselt, mis lubaks rakendada käesolevaid ärisoove ning -nõudeid muutmaks platvormi kasutatavust inimeste jaoks mugavamaks. Autori vaateid toetab ka Kairi Kase 2019. aasta bakalaureusetöö [11].

Aastal 2024 saab Tartust Euroopa kultuuripealinn, millega kaasnevad ettevalmistused ning nende eesmärkideni jõudmiseks on loodud Sihtasutus Tartu 2024. Tartu võitis Euroopa kultuuripealinna tiitli kontseptsiooniga Ellujäämise Kunstid. Kontseptsiooni avab valmiv kultuuri- ja haridusprogramm, mille projektid ja suursündmused jagunevad kolme liini vahel: Elu ja Keskkond, Inimene ja Oskused ning Omapära ja Euroopa. Tiitel mõjutab kultuurivaldkonda ning samuti selle tarbeks peab läbima uuenduskuuri Hooandja, kuhu oodatakse antud sündmuse raames suuremat kasutajate liiklust nii projektide loojate poolt kui ka inimeste poolt, kes soovivad kultuuriprojekte rahastada ja toetada.

2.5 Skoop ja piirangud

Magistritöö skoopi kuuluvad olemasoleva süsteemi analüüs ning selle põhjal uute protsesside väljatöötamine ning nõuetekomplekti kokkupanek. Vaatluse all on nii Hooandja platvorm kui ka ühing ise.

Täpsemalt kuulub antud magistritöö skoopi järgnev:

- olemasolevate lahenduste (AS-IS) analüüs;
- süsteemi funktsionaalsete ja mittefunktsionaalsete nõuete tuvastamine;
- äriprotsesside tuvastamine, nende väljatöötamine ja visualiseerimine;
- kasutusmallide diagrammi loomine;
- TO-BE süsteemi kirjeldus

Autor kui välisvaatleja peab parema tervikliku pildi saamiseks võtma arvesse ka Hooandja administraatori liidese. Autoril puudub ligipääs vastavale informatsioonile, mistõttu töös toetutakse infole, mis on toodud välja Kairi Kase bakalaureusetöös.

Magistritöö skoopi ei kuulu:

- teenuse finants-, tasuvus-, ja õiguslik analüüs;
- kasutajatestide läbiviimine;
- arenduse projektiplaani koostamine;
- Integratsioon majandustarkvaraga;
- tarkvaraarenduse protsess.

2.6 Läbitavad etapid ja töö eesmärk

Magistritöö eesmärgiks on analüüsida Hooandja platvormi autsaiderina ning selle põhjal luua *minimal viable product* süsteemiplaan ja analüüs koos nõuetega.

Magistritöö käigus tehakse äri- ja süsteemianalüüs, mis on aluseks platvormi ülesehituse disainiks ja ühingu protsesside restruktureerimiseks. Peamine eesmärk on vähendada platvormi administraatorite tehtud manuaalset tööd ja sellele kulunud aega, et võimaldada platvormi kiire kasvu. Osa tööst hõlmab iseteeninduse analüüsi, disaini ning lisaks selle funktsionaalsuseid erinevate osapoolte jaoks.

Süsteemiplaan koosneb järgnevatest punktidest:

- AS-IS protsessi analüüs
- Protsesside kirjeldused
- Puuduliku funktsionaalsuse väljaselgitamine
- Funktsionaalsete ja mittefunktsionaalsete nõuete kirjeldamine
- Süsteemi arhitektuur
- TO-BE protsessi kirjeldus
- Kasutajaliidese näited

2.7 Metoodikad

Antud magistritöö peatükis antakse ülevaade kasutatavatest metoodikatest nii ärianalüüsi kui ka süsteemianalüüsi poolelt. Lisaks tuuakse välja põhjuseid, miks valik osutus just nende konkreetsete metoodikate kasuks.

Antud töö tulemus võetakse aluseks MVP toote välja arendamiseks. Seega on tähtis ära kaardistada kõikvõimalikud funktsionaalsed, et hiljem oleks võimalik luua MVP süsteem, millele kaugemas tulevikus on ette nähtud ka lisaarendusi. Magistritöö käigus järgitakse kosemudelit, kus rõhk on nõuete kirjeldamisel ja defineerimisel [9]. Selleks, et anda parem ülevaade MTÜ Hooandja tegevustest kirjeldatakse ka erinevate skeemidega antud ühingu ärimudelit.

2.7.1 AS-IS süsteemi analüüs

Business model canvas on võte, mis aitab paremini mõista olemasoleva ühingu ärilisi vaateid. See annab ülevaate ettevõtte väärtuspakkumisest, kuidas ettevõtte rahuldab oma kasutajate vajadusi, millised on kriitilised faktorid väärtuse tarnel ning nendest tulenevaid kulu- ja tuluvooge. Samuti aitab võte hinnata ärimudelil eksisteerivaid nõrki kohti, hoides mees üldpilti, ning kindlaks teha, milliseid muudatusi oleks vaja läbi viia, et organisatsioon saaks saavutada enda potentsiaalse väärtuse [2]. Lisaks aitab see hilisemas töö etapis ka ratsionaliseerida nõudeid.

Selleks, et tuvastada protsessides eksisteerivaid nõrki või probleemsemaid kohti, kasutatakse protsesside kaardistamisel ning kirjeldamisel BPMN. Äriprotsesside mudel ja tähistus (BPMN) on tööstusstandard keel äriprotsesside modelleerimiseks mõlemale kättesaadaval kujul ärikasutajatele ja tehnilistele arendajatele [2].

2.7.2 SWOT analüüs ja Riskide maatriks

Magistritöös kasutatakse SWOT analüüsi, et saada kiire ja tõhus ülevaade ettevõtte olukorrast. SWOT analüüs koosneb maatriksist, kus kirjeldatakse organisatsiooni tugevusi (ingl. k. strengths), nõrkusi (ingl. k. weaknesses), võimalusi (ingl. k. opportunities) ja ohte (ingl. k. threats). Tugevused ja nõrkused viitavad organisatsiooni sisemistele omadustele ja neid saab kontrollida ettevõtte tegevusega. Võimalused ja ohud kirjeldavad ärikeskkonda ja ei ole ettevõtte kontrolli all.

SWOT maatriks luuakse vastavalt hetke seisus olevale ühingule. Informatsioon põhineb kliendiga suhtlusel, kui ka platvormi praegusel võimekustel.

SWOTi maatriksi baasilt arendatakse edasi riskide maatriks, mis annab ülevaate MTÜ Hooandja vähem ja rohkem kriitilisematest osadest, mida saab samuti võtta arvesse analüüsi faasis, kus töötatakse välja uusi protsesse ning antud meetodi pealt on kindlam hinnata süsteemi ja ühingu kõige rohkem tähelepanu vajavaid piirkondi ja protsesse.

2.7.3 Protsesside kirjeldamine

Käesolevas magistritöös kasutatakse protsesside defineerimisel ja jäädvustamisel kahte terminit – protsess ja protsessimudel.

Protsess väljendab, kuidas mitu inimest või gruppi teevad koostööd, et sooritada teatud töö [2].

Protsessimudel on visuaalne representatsioon omavahel seotud tegevuste järjestikusest voost ja kontrollilooikast [2].

Töös kasutatakse ujumisradadega BPMN-i ja UML vookaarte (flowchart) protsesside kaardistamiseks. Autor kasutab vookaarti, et esitada ülevaade vajalikest protsessidest üldisel tasandil, kuna see on lihtsasti loetav ja annab vajaliku ülevaate. BPMN-i kasutatakse detailsemate protsesside jaoks, kus esineb spetsiifilist loogikat.

2.7.4 Nõuete analüüs

Süsteemi nõuded on kirjeldused selle kohta, mida süsteem peaks tegema – pakutavad teenused ja selle toimimise piirangud. Need nõuded peegeldavad klientide vajadusi süsteemi järele, mis teenib teatud eesmärki, nagu seadme juhtimine, tellimuse esitamine või teabe leidmine [9].

Tarkvarasüsteemi nõuded liigitatakse sageli funktsionaalseteks või mitte-funktsionaalseteks nõueteks [9]:

1. Funktsionaalsed nõuded – need on reeglid, kuidas süsteem peaks käituma või reageerima teatud olukordades. Vahel määravad sellised nõuded ära ka, mida süsteem ei tohiks teha.

2. Mittefunktsionaalsed nõuded - Need on teenuste või funktsioonide piirangud, mida süsteem pakub. Need hõlmavad ajapiiranguid, arendusprotsessi piiranguid, standarditest tulenevaid piiranguid ja näiteks turvalisuse küsimusi. Mittefunktsionaalsed nõuded kehtivad sageli süsteemile tervikuna, mitte üksikule süsteemi osale.

2.7.5 TO-BE süsteemi mudelid

Selleks, et äri- ja süsteemianalüüsist saadud nõudeid kavandada kokku terviklikuks uueks süsteemiks kasutab autor UMLi diagramme. UMLi diagrammid võimaldavad luua kergesti loetavaid skeeme, mis annavad hea ülevaate süsteemi osadest ning kasutamisoogikast. Kasutatakse järgnevaid diagramme:

- Klassidiagramm
- Kasutusmallide diagrammid
- Komponentdiagramm

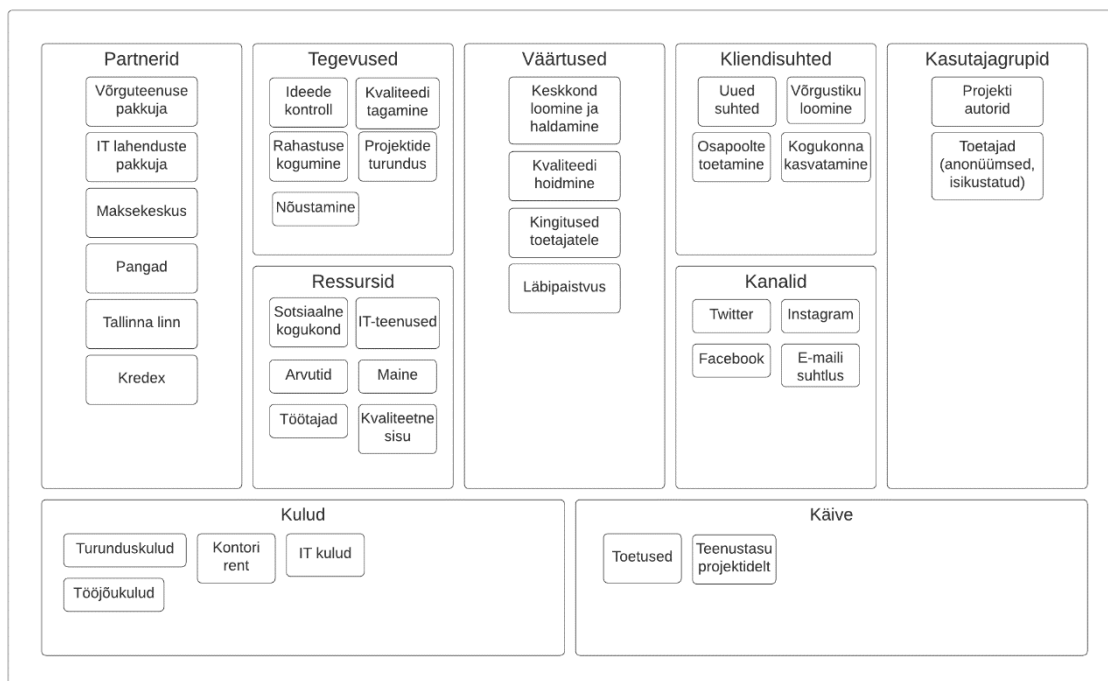
2.8 Autori roll

Autor töötab süsteemi-/ärianalüütikuna tarkvara teenuste ettevõttes ning huvitub ühisrahasutusplatvormide toimimisest. Hooandja tundus olevat ideaalne kandidaat tööteemaks, sest antud protaali puhul on kasutajaliidesest näha, et tegemist on vanema arendustööga ning potentsiaalselt eksisteerib keskmiselt rohkem parandus kohti. Autor täidab välisvaatelja rolli antud magistritöö raames.

3 Olukorrakirjeldus ja kirjanduse ülevaade

Hooandja on Eesti turul tegutsev eksklusiivne ühisrahasutusplatvorm, mis vahendab rahastust erinevatele projektidele. Seetõttu analüüsitakse antud platvormi kui AS-IS lahendust.

Hooandja platvorm toimib auhinnaõhise ühisrahastusportaalina, kus raha taotleja saab luua projekte ja pakkuda vastutasuks erinevaid teenuseid ja tooteid ehk auhindu toetajatele.

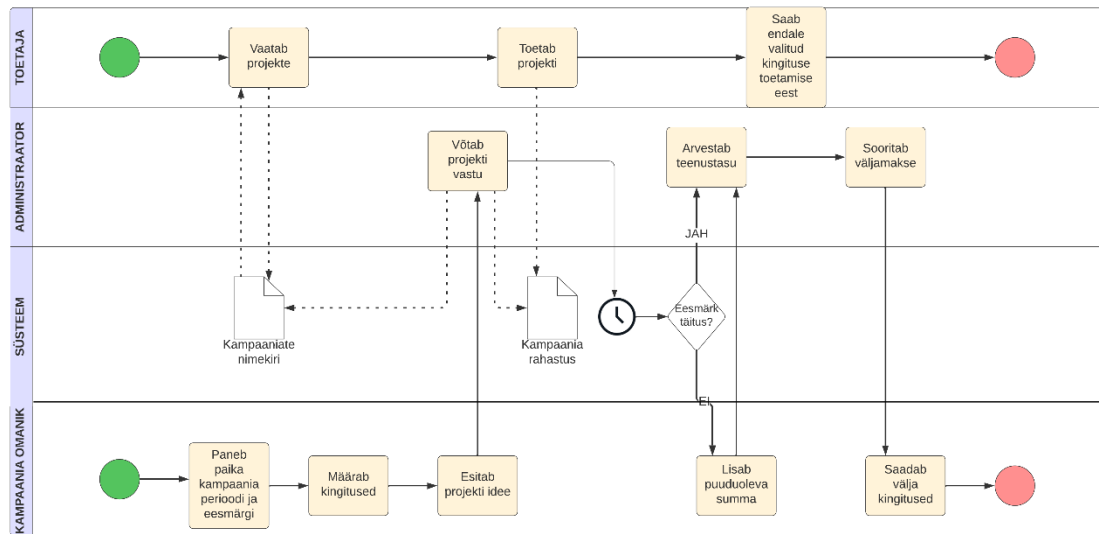


Joonis 1. Ärimudeli lõuend (autori koostatud.).

Projekti loomisel määratakse tähtaeg ja rahastamiseesmärk ning projekt loetakse edukaks juhul, kui tähtaja saabudes on saadud vähemalt eesmärgiks valitud summa suuruses toetusi. Hooandja maksab eduka projekti korral kogutud summa toetuse saajale välja. Projektitoetusi jagatakse ühekordsetele projektidele ja väljamaksed toimuvad ühekordselt. Kui projekti eesmärki ei saavutata, kannab Hooandja toetajatele raha tagasi. Platvorm teenib peamiselt vahendustasu edukalt lõppenud projekti toetuse väljamakse pealt.

Hooandja platvormi projekti osad ei kasuta automatiseeritud IT süsteemi - projekti lisamiseks vaatab ja kinnitab seda administraator ning projekti summa kantakse raamatupidaja poolt ülekandena. Teenustasu eest esitatakse arve pärast toetuse väljamaksmist, mitte automaatselt. Peale projekti lõppu saab projekti omanik projekti toetajatega seotud infot e-posti teel, kuna seda infot ei ole võimalik projekti lehel

kasutajaliideses näha. AS-IS süsteemi eduka projekti protsessimudel on esitatud Joonisel 2.



Joonis 2. AS-IS eduka projekti protsessimudel, lihtsustatud (autori koostatud).

Hooandja kasutajaliides on suunatud peamiselt projektide toetajatele. Avalehel kuvatakse aktiivseid projekte, mida saab toetada, ja see võimaldab kasutajatel avastada uusi projekte. Lisaks väikesele valikule on võimalik liikuda ka kõigi projektide kuvamise vahelehele, kus neid saab filtreerida märksõnade järgi. Siiski puudub otsingulahter projekti otsimiseks oma märksõnade järgi.

Projektide nimekiri kuvatakse kaartidena, kus on esitatud oluline teave, nagu projekti nimi, kogutud summa suurus, eesmärgi täitumise protsent ja alles jäänud aeg tähtpäevani. Projekti detailvaates on kättesaadav sama info nagu projekti kaardil, kuid lisaks on seal ka pikem sisukirjeldus ja projekti tutvustav video. Detailvaates on nähtav kõik toetustasemed ja nende vastavad auhinnad.

Kui kasutaja sisse logib, kuvatakse talle avaleht, kus on näha tema toetatud ja loodud projektide ajalugu. Kogu portaali on mitte-kohanduv, mistõttu erinevatel ekraanidel võivad elemendid olla erineva suurusega ja paigutus on alati sama. Hooandja pakub makseviisidena pangalinkide ja PayPal teenust ning kogu maksu- ja õiguslik vastutus lasub projekti omanikul. Portaali toimib vahendusteenusena ja raha väljavõtmine pole seotud projektiga loodud kontoga.

Kasutajad, kes projekte toetavad, ei saa garantiid, et saavad lubatud auhinda. Iga rahastuse saaja saab nimekirja kõikidest projekti rahastanud isikutest ja nende toetatud summadest, et nad saaksid ise ühendust võtta ja auhinnad kätte toimetada. Kuigi Hooandja portaal toimib hästi, võib ärimudeli kitsaskohaks osutuda maksete tagasikandmine mittetäitunud projektide puhul.

Oma turusuunitluse ja teenusega toimib Hooandja portaal üpris hästi. Loodud on lihtne vahendusteenus ning portaal toimib. Süsteemi komponent teenuses on suhteliselt väike ja olulised tegevused sooritatakse portaali töötajate poolt. Kitsaskohana ei luba selline äri ülesehitus suuremaid mahtusid. Samuti peaks autori arvates sarnase veebiteenuse kasutajaliides olema kindlasti kohanduv, sest suur osa tänapäeva internetiliiklusest toimub just nutitelefonides. Ärimudeli kitsaskoht on autori arvates projekti mittetäitumisel teostatav töö – maksete tagasikandmine. Võimaldades sellise olukorra, loob ettevõtte endale lisatööd olukorras, kus lisatulu jääb töö eest saamata.

3.1 Platvormi kasutamine

Järgnevalt kirjeldatakse lühidalt süsteemi kolmest vaatest. Detailsemalt protsesse arutatakse hilisemates etappides.

3.1.1 Kampania omanik

Hooandjas saavad oma projekte tutvustada nii professionaalsed kultuuritegijad kui ka harrastajad. Projekti esitaja saab platvormil luua projekti lehe, kus ta kirjeldab oma projekti ideed, eesmärgid ja tegevusi ning määrab ka rahastuse eesmärgi ning tähtsuse. Kõik, kes soovivad projekti toetada, saavad teha annetuse vastavalt oma võimalustele.

Projekti elluviimiseks tuleb esitada Hooandja meeskonnale oma projektiidee koos detailidega projektist ja lisada eesmärgid. Selleks, et ideest saaks projekt Hooandja platvormil vajab see administraatori kinnitust ning see järel ka info sissekandmist platvormi süsteemi.

3.1.2 Hooandja (toetaja)

Hooandjad ehk annetajad on platvormi kasutajad, kes soovivad toetada konkreetset projekti, mida nad leiavad Hooandja veebilehel. Annetajate roll on väga oluline, sest ilma nende toetuseta ei saaks paljud projektid kunagi teoks.

Annetajad võivad valida, millisele projektile nad soovivad oma raha annetada ning kui suure summa nad soovivad anda. Annetajatele antakse tihti ka vastu erinevaid hüvesid vastavalt sellele, kui suure summa nad annetavad. Näiteks võib annetaja saada projekti autori loomingut või tasuta pileteid projekti esitusele.

Hooandja tagab, et annetused jõuavad kindlalt ja turvaliselt projekti esitaja kontole ning kogutud summa kasutatakse ainult projekti elluviimiseks. Hooandja platvorm võimaldab annetajatel jälgida projekti elluviimise protsessi ja saada värsket infot projekti edenemise kohta.

3.1.3 Administraator

Praegu toimib Hooandja nii, et projekti idee esitamiseks peab esitaja saatma selle administraatoritele ning seejärel sisestavad administraatorid selle platvormile.

Administraatorid vastutavad kõigi projektiideede ülevaatamise ja hindamise eest, et veenduda, kas need vastavad Hooandja kriteeriumidele ja eeskirjadele. Kui projekti idee vastab nõuetele, siis administraatorid lisavad selle platvormile ja see saab nähtavaks annetajatele.

Lisaks projektiideede lisamisele tegelevad administraatorid ka platvormi turvalisuse ja usaldusväarsuse tagamisega. Näiteks kontrollivad nad, et annetused jõuaksid õigele kontole ja projekti esitaja täidaks kõiki oma kohustusi.

Kuna Hooandjal puudub hetkel iseteenindus, siis administraatorid tegelevad ka paljude muude ülesannetega, näiteks vastavad kasutajate küsimustele, edastavad vajalikku infot projektide esitajatele ja annetajatele, tegelevad platvormi edasiarendamisega, jälgivad platvormil toimuvat [11].

3.2 AS-IS protsessid

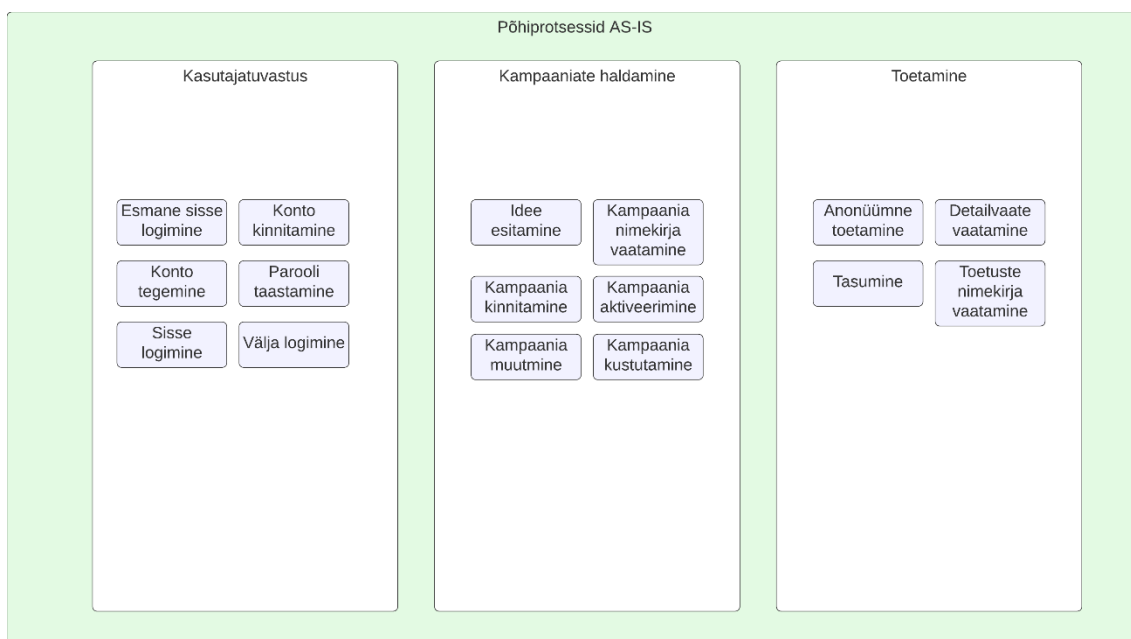
Antud alapeatüki eesmärk on anda ülevaade Hooandja AS-is protsessidest ning kuidas need protsessid välja näevad. Selleks analüüsitakse süsteemi erinevaid protsesse ning esitatakse tähtsamate voogude puhul ka visuaalne esitus joonistel ja voodiagrammidel. AS-IS protsesside uurimine ja kujutamine aitab lahti mõtestada süsteemi funktsionaalsusi ning protsesside olemust, ning annab arusaama Hooandja platvormi toimimisest. Lisaks aitab selline lähenemine tuvastada võimalikke probleeme ja kitsaskohti ning aitab ära märgistada kohti süsteemis, mis vajaksid kaasajastamist või parandamist.

Peatükis käsitletakse mitmeid olulisi põhiprotsesse, mis moodustavad Hooandja praeguse versiooni tuumiku. Nende hulka võivad kuuluda ideede loomine ja esitamine, raamatupidamine, toetamine ning administraatorite ja projekti eestvedajate vaheline suhtlus. Samuti uuritakse abiprotsesse, mis toetavad põhiprotsesse, nagu kasutajatugi, andmete haldamine ja süsteemi hooldus.

Visuaalsete esituste abil annab autor selge ülevaate Hooandja platvormi praeguste protsesside toimimisest. Joonised ja voodiagrammid näitavad samm-sammult, kuidas erinevad tegevused, osapooled ja süsteemi komponendid omavahel seotud on ning kuidas info ja voolab süsteemis ringi.

AS-IS protsesside analüüs aitab meil mõista olemasolevat olukorda ning luua aluse tulevaste parenduste ja uuenduste jaoks. See annab meile selge pildi sellest, kuidas Hooandja platvorm praegu toimib, millised on selle tugevused ja nõrkused ning millised on võimalused süsteemi efektiivsemaks muutmiseks ja käsitsitöö vähendamiseks. Sellest lähtuvalt saame kavandada uue ja parema süsteemi, mis vastab Hooandja vajadustele ja eesmärkidele.

3.2.1 Põhiprotsessid



Joonis 3. Hooandja põhiprotsessid (autori koostatud)

3.2.2 Kasutajatuavustus

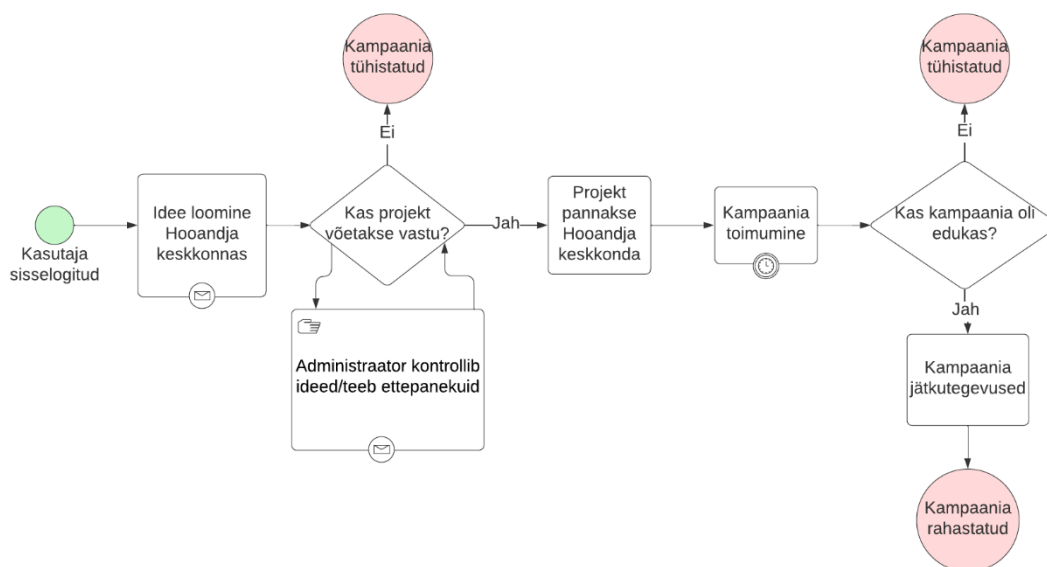
Hooandja platvormi kasutamise alustamiseks tuleb kõigepealt inimesel luua konto. Kasutajad saavad hõlpsasti luua uue konto, esitades oma isikuandmed ja e-posti aadressi. Kui registreerimisprotsess on lõpule viidud, saadetakse e-kirjaga kinnitus, et tagada konto turvalisus ja autentsus. Pärast konto loomist saavad kasutajad Hooandja platvormile sisse logida. Sisselogimiseks on vaja sisestada registreeritud e-posti aadress ja sellega seotud parool. See samm tagab, et ainult volitatud isikud saavad juurdepääsu oma kontole ja kasutada platvormi funktsioone.

Juhul kui kasutajad unustavad oma parooli, pakub Hooandja platvorm mugavat parooli taastamise võimalust. Klõpsates sisselogimislehel lingile "Unustatud salasõna", saavad kasutajad alatada salasõna taastamise protsessi. Neil palutakse sisestada oma registreeritud e-posti aadress ja neile saadetakse e-kiri koos juhistega, kuidas parool taastada. See funktsioon võimaldab kasutajatel taastada juurdepääsu oma kontole ka siis, kui nad on oma parooli unustanud.

Konto sidumine on teine oluline aspekt Hooandja platvormil. See võimaldab kasutajatel ühendada oma kontod teiste platvormide või teenustega, näiteks

sotsiaalmeediavõrgustike või maksevõrivatega, et suurendada mugavust ja funktsionaalsust. Kontode ühendamise abil saavad kasutajad oma tegevust ühtlustada ja integreeritud funktsioone sujuvalt kasutada. Üldiselt on konto loomise, konto sidumise, sisselogimise ja parooli taastamise protsessid Hooandja platvormi kasutajakogemuse lahutamatu osa. Need tagavad üksikisikutele turvalise ja kasutajasõbraliku keskkonna ühisrahastuskampaaniatega tegelemiseks, oma panuste haldamiseks ning projektide loojate ja teiste toetajatega suhtlemiseks.

3.2.3 Kampaaniate haldamine

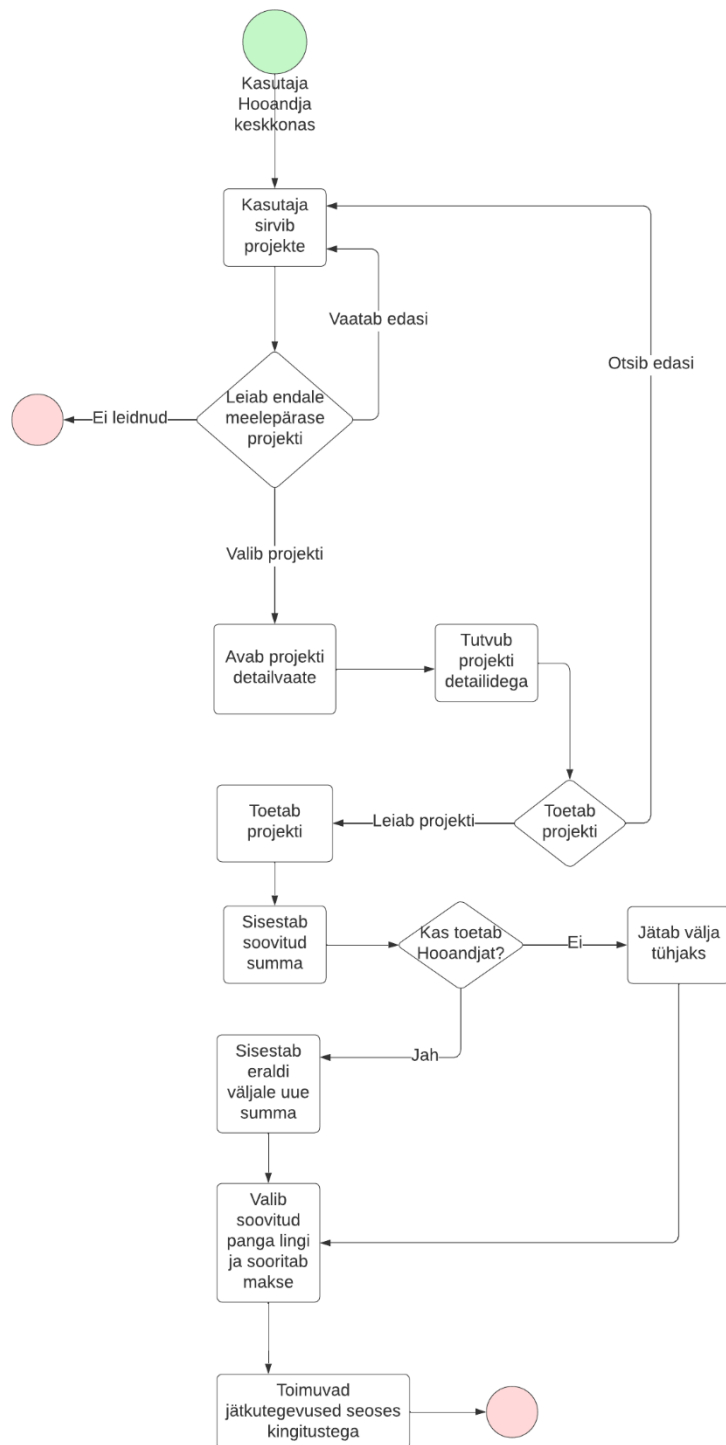


Joonis 4. Kampaania protsess (autori koostatud)

Sisse loginud kasutaja saab esitada läbi Hooandja oma projekti idee (Joonis 4), selleks on vajalik ettenähtud vormi täitmine. Pärast vormi esitamist saavad platvormi administraatorid teate ja vaatavad idee läbi ning vajaduse korral toimub ka kommunikatsioon e-maili teel projekti omaniku ja platvormi haldurite vahel. Kui idee kiidetakse heaks, läheb see platvormile üles ning eduka kampaania läbiviimisel eesmärgid täidetakse ning kogutud raha kantakse projekti omanikule, millest arvestatakse maha Hooandja teenustasud. Vajaduse korral on võimalik teha ka muudatusi kampaanias juba selle toimimise käigus, ka siin on hetkel lahendusena kasutusel manuaalsed tegevused ehk toimub arutelu e-maili teel. Kui aga rahastus eesmärki ei täideta, tagastatakse vahendid toetajatele, kes olid oma panuse andnud projekti täitmiseks. Lisaks on Hooandja administraatoritel õigus lõpetada kampaania mõjuvatel põhjustel ka enneaegselt.

3.2.4 Kampaniate toetamine

Platvormil on toetamiseks kaks võimalust (Joonis 5). Inimesed saavad teha valiku, kas nad tahavad toetada anonüümselt või isikustatult (eeldab kasutaja olemasolu). Isikustatult toetamisel kuvatakse toetajate nimekirjas välja info toetamise kohta. Toetajad saavad projekti tutvumiseks vaadata kampaniate detailvaadet, mis annab ülevaate projekti eesmärkidest, ideest ja progressist. Toetamisel on võimalik valida summa, millele vastavalt saab toetaja vastutasuks kingitusi ning eraldi on võimalik toetada ka Hooandjat ennast. Peale summade sisestamist toimub maksmine läbi Maksekeskuse pangalinkide. Lisaks on võimalik makseid sooritada läbi VISA ja Mastercardi, kui ka kasutades Paypal'i.



Joonis 5. Kampaniate toetamine (autori koostatud)

3.2.5 Abiprotsessid

Põhiprotsesside kõrval eksisteerivad ka abiprotsessid, mis toetavad süsteemi tervikliku toimimist. Antud magistritöö raames saab jaotada abiprotsessid kuueks alamjaotuseks:

- Süsteemi haldamine

- Klassifikaatorite haldamine
- Abitekstide haldamine
- Süsteemi parameetrite haldamine (süsteemi teavitused)
- Sisu haldamine
- Kampaaniate administreerimine
 - Idee kontrollimine
 - Kampaania detailvaade
 - Kampaania jagamine
 - Kampaania kustutamine
 - Kampaania muutmine
- Kasutajate haldus
- Uudiskirjad
- Süsteemsed tegevused
 - Kampaaniate arhiveerimine
 - Teavitamine

3.3 Näiteid kirjandusest

Antud peatükis uurib autor erinevaid kingitustepõhiseid ühisrahastuseplatvormide aspekte ning toob näiteid erienvadest uuringutest, et selgitada välja, mis on oluline platvormi ning selle kogukonna juures.

3.3.1 Sotsiaalmeedia

Kingitusepõhise ühisrahastuse valdkonnas on sotsiaalmeedia roll kampaania edu suurendamisel kriitilise tähtsusega. „Increasing crowdfunding success through social media: The importance of reach and utilization in reward-based crowdfunding“ uuringus uuritakse sotsiaalmeedia tähtsust tasupõhiste ühisrahastusplatvormide ulatuse ja kasutamise suurendamisel. Erinevate tasupõhiste ühisrahastuskampaaniate analüüsi kaudu selgub, et sotsiaalmeedia kanalid on loojatele võimsad vahendid, mille abil nad saavad luua kontakti laia publikuga ja oma projektidest tõhusalt teavitada. Kasutades sotsiaalmeediaplatforme, saavad loojad laiendada oma kampaania ulatust traditsioonilistest võrgustikest kaugemale, kasutades ära globaalsete veebikogukondade tohutut potentsiaali. Võimalus jagada kampaania uuendusi, suhelda toetajatega ja levitada projektiga seotud sisu sotsiaalmeediakanalite kaudu võimaldab suurendada nähtavust, tekitades teadlikkust ja huvi potentsiaalsete toetajate seas. Lisaks sellele võimaldab sotsiaalmeedia interaktiivne olemus loojatel luua toetajatega sisukaid sidemeid, kasvatada kogukonnatunnet ja koguda püsivat toetust kogu kampaania kestuse jooksul. Sotsiaalmeediaplatforme strateegiliselt ära kasutades saavad tasupõhised ühisrahastuskampaaniad maksimeerida oma mõju ja suurendada projekti edu tõenäosust [13].

3.3.2 Varasemad kogemused

Tihti peale toovad kogemused teadmised, mida on teisiti raske omandada. „The role of trust management in reward-based crowdfunding“ uurib eelneva kogemuse tähtsust ühisrahastuskampaaniate kontekstis. Uuringu kohaselt on varasemal kogemusel otsustav roll tasu eest tehtavate ühisrahastamisalgatuste eduväljavaadete suurendamisel. Edukate projektide kogemus tekitab usaldust ja kindlustunnet potentsiaalsete toetajate seas. Varasemate kogemustega isikud või organisatsioonid näitavad oma võimet tõhusalt hallata ressursse, täita lubadusi ja pakkuda kvaliteetseid tulemusi. Selline usaldus on aluseks rahastajate ligimeelitamisele ja hoidmisele, kuna nad tajuvad väiksemat riski, mis on seotud tõestatud kogemustega isikute juhitud projektide toetamisega. Lisaks annab eelnev kogemus väärtusliku ülevaate ühisrahastuse keerukusest, mis võimaldab projekti loojatel töötada välja teadlikumad strateegiad, seada realistlikud eesmärgid ja lahendada võimalikke probleeme. Seega rõhutatakse artiklis varasemate kogemuste ja ühisrahastuse edukuse positiivset seost, rõhutades selle tähtsust kui väärtuslikku vara tasustatava ühisrahastamise valdkonnas [14].

4 Analüüs

Analüüsi peatükis käsitletakse põhjalikult äri- ja süsteemianalüüsi Hooandja seisukohast. Selle peatüki eesmärk on uurida Hooandja tegevuse põhiaspekte, sealhulgas tema ärimudelit, väärtuspakkumist ja süsteemi funktsioone, mis toetavad tema ühisrahastusplatvormi. Ärianalüüsi osas käsitletakse Hooandja sihtrühma, nende vajadusi ja seda, kuidas platvorm vastab nendele vajadustele oma ainulaadse väärtuspakkumise kaudu. Lisaks uuritakse süsteemianalüüsi osas Hooandja platvormi tehnilisi aspekte, näiteks selle funktsioone, funktsioone ja aluseks olevat infrastruktuuri. Põhjaliku analüüsi läbiviimise kaudu on selle peatüki eesmärk heita valgust Hooandja äri- ja süsteemiprotsesside tõhususele ja tulemuslikkusele, andes väärtuslikke teadmisi edasiste paranduste ja optimeerimiste jaoks.

4.1 Ärianalüüs

Võttes arvesse olemas olevat informatsiooni, Hooandja platvormi ja väljavaadete näol, siis ärioliselt on neil võimalik palju võita, kui kõrvaldatakse takistused, milleks on vale ressursside kasutamine (tööaja kulu manuaalsetele töödele) ning uuendatakse süsteemilahenduse protsesse, mis toetaksid äri vaateid.

4.1.1 SWOT

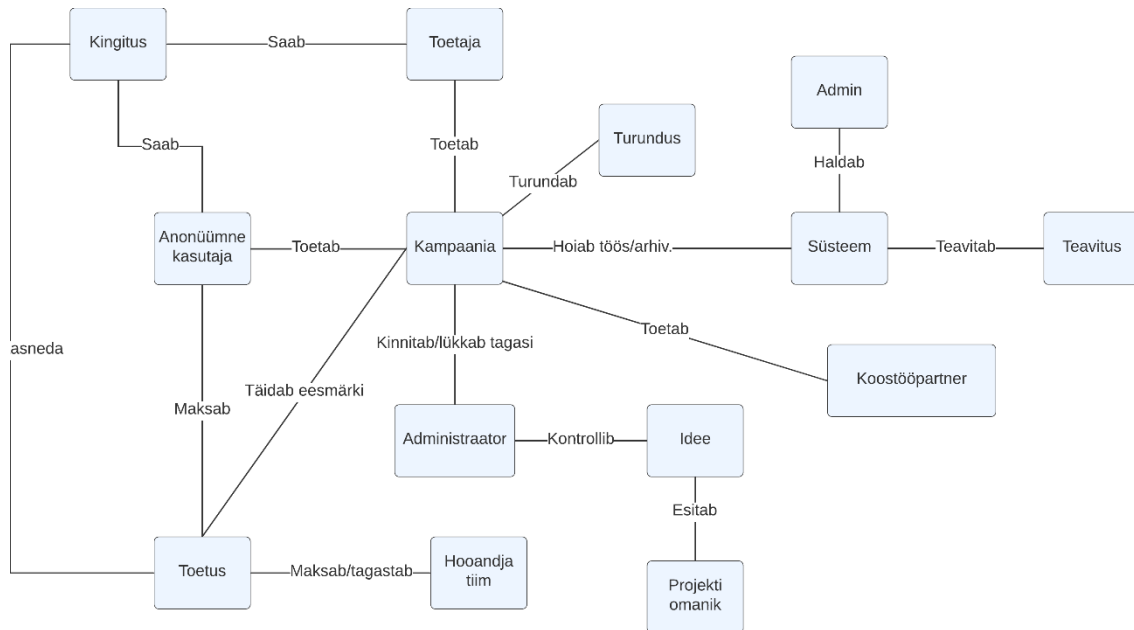
Järgnevas Tabelis 1 on autori loodud SWOT analüüs, millest saab Hooandja ülevaate oma praegusest positsioonist ning millstele aspektidele tuleks rõhku panna tehes strateegilisi otsuseid, et kasutada ühingu tugevaid külgi, tegeleda nõrkustega, kasutada ära võimalusi ja leevendada ohte.

TUGEVUSED	NÕRKUSED
<ul style="list-style-type: none"> • Eestis pika ajalooga ühisrahastus portaal – tuntud • Positiivne kuvand • Lihtsasti kasutatav idee esitamise avaldus • Tuntus Eestis antud ühisrahastuse niššil • Statistika kogumine 	<ul style="list-style-type: none"> • Raskesti planeeritav käive (poolikuid projekte ei rahastata) • Vananenud IT lahendus – mobiilseadmetest kasutamatu • Puudub piisab kontroll projektide nõudluse järgi • Skaleeritavuse võimaluste puudumine • Ühekordne tasu projekti pealt
VÕIMALUSED	OHUD
<ul style="list-style-type: none"> • TARTU2024 kultuuri pealinna tiitel eeldavasti toob kaasa suuremad mahud platvormil • Haarata suuremat turu haaret, lainemine Eestist välja • Kasutada sissetulevat informatsiooni efektiivsemalt andmeanalüüsis 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurentsi kasv • Globaliseerumine • IT-turvalisus

Tabel 1. SWOT analüüs (autori koostatud)

4.1.2 Konseptuaalne klassimudel

Joonisel 6 tuuakse ülevaade andmeobjektidest, mis osalevad Hooandjas erinevates protsessides. Objekte kirjeldatakse omavahelistes seostes, selle eesmärk on avada valdkonda ning saada parem ülevaade süsteemis eksisteerivate objektide kohta.



Joonis 6. Klassimudel (autori koostatud)

4.1.3 KPI-d

Tulemuslikkuse mõõtmine on lihtsalt andmed. Need räägivad loo, kuid lugu on tõlgendav. Tõlgendus põhineb isiku või rühma vaatenurgal, mis arvestab andmeid ja nende konteksti, ning perspektiiv on see, mille tulemuseks on erinevad erinevate rühmade poolt samade andmete erinevad tõlgendused. Näiteks sisemised ja välisklientidel võivad olla väga erinevad arusaamad mis tahes töö tulemuslikkusest ja väga erinevaid viise, kuidas vaadata tulemuslikkusest saadud andmeid mõõtmisprotsesside põhjal [10].

Hooandja keskkonnas hetkel kuvatakse avalikult välja järgmisi suuruseid:

- Summa eurodes, mis on kogutud kõikide projektide kohta kokku.
- Projektide arv, mis on edukalt lõppenud.
- Kogu toetajate arv, kes on andnud hoogu projektidele.

Tegemist on lihtsamate statistiliste absoluut numbritega, kuid infot mida oleks võimalik koguda on palju rohkem. Samuti on ühingule teada ka erinevate sotsiaalmeedia allikate statistika, täpsemalt erinevad vaatamiste ning meeldimiste arvud. Samas oleks hea mõõtma hakata erinevate projektide lõikes nende edukust sotsiaalmeedias, mille põhjal oleks andmeanalüüsi kasutades võimalik teha täpsemaid ennustusi ning sealt tulenevalt saaks ka selgemad juhised anda idee omanikele. Head näpunäited aitaksid viia rohkem

projekte edukalt lõpuni ning see läbi tõsta ka portaali nähtavust ning inimeste teadlikust antud keskkonnast.

Käesoleval aastal, kus tehisintellekti tööriistad on hakanud varasemast hoogsamalt levima ning leidnud kasutust massides oleks võimalik samuti rakendada ühingu töös. Antud arendus nõuab suuri ressursse, kuid teoreetiliselt on võimalik lihtsustada valideerimis protsessi, kui lasta teha tehisintellektil esimene sõelumisprotsess. Nagu eelnvevalt sai mainitud, siis antud protsess võtab arenduse mõistes palju kapitali ning on ka ajakulukas, kuid potentsiaalselt väga tõhus tööriist, mis aitaks hoida kokku aega, mis kulub iga projektile selle läbivaatamisest, kuni lõpu tegevuste lõpuni.

4.2 Süsteemianalüüs

Hooandja süsteemianalüüsi peatükk käsitleb ühisrahastusplatvormi süsteemiaspektide hindamist. Selle eesmärk on saada sügavam arusaam selle toimingutest ja funktsioonidest. Analüüsis uuritakse äriprotsesside, kasutajate interaktsiooni ja aluseks oleva infraTulei vastastikust mõju. Uuritakse platvormi tõhusust eduka ühisrahastuskampaania lihtsustamisel ja elujõulise loomingu kogukonna edendamisel. Peatükis tuuakse välja ka võimalikud probleemid ja piirangud, nagu skaleeritavuse probleemid ja kasutajakogemuse kitsaskohad. Nende probleemide lahendamiseks ning platvormi üldise tulemuslikkuse ja kasutajate rahulolu parandamiseks esitatakse soovitusel.

Tulenevalt Hooandja platvormi vanusest on tehnoloogiad vahepeal jõudsa sammu edasi arenenud. Hooandja platvorm on ligi 10 aastat vana ning peamiseks murekohaks, mis takistab süsteemi skaleeritavust ärivaadete elluviimisel ongi vananenud tarkvara. Tänapäeval kasutatakse rohkesti mobiilseadmeid tehtamaks toiminguid internetis, kuid hetke seisuga ei ole Hooandjal toimivat veebi, mis oleks suuteline reageerima vastavalt seadmetüüpidele ehk hetkel on Hooandja platvorm mugavalt kasutatav ainult veebis, suurema ekraaniga seadmetel. Juba ainuüksi mobiilivaadete loomine aitaks tõsta Hooandja kasutatavust.

4.2.1 Toetamise protsess

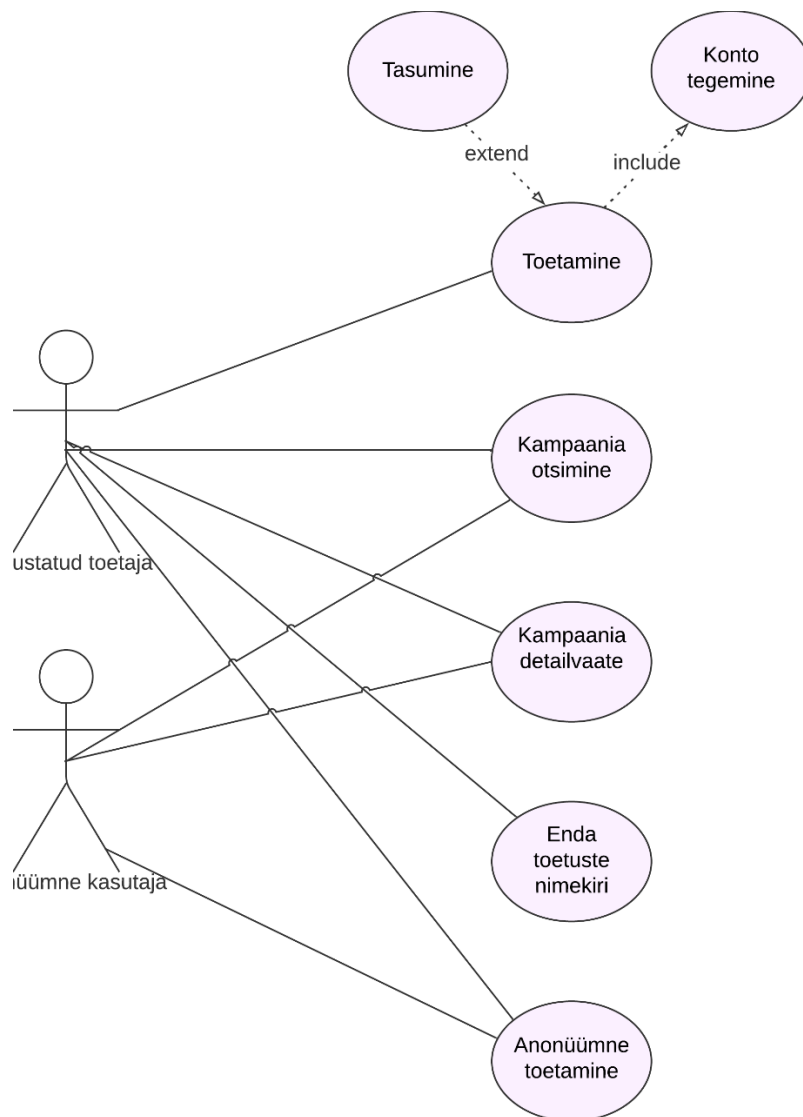
Kasutajale kuvatakse oma toetuste nimekiri (kaasa arvatud katkestatud ja erikampaaniad). Toetaja näeb tema poolt toetatud kampaaniaid, mille juures on märgitud toetaja poolt

valitud kingitus (kingituse pealkiri) (või mitu kingitust), toetuse summa, toetuse kuupäev ning võimalus valida, kas toetus on nimega või anonüümne.

Iga toetuse kohta kuvatakse:

- Kampania nimetus
- Toetuse summa
- Valitud kingitus
- Toetamise kuupäev

Kasutaja saab minna kampania lehele



Joonis 7. UC Toetamise (Ettevõtte analüüsidokument)

Hooandja süsteemianalüüsi peatükis vaadeldakse põhjalikult platvormi funktsioone ja toiminguid süsteemi seisukohast. See hõlmab erinevaid aspekte, sealhulgas kampaania valikut, annetussumma kohandamist, kingituse valikut, tingimuste aktsepteerimist, toetaja tüübi valikut, anonüümseid annetusi, konto loomist, kasutaja andmete sisestamist, e-posti kinnitamist, hooandja.ee toetusprotsendi määramist, annetuse tühistamist, maksmise protsessi ja kampaania teabe jagamist sõpradega Facebooki kaudu. Kampaania valik võimaldab kasutajatel uurida kampaaniaid kampaaniaotsingu, nimekirjade ja üksikasjalike vaadete kaudu. Lisaks pakub Hooandja võimalust valida kampaaniaid teavituste kaudu, näiteks täiendava toetuse või meeldetuletuste kaudu.

Kasutajad saavad valida annetussumma etteantud väärtuste hulgast või sisestada oma summa. Samuti saavad nad annetuste valimisel muuta summat teatud piirides. Süsteem tagab, et annetussumma ei ole väiksem kui valitud kingituse väärtus. Minimaalne annetussumma on 1 EURO ja aktsepteeritakse ainult täissummasid (mitte sente). Läbipaistvuse tagamiseks tuuakse kampaania toetamisega seotud riskid esile hoiatussõnumiga (admin-redigeeritav).

Kingituse valik võimaldab kasutajatel valida ülejäänud võimaluste hulgast kingituse, mis vastab valitud annetussummale või on sellest väiksem. Kõrgema hinnaga kingitust ei ole võimalik valida. Kasutajatel on võimalus toetada mitu korda ja valida iga annetuse puhul kingitus, mis võimaldab kuni ühe annetuse kohta teha ühe kingituse. Kasutajad saavad ka loobuda kingituse saamisest.

Kasutajad peavad enne annetuse tegemist nõustuma tingimustega. Kui kampaania korraldab mittetulundusühing (MTÜ või sihtasutus), tuleb kindlaks teha, kas see vastab maksuvabastuse tingimustele. Sellisel juhul kuvatakse maksusoodustuste saamise tingimustele vastav märge ning lisaväljad paluvad toetajal esitada oma isikukood või registreerimiskood (vabatahtlik), et kampaania korraldaja saaks annetusi deklareerida ja toetajad saaksid kasutada maksuvabastusi. Need koodid on kampaania korraldajale nähtavad kampaania toetajate nimekirjas. Ettevõtete annetuste puhul kuvab süsteem toetajana ettevõtte nime, mitte üksikisiku nime. Oma isikukoodi ja nime esitades saavad ettevõtte toetajad samuti kasu maksuvabastustest.

Anonüümsed annetused on lubatud, sealhulgas kampaania korraldajatele. Sellisel juhul asendatakse annetaja nimi avalikul lehel sõnaga "Anonüümne". Kasutajad peaksid saama paindlikult vahetada anonüümse ja mitteanonüümse toetuse vahel.

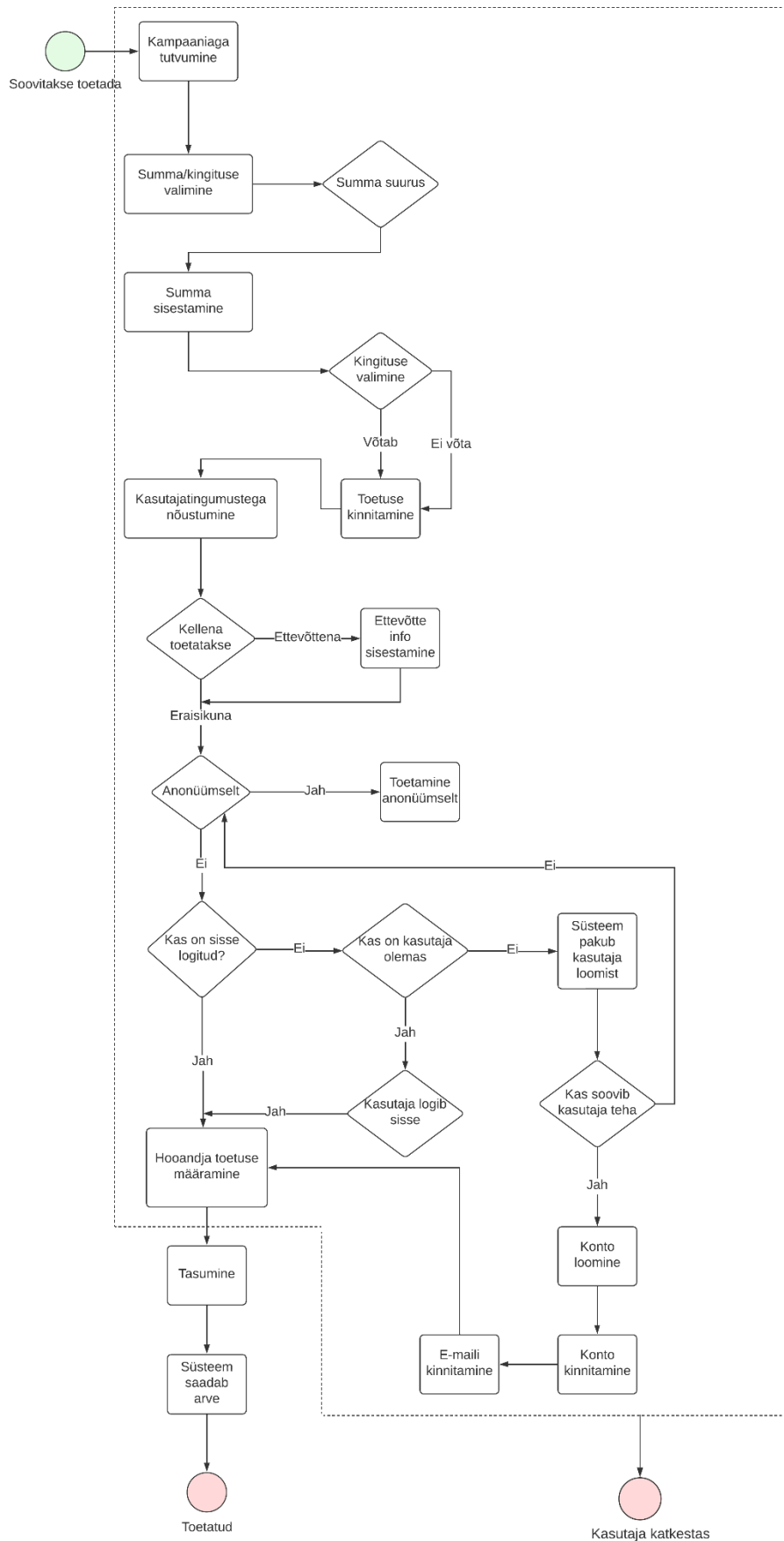
Süsteem soovib konto loomist, kui isik ei ole sisse logitud või tal puudub konto. Kui kasutaja valib konto loomise, jätkub protsess pärast kinnitust sealt, kus pooleli jäi. Kasutaja andmete sisestamine on vajalik, kui kasutaja ei ole sisse logitud, tal puudub konto või ta otsustab mitte sisse logida. Kasutajad peavad esitama oma nime, e-posti aadressi ja telefoninumbri, välja arvatud juhul, kui nad ei ole valinud kingitust.

Kui kasutaja on sisse logitud, võetakse asjaomane teave tema profiilist. Kasutajad peavad olemasolevate andmete õigsust kinnitama märkeruudu kaudu. Süsteem peaks kuvama talle teadaolevat teavet. Kui kasutaja valib kingituse, tuleb kontrollida e-posti aadressi. Kasutajad peavad kinnitama oma e-posti aadressi õigsust.

Hooandja.ee toetuse protsendi saab määrata iga annetuse puhul. Kasutajatel palutakse valida 0%, 10% või mõne muu väärtuse vahel, vaikimisi jääb valik on tühjaks. Kasutajad saavad oma toetuse tühistada, kuni tasumiseni.

Makseid saab teha PayPal, pangatähtsade või Montonio integratsiooni kaudu. Eduka makse korral saadab süsteem kasutajale kviitungi. Pärast maksmist kuvatakse kasutajatele leht, kus nad saavad Facebooki kaudu jagada kampaania teavet sõpradega. Lisaks mobiilivaadetega võiks ka kaaluda Apple Pay ja Google Pay teenuseid.

Sama informatsioon on toodud välja Joonisel 8. Tasub ära märkida eraldi, et kasutaja saab toetada mitu korda ning kasutaja saab ka enda kampaaniat toetada.



Joonis 8. Toetamise voog. (Ettevõtte analüüsidokument)

4.2.2 Kampania voog

Kampania läbiviimise eelduseks on kasutajakonto olemasolu. Kampania saab alguse ideest ehk teisisõnu kampaniataotlusest. Lisaks on vaja selle raames ära märkida kategooriad, kuhu hakkab kampania kuuluma ning samuti ka summa, mida soovitakse koguda.

Peale idee esitamist vaadatakse see administraator poolt üle, kui idee kiidetakse heaks, siis autoril avaneb võimalus see vormistada kampaniaks. Kui idee peaks saama negatiivse tagasiside ning taotlus lükatakse tagasi, siis:

- Süsteem teavitab autorit
- Süsteemiväline suhtlus/nõustamine, kus põhjendatakse otsust ning antakse juhised
- Autor võib idee kustutada, kuid taustal jääb info administraatorile nähtavaks.
- Sama ideed uuesti ei saa esitada, soovi korral on vaja luua uus idee.

Idee kampanikas muutmine:

- Süsteem võtab ideest põhiandmed:
 - Kategooria – kuni kolm, mis hiljem aitab süsteemi õigesse
 - Summa
- Autor valib kampania keeled - Lisades keele, peab kirjeldama ka antud keeles (võimalikud keeled on eesti, vene ja inglise) kõik andmed. Vähemalt üks keel peab olema valitud.
- Autor sisestab kampania andmed:
 - Pealkiri
 - Lühikokkuvõte
 - Telefoni number
 - Pildid – Arv pole piiratud. Kasutaja määrab profiilipildi - ruut, mis läheb tutvustuseks - kaanepilt
 - Video – Autor ei lae videot üles, vaid seda teeb admin. Seda selleks, et video jääks ka pärast kampaniat alles, keskkonnaks on Vimeo.
 - Kampania kirjeldus – WYSIWYG, saab kasutada ka pilte.

- Rahaliste eesmärkide kirjeldamine - Kuni 5, igäühe kohta summa ja kirjeldus.
 - Kampaania tähtaeg. Kampaania saab kesta 1-56 päeva. Alla 14 päeva lisandub lisatasu.
 - Kingitused ehk auhinnad- Piiramatu arv. Iga kingituse kohta:
 - Summa
 - Nimetus
 - Kirjeldus
 - Orienteeruv kohale toimetamise aeg - Vabaväli.
 - Kui kingitusi on piiratud koguses, siis peab olema märgitud kogus – Peab olema võimalus teha kampaaniat ilma kingitusi pakkumata, seda saab lubada administraator. Idee faasis lepitakse kokku ja pannakse admini poolt märke peale, et saab 0 kingitusega.
 - Juriidiline isik - Vabaühendused saavad anda teada, et otsivad vabatahtlike ja muid ressursse. Iga soov tuleb täpselt kirjeldada ning Hooandja saab anda oma kontakti.
 - Pakiautomaati toimetamine - Kui on määratud, siis on kingi valijal võimalik tellida kingitus pakiautomaati.
 - Kampaania tüüp:
 - Kogu summa vajalik ja ainult siis õnnestub - Mitme eesmärgi korral peab vähemalt esimene olema täis. Täitumise protsenti tuleb lugeda esimese eesmärgi alusel - see peab saama 100%. Edasisi eesmärke kuvatakse siis vastavalt üle 100%.
 - Iga summaga õnnestub - Seda saab määrata administraator, mitte autor. Idee faasis lepitakse kokku.
 - Erikampaania - Autor saab kampaanialehe lingi enda soovitud isikutele. Kampaaniate nimekirjast ja otsingust ei paista välja. Seda saab määrata administraator, mitte autor. Idee faasis lepitakse kokku.
 - Asukoht - Peab saama mitu sisestada. Peab toetama linna, maakonda ja ka asukohta välisriigis.
 - Pangakonto info - Seda ei saa avalikustamisest alates muuta ka peale kampaania lõppu.
- Kampaania muutmine (mustand)

- Kasutaja peab saama lisatavat kampaaniat ajutiselt salvestada ning hiljem muuta.
- Kampaania kustutamine (autor)
 - Kasutaja peab saama kampaania kustutada.
 - Kampaaniaid ei kustutata, vaid muudetakse olekut selliselt, et nad kas ei ole nimekirjas nähtavad või ei ole avalikult nähtavad.

Kampaania esitamine kinnitamiseks:

Autor esitab kampaania kinnitamiseks – see läheb administraatorile üle vaatamiseks ning avaldamiseks. Peale kampaania kinnitamisele saatmist ei saa enam kampaaniat muuta. Süsteem teavitab administraatorit uuest kinnitamisele saadetud kampaaniast.

- Kui kampaania halvaks kiidetud, siis:
 - Süsteem teavitab autorit.
 - Süsteemiväline suhtlemine.
 - Kampaania läheb tagasi mustandi olekusse.
 - Autor võib kampaania kustutada.
 - Autor võib kampaaniat muuta ja uuesti esitada.
- Kui kampaania heaks kiidetud, siis:
 - Administraator saab lisada partneri kampaania juurde.
 - Administraator avalikustab kampaania.
 - Süsteem teavitab autorit.

Kampaania juhtimine:

Avalikustatud kampaaniat juhib süsteem vastavalt selle tüübile.

Kui kampaania tähtaeg on täis, siis süsteem otsustab, kas kampaania õnnestus või mitte vastavalt kampaania tüübile:

- Kui kampaania õnnestus, siis:
 - Süsteem teavitab autorit.
 - Raamatupidaja maksab toetuse välja
 - Autor vaatab telgitagust.

- Autor toimetab kätte kingitused – märgib kirjad saadetuks ning kingitused kätte toimetatuks.
- Süsteem arhiveerib kampaania.
- Kui kampaania ei õnnestunud, siis:
 - Autor saab teha antud kampaania andmeid kopeerides uue kampaania ning antud kampaania arhiveeritakse.

Administraator saab pikendada kampaania kestust nii kampaania ajal kui ka ebaõnnestumisel.

Süsteemsed tegevused:

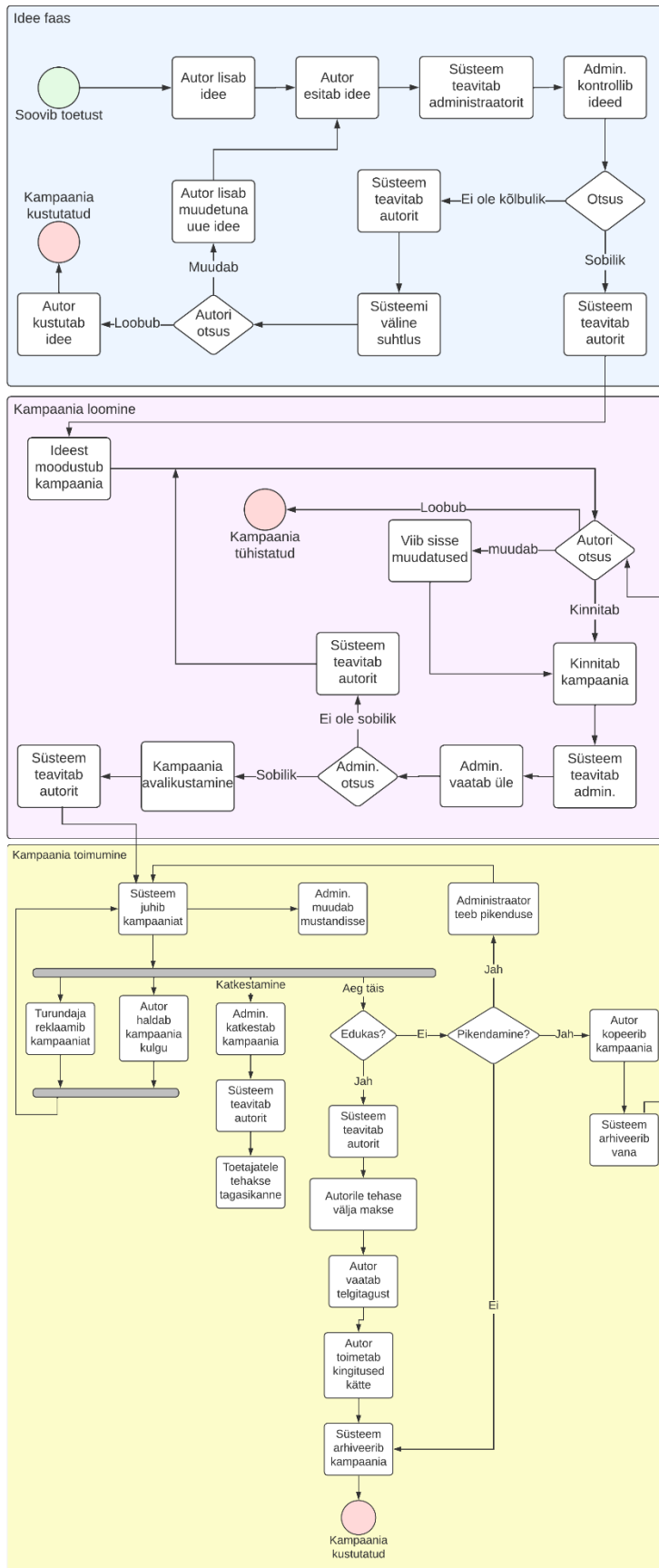
Süsteem saadab järgmiseid teavitusi:

- Toetamine:
 - Toetamise arve hooandjale. Arve peab vastama nõuetele, et oleks sobiv raamatupidamises kasutamiseks.
 - Õnnestumise teade hooandjale.
- Kampaania:
 - Teavitus idee lisamise kohta administraatorile.
 - Teavitus idee heaks kiitmise kohta autorile.
 - Teavitus idee halvaks kiitmise kohta autorile.
 - Teavitus kampaania kinnitamise kohta administraatorile.
 - Teavitus kampaania halvaks kiitmise kohta autorile.
 - Teavitus kampaania avalikustamise kohta autorile.
 - Teavitus kampaania katkestamise kohta autorile.
 - Teavitus kampaania õnnestumise kohta autorile. Teavitusega pannakse kaasa link kingisaajate nimekirjale.

Teavituste saatmise tehnilised tingimused ning kasutaja tegevused selgitatakse arendusfaasis.

Kampaania juhtimine:

Süsteem juhib kampaaniat kuni selle tähtaja lõpuni, isegi kui summa saab täis. Süsteem otsustab peale tähtaja saabumist vastavalt kampaania liigile kampaania õnnestumise. Kasutaja saab kampaaniat peita, kustutada, pikendada ning saata tagasi mustandi olekusse.



Joonis 9. . Kampaania läbiviimise voog (Ettevõtte analüüsidokument)

4.3 Nõuded

Antud alapeatükis käsitletakse funktsionaalseid ja mittefunktsionaalseid nõudeid.

4.3.1 Funktsionaalsed nõuded

All olevas tabelis on välja toodud põhilised funktsionaalsused, mis peaksid esinema uues süsteemis.

Tähis	Nõue
F1	Avalehte peavad saama vaadata kõik osapooled
F2	Sisulehti peavad saama vaadata kõik osapooled
F3	Süsteemi sisene kampaaniate otsing toimib kõigi osapoolte jaoks ühtemoodi
F4	Kasutajakonto ja parooli meelde tuletamine loomine on anonüümsete
F5	Sisse logimine on anonüümsete kasutajate funktsioon
F6	Kontoga (v.a. F4 ja F5) seotud tegevused on kõikide osapoolte funktsionaalsus v.a. süsteem ja anonüümne kasutaja
F5	Kampaania haldamistega seotud toimingud kuuluvad projekti omaniku tegevuste hulka
F6	Toetamine on nii anonüümse, kui ka isikustatud kasutaja funktsionaalsus
F7	Abistavaid protsesse haldavad administraatorid

Tabel 2. Funktsionaalsed nõuded

4.3.2 Mitte-funktsionaalsed nõuded

Turvalisuse tagamiseks ja kasutajate autentimiseks kasutatakse e-posti ja parooli, kuid kasutajamugavuse tõstmiseks võiks lisada ka juurde sotsiaalmeedia kontode ühildavuse.

Süsteem peab olema suuteline tekitama ajalugu toimingutest, mis portaalis toimuvad. Selleks süsteem logib vajalikud sündmused maha.

Uus süsteem peab toimima populaarsete veebibrauseritel ning samuti toetama seadme põhist võimekust ehk süsteem peab olema mugavalt kättesaadav ka nutitelefonites.

Süsteemil on hetkel kolme keele võimekus. Süsteemi uuendades võib silmas pidada ka potentsiaali laienemiseks, seega oleks hea kui disainida süsteem vastavalt, et oleks võimalik hiljem keeli juurde mugavalt lisada.

5 Kavand

Käesolevas peatükis esitatakse Hooandja kavand, mille eesmärk on tuua välja vajalikud punktid, mis kuuluvad MVP loomiseks, et kaasajastada Hooandja ühisrahastusplatvorm. Kavand hõlmab endas näiteid kuidas pakkuda täiustatud kasutajakogemust, lihtsustatud protsesse, kuid laiendatud funktsionaalsustega. Toetudes eelnevale toob autor välja, kuidas kõrvaldada praeguse süsteemi piirangud ja viia Hooandja uuele tasemele.

Kavandatav ümber disainimine hõlmab erinevaid aspekte, sealhulgas kasutajaliidest, täiustatud protsesse ja täiendatud rollide omadusi. Toodud on kaks näidet võrdluseks, mis aitab mõista hea disaini vajadust.

Lisaks sellele esitatakse eelnõus uuendatud protsesside kogum, mis optimeerib kampaaniate haldamise töövoogu, tagades sujuvama koostöö projekti omanike, administraatorite ja kasutajate vahel. Protsessi iga etapi määratlemise ja ühtlustamisega alates ideede esitamisest kuni kampaania lõpetamiseni püüame suurendada tõhusust, vähendada hõõrdumispunkte ja pakkuda sujuvat kasutajakogemust kogu platvormi ulatuses.

5.1 TO-BE

Kasutajakogemus ja kasutajaliides mängivad ühisrahastuskampaaniate edu kujundamisel olulist rolli. Kuigi me oleme arutanud varasemate kogemuste tutvustamisega seotud uute funktsioonide integreerimise võimalikku kasu, on oluline tunnistada, et praegune süsteem ei pruugi neid funktsioone veel omada.

Sellest hoolimata saab Hooandja siiski keskenduda kasutajakogemuse ja kasutajaliidese parandamisele mitmel viisil. Ühtlustades platvormi navigeerimist ja tagades intuiitivse disaini põhimõtted, saavad kasutajad hõlpsasti uurida ja osaleda ühisrahastuskampaaniates. Projektiteabe, sealhulgas kirjelduste, eesmärkide ja edusammude ajakohastamise selge esitus aitab potentsiaalsetel toetajatel teha teadlikke otsuseid.

Kuigi platvormil ei pruugi olla spetsiaalseid sektsioone varasemate kogemuste esiletõstmiseks, saavad projekti loojad siiski kasutada olemasolevaid vahendeid, et oma edusammudest tõhusalt teavitada. Nad saavad esitada üksikasjalikud projektkirjeldused, sealhulgas asjakohased saavutused, varasemad edusammud ja asjakohased volitused. Lisaks saavad projekti loojad suhelda potentsiaalsete toetajatega isikustatud sõnumite kaudu, vastates päringutele ja käsitledes muresid, mis võib aidata kaasa usalduse ja usalduse loomisele. Ehkki varasemate kogemuste tutvustamiseks vajalike erifunktsioonide puudumine võib kujutada endast väljakutset, saab Hooandja keskenduda olemasolevate suhtluskanalite ärakasutamisele, et edendada sidemeid projekti loojate ja potentsiaalsete toetajate vahel. Avatud dialoogi julgustades saavad projekti loojad jagada oma teadmisi ja näidata oma pädevust, suurendades seeläbi kogukonna usaldust.

Lõppkokkuvõttes aitab Hooandja pühendumine kasutajakogemuse ja kasutajaliidese pidevale parandamisele, isegi ilma eelneva kogemusega seotud konkreetsete funktsioonide lisamiseta, kaasa kaasahaaravama ja kasutajasõbralikuma ühisrahastusplatvormi loomisele. Hooandja saab sujuvat navigeerimist hõlbustades, tõhusat suhtlust võimaldades ja läbipaistvust soodustades parandada üldist kasutajakogemust ja suurendada projekti edu tõenäosust.

5.2 Protsessid ja rollid

Võrreldes AS-IS põhiprotsessidega on TO-BE lahenduses tehtud täiendusi kõigis kategooriates (Joonis 12).

Kasutajatuvastuse juures on lisandunud juurde järgnevad protsessid:

- Konto sulgemine
- Seadete muutmine

- Töölaua vaatamine

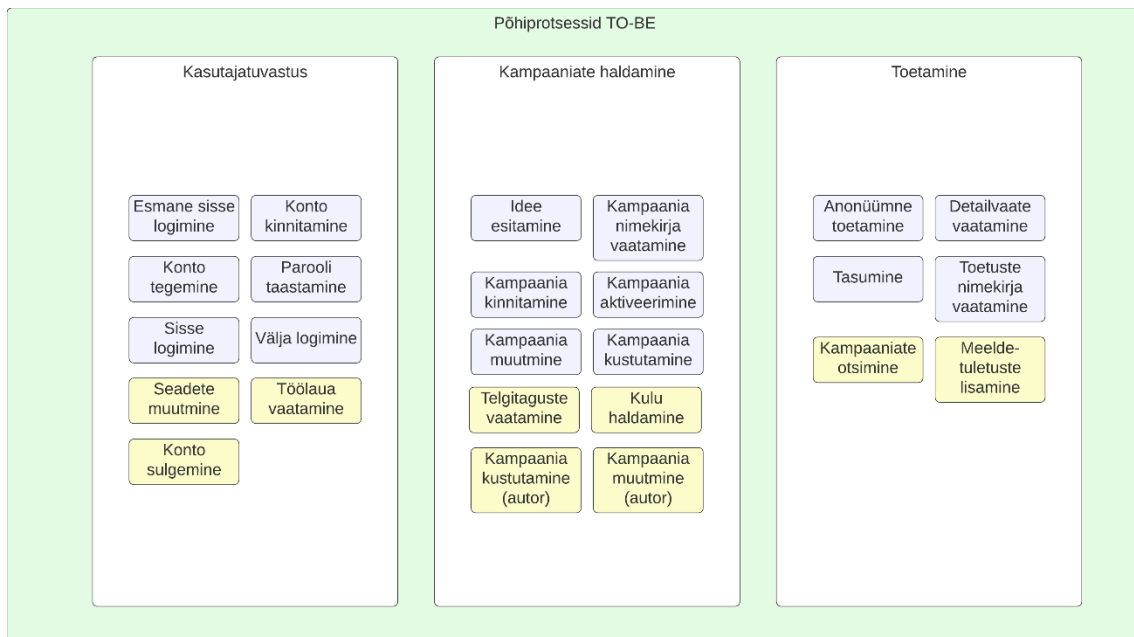
See annab kasutajatele suurema vabaduse teha toiminguid, mis muidu kasutaks Hooandja ressursse.

Kampaaniate haldamise juures on lisanudunud järgnevad protsessid:

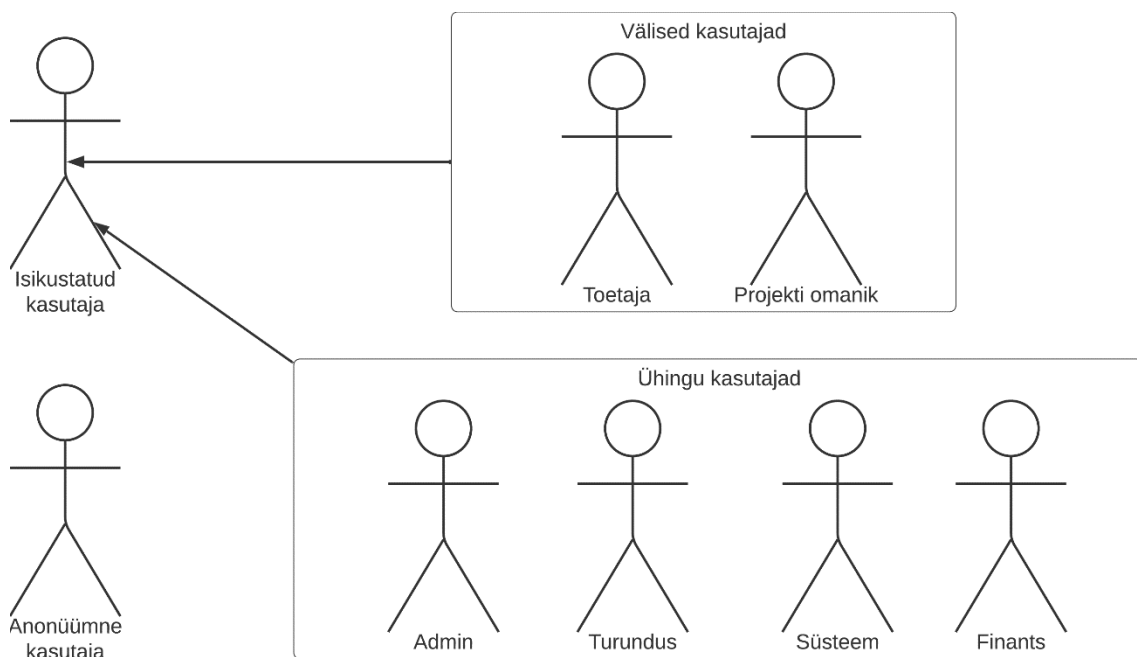
- Kampaania kopeerimine
- Kampaania kustutamine (autor)
- Kampaania muutmine
- Kulu haldamine – erinevate teadete lisamise võimalus autori poolt kampaania alla, ka pärast selle lõppemist.
- Telgitaguste vaatamine – kampaaniaga seonduv ajalugu. Süsteem omalt poolt arvutab välja protsendid ja kuvab töölaual kui suurele osale hooandjatest on saadetud tänukiri või kingitus.

Toetamise alla on lisandunud:

- Kampaaniate otsimine
- Meeldetuletuste lisamine



Joonis 10. TO-BE põhiprotsessid (autori koostatud)



Joonis 11. TO-BE rollid süsteemis (autori koostatud)

5.3 Kasutajaliides

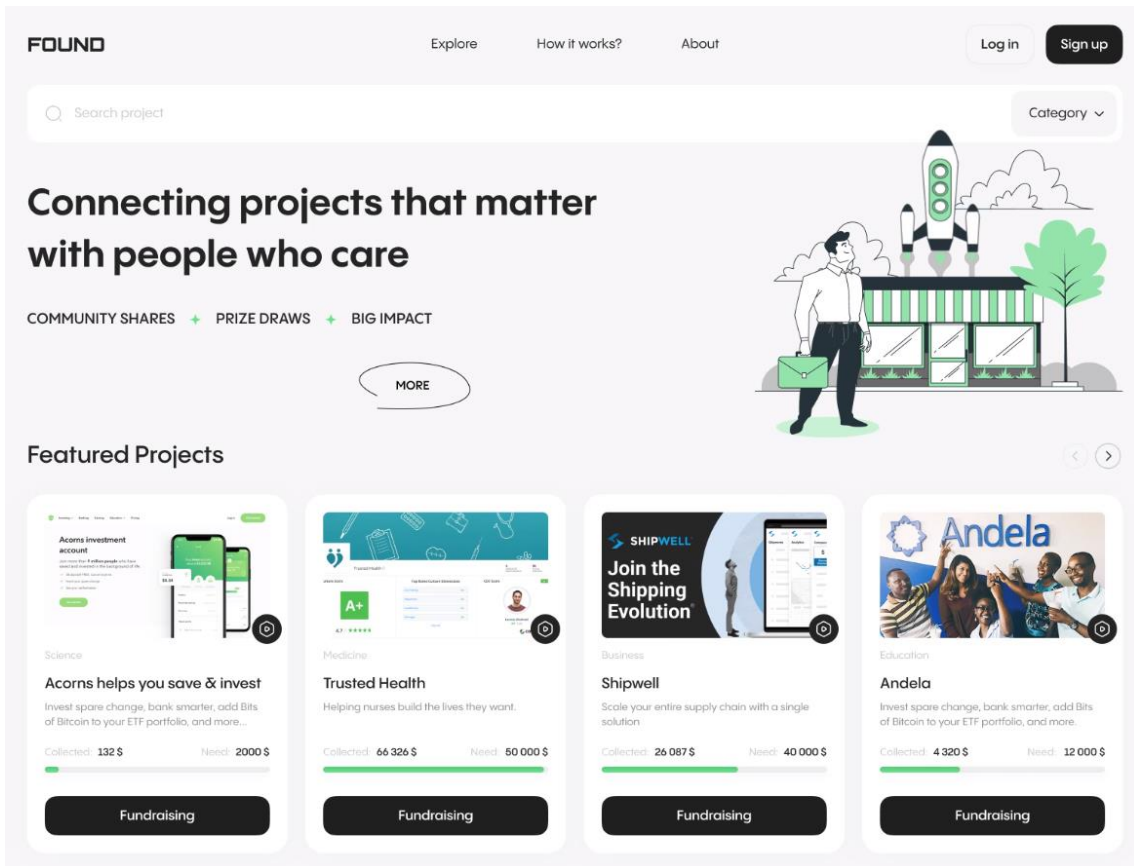
Digitaalajastul on kasutajakogemus ja kasutajaliidese disain muutunud üha olulisemaks teguriks veebiplatvormide, sealhulgas ühisrahastuse veebisaitide edule. Kuna ühisrahastuse maastik areneb jätkuvalt ja konkurents kasvab, on platvormide, nagu

Hooandja, jaoks hädavajalik seada prioriteediks oma UX ja UI uuendamine, et jääda asjakohaseks ja vastata kasutajate arenevatele vajadustele.

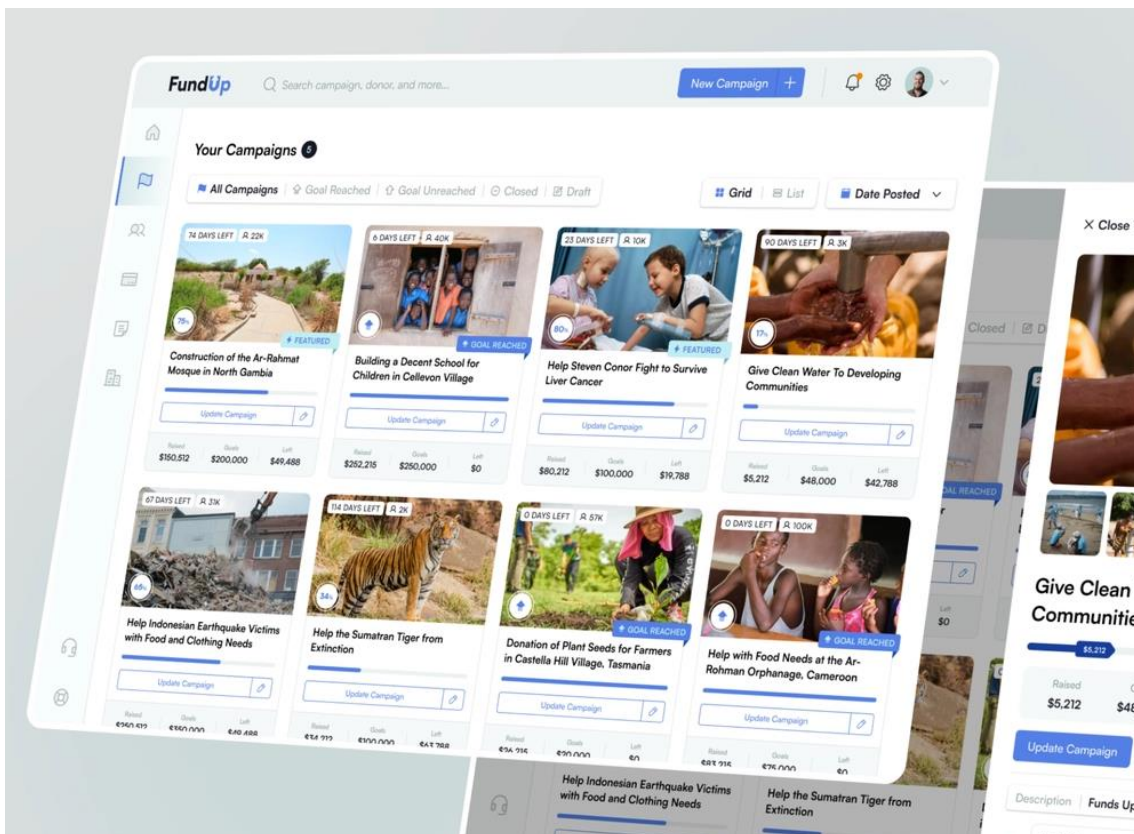
Eelkõige on kaasaegne ja intuitiivne kasutajakogemus oluline, et meelitada ja hoida kasutajaid ühisrahastusplatvormil. Potentsiaalsed toetajad on tõenäolisemalt valmis projektidega tegelema ja raha eraldama, kui nad saavad platvormil hõlpsasti liikuda, projekti üksikasjadest aru saada ja kui neil on sujuv üldine kogemus. Kasutajakogemuse täiustamisega saab Hooandja parandada kasutatavust, vähendada hõõrdumist ning luua kasutajatele meeldivama ja tõhusama protsessi, mis lõppkokkuvõttes suurendab kasutajate rahulolu ja kaasatust.

Lisaks sellele võib hästi kujundatud kasutajaliides oluliselt mõjutada ühisrahastusplatvormi tajumist. Visuaalselt ahvatlev ja esteetiliselt meeldiv kasutajaliides mitte ainult ei köida kasutajate tähelepanu, vaid tekitab ka usaldust ja usaldusväarsust. Kaasaegne kasutajaliidese kujundus koos selge teabehierarhia, visuaalselt atraktiivsete projektinäidete ja tõhusa visuaalse kasutamisega võib tõsta Hooandja üldmuljet, muutes selle nii potentsiaalsete toetajate kui ka projektide loojate jaoks ahvatlevamaks.

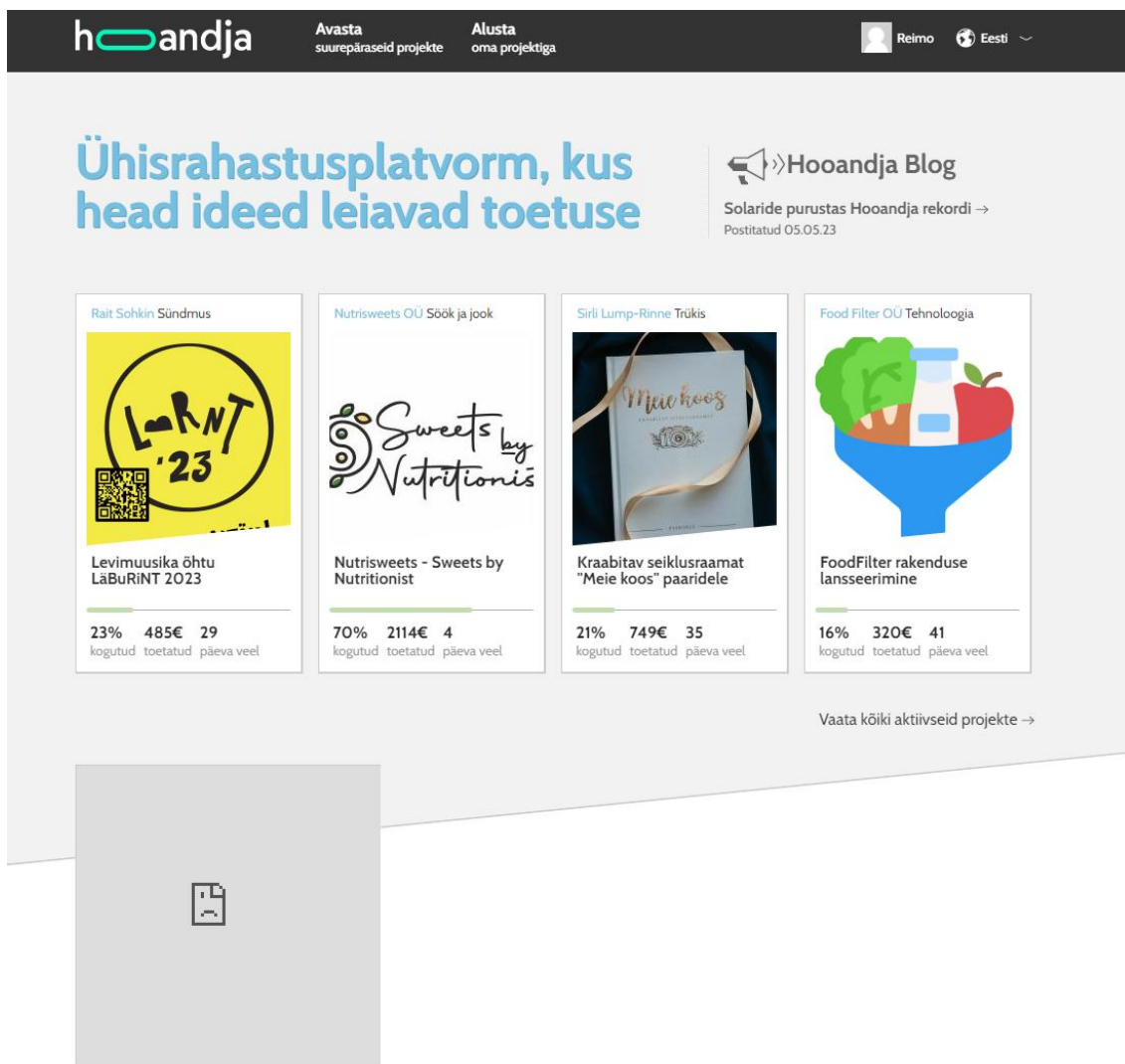
Autor on toonud võrdluseks Hooandjale allpool kaks näidet, mis illustreerivad kaasaegse disaini olulisust.



Joonis 12. Kuvatömmis, allikas [15]



Joonis 13. Kuvatömmis, allikas [16]



Joonis 14. Kuvatõmmis Hooandja kodulehest. Allikas [1]

6 Järeldused

Antud magistritöö käigus selgus autori jaoks, et Hooandjal on küll konkurentsi eelis ning omab suurt turuosa, kuid aegunud süsteem ja protsessid võivad saavutatud edu kiiresti ümber pöörata. Selleks on vaja keskenduda vastavalt ressursidele uuenduskuurile.

Kõige mõistlikum oleks läheneda sellele järgnevalt – lõppkasutaja, kes tarbib Hooandja sisu on nende peamine tuluallikas, seega leiab autor, et tuleks alustada eelkõige muudatustest, mis jäävad väljapoole näha. Kõige suurem mõju on kindlasti kasutajaliidese disainil, mis vajab uuemat välja nägemist ning tänapäevaseid lahendusi,

mis toetaksid ka mobiilseadmetes kasutamist. Läbi selle kasutataks Hooandjat tihedamini ning inimestel on tekkinud teatud ootused kasutajakogemuse suhtes, mis tekib tahest tahtmata tarbides internetis kättesaadavaid teenuseid. Vastavalt ressurssidele on võimalik paranda järjest rohkem sissepoole toimuvaid tegevusi, lõpetades administraatorite tööga.

7 Järgnevad sammud ja soovitus

Tänapäeval on tehisintellekti tööriistad tugevas tõusutrendis. Hooandja keskkond võiks sellest kasu saada, kui integreeriks neid lahendusi oma protsessidesse. Tehisintellekt aitaks tulevikus automatiseerida suure osa idee teekonnast kampaaniani. Vastavaid tööriistu rakendades saab Hooandja lihtsustada projektiideede esialgset sõelumist ja hindamist, mille tulemuseks on kiirem ja tõhusam otsuste tegemine. Tehisintellekt suudab analüüsida erinevaid andmepunkte, sealhulgas projekti kirjeldusi, sihtrühma ja varasemate kampaaniate tulemuslikkust, et tuvastada paljutõotavaid ideid suurema täpsuse ja kiirusega.

Täiustatud andmeanalüüs projektide hindamiseks: Hooandja peaks investeerima oma andmeanalüüsi võimekuse parandamisse projektide hindamiseks. Kasutades täiustatud analüüsivahendeid, saab Hooandja koguda ja analüüsida asjakohaseid andmepunkte, näiteks rahastamissuundumusi, projektikategooriaid ja rahastajate käitumist. Selline andmepõhine lähenemisviis annab väärtusliku ülevaate teguritest, mis aitavad kaasa edukatele kampaaniatele, võimaldades Hooandjal teha andmetel põhinevaid otsuseid ning anda projektide loojatele paremaid juhiseid ja tuge.

Sotsiaalmeedia turunduse optimeerimine: Hooandja peaks keskenduma oma sotsiaalmeedia turundusstrateegiate optimeerimisele, et jõuda laiema publikuni ja maksimeerida kampaaniate nähtavust. Analüüsides erinevate sotsiaalmeediakanalite ja sisutüüpide tõhusust, saab Hooandja kindlaks teha, mis leiab oma sihtgrupile vastukaja ja vastavalt sellele oma turundusstrateegiat täiustada. Selline andmepõhine lähenemisviis aitab Hooandja ressursse tõhusamalt jaotada, tagades, et turundustegevused keskenduvad platvormidele ja sisule, mis annavad parimaid tulemusi.

Neid soovitusi rakendades saab Hooandja täiustada oma platvormi funktsionaalsust, parandada kasutajakogemust ja suurendada ühisrahastuskampaaniate edukust.

8 Kokkuvõte

Hooandja analüüs on andnud väärtusliku ülevaate platvormi tugevatest ja nõrkadest külgedest ning parandamist vajavatest valdkondadest ühisrahastuse maastikul. Läbi selle funktsioonide, kasutajakogemuse, projektide edukuse määra ja kogukonna dünaamika põhjaliku uurimise oleme tuvastanud peamised valdkonnad, kus Hooandja saab suurendada oma tõhusust ja maksimeerida oma mõju loomingulistele projektidele. Platvormi kasutajakogemuse ja kasutajaliidese hindamine on rõhutanud nende elementide ajakohastamise tähtsust, et meelitada ja kaasata nii projektide loojad kui ka toetajad. Rakendades sujuvat ja intuitiivset UX/UI-disaini, saab Hooandja luua kaasahaaravama ja nauditavama ühisrahastuse kogemuse, suurendades kasutajate rahulolu ja julgustades suuremat osalemist läbi üle seadmete reageerivat disaini.

Hooandja saab seda teavet kasutada selleks, et pakkuda projektide loojatele kohandatud juhiseid ja tuge, andes neile vajalikud teadmised ja vahendid, et suurendada nende võimalusi rahastuseesmärkide saavutamiseks. Lisaks on kogukonna dünaamika uurimine rõhutanud, kui oluline on edendada Hooandjas elavat ja ühendatud ühisrahastuse ökosüsteemi. Rakendades funktsioone, mis soodustavad dialoogi, võrgustike loomist ja koostööd loojate ja toetajate vahel, saab Hooandja kasvatada toetavat ja pühendunud kogukonda, mis koondub loominguliste projektide taha, suurendades veelgi platvormi mõju.

Nende järelduste põhjal saab teha mitmeid soovitusi, et suurendada Hooandja kui juhtiva ühisrahastusplatvormi tulemuslikkust. Esiteks, investeerimine ajakohastatud kasutajakogemusse ja kasutajaliidesele parandab oluliselt platvormi atraktiivsust ja kasutajate kaasatust. Teiseks suurendab projektide loojatele põhjalike juhiste ja toetuse pakkumine, eelkõige lugude jutustamise, preemiate ja turunduse valdkonnas, nende edu

töenäosust. Ning lõpuks, elujõulise kogukonna edendamine, hõlbustades suhtlemist ja koostööd, kasvatab ühtekuuluvustunnet ja innustab suuremat osalemist.

Oluline on tunnistada, et nende soovituste edu sõltub Hooandja administraatorite, projektide loojate, toetajate ja laiema kogukonna koostööst. Neid parandusi rakendades saab Hooandja kindlustada oma positsiooni loovuse ja innovatsiooni katalüsaatorina, andes inimestele võimaluse oma kunstilisi visioone ellu viia ja edendades elavat ühisrahastuse ökosüsteemi Eestis.

Kokkuvõtteks võib öelda, et käesolev analüüs on näidanud Hooandja olulist rolli loominguliste projektide elluviimise võimaldamisel. Kasutades ühisrahastuse jõudu ja rakendades soovitatud täiustusi, saab Hooandja olla jätkuvalt transformatiivne platvorm, kus unistused muutuvad reaalsuseks ja kus toetatakse ja tunnustatakse üksikisikute loomingulisi püüdlusi.

Kasutatud kirjandus

- [1] Hooandja, [Võrgumaterjal]. <https://www.hooandja.ee/>. [Kasutatud 15 02. 2023].
- [2] IIBA, A Guide to the Business Analyses Body of Knowledge(BABOK® Guide). Version 2, Toronto: International Institute of Business Analyses, 2009.
- [3] P. Bourque and R. E. Fairley, Guide to the Software Engineering Body of Knowledge. Version 3.0. SWEBOK, IEEE Computer Society Press, 2014.
- [4] R. Wash ja J. Solomon, „Coordinating donors on crowdfunding websites,“ CSCW '14: Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing, 2014.
- [5] N. Steigenberger, „Why supporters contribute to reward-based crowdfunding,“ International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, kd. 23, nr 2, pp. 336-353, 13 03. 2017.
- [6] Tartu 2024, [Võrgumaterjal]. <https://tartu2024.ee/et>. [Kasutatud 04 03. 2021].
- [7] Y.Zhao, P.Harris ja W. Lam, „Crowdfunding industry—History, development, policies, and potential issues,“ Journal of Public Affairs, kd 19, nr 1, 02. 2019
- [8] Valacic J.S ja George J. F. Modern System Analysis and Design, 8th Edition. 2017.
- [9] I. Sommerville, Software Engineering. Tenth Edition, Essex: Pearson Education Limited, 2016.
- [10] T. Benedict, N. Bilodeau, P. Vitkus, E. Powell, D. Morris, M. Scarsig, D. Lee, G. Field, T. Lohr, R. Saxena, M. Fuller, and J. Furlan. CreateSpace / ABPMP -- Association of Business Process Management Professionals, 3 edition, BPM CBOK Version 3.0: Guide to the Business Process Management Common Body of Knowledge (2013)
- [11] K. Kase, Ühisrahaastuseplatvormi „Hooandja“ protsesside ja eesmärkide analüüs, 2019.
- [12] International Journal of Pharmaceutical Investigation, Smartphone usage and increased risk of mobile phone addiction: A concurrent study, 2017
- [13] T. Clauss, T. Niemand, Sascha Kraus, P. Schnetzer ja A. Brem, Increasing crowdfunding success through social media: The importance of reach and

utilization in reward-based crowdfunding, *International Journal of Innovation Management*, Vol. 24, No. 03, 2020

- [14] H. Zheng, J.-L. Hung, Z. Qi and B. Xu, "The role of trust management in reward-based crowdfunding", *Online Information Review*, Vol. 40 No. 1, pp. 97-118. 2016
- [15] Dribbble, [Võrgumaterjal]. <https://dribbble.com/shots/18551716-Crowdfunding-website-design> [Kasutatud 12 05. 2023].
- [16] Dribbble, [Võrgumaterjal]. <https://dribbble.com/shots/21133335-FundUp-Donation-Platform-Dashboard-Campaign-Page> [Kasutatud 12 05. 2023].

Lisa 1 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina, Reimo Lõokene

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Organisatsiooni toimimise restruktureerimise süsteemi- ja ärianalüüs Hooandja platvormi näitel“, mille juhendaja on Priit Rospel
 - 1.1. reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

18.05.2023

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingu tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtjaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. ja 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.