HelMe

Kolesarska čelada, ki je resnično tvoja

Področje: aplikativni inovacijski predlogi in projekti

Raziskovalna naloga

Avtorji:
Timotej Boj,
Tomaž Rudolf,
Anže Šuen

Mentorici:
Janja Rudolf, prof.,
Nataša Kolar, prof.

Ormož 2022

ZAHVALA

Ta raziskovalna naloga je nastala s podporo in pomočjo mnogih ljudi, ki so nam pomagali s svojimi znanji, izkušnjami in sposobnostmi. V svet proizvodnje kolesarskih čelad nas je vpeljal Brad Waldrom, za kar se mu iskreno zahvaljujemo, za pomoč in nasvete pri pripravi finančnega načrta pa se zahvaljujemo Charlotte Fedane. Radi bi se zahvalili tudi Andreji Bezjak, ki je z veseljem razstavila našo kolesarsko čelado v svoji trgovini in nam odgovorila na naša vprašanja in Jelki Ftičar za zanimiv in sproščen intervju. Hvala tudi učiteljici Nataši Rizman Herga, ki nam je svetovala pri izbiri snovi za čistilne robčke in učiteljici Mirjani Meško za pregled povzetka v angleškem jeziku. Naše pravopisne napake je iskala in popravljala učiteljica Irena Kandrič, za kar se ji iskreno zahvaljujemo. Zadnji hvala

pa bi namenili našima mentoricama, učiteljici Janji Rudolf in učiteljici Nataši Kolar, ker sta nam ves čas stali ob strani in verjeli v našo idejo.

KAZALO VSEBINE

1. UVOD ***8***

1.1 Hipoteze **8**

2. TEORETIČNI DEL ***9***

2.1 Kolesarjenje **9**

2.2 Kolesarjenje skozi čas **9**

2.3 Vrste kolesarjenja **9**

2.3.1 Cestno kolesarjenje 9
2.3.2 Tekmovalno kolesarjenje 10
2.3.3 Gorsko kolesarjenje 10
2.3.4 Kolesarjenje v manjših zaprtih prostorih 10
2.3.5 Dirkališčno kolesarjenje 10

2.4 Kolesarska oprema **10**

2.5 Kolesarska čelada **11**

2.5.1 Sestavni deli kolesarske čelade 11
2.5.2 Materiali za izdelavo kolesarske čelade 11

2.6 Trenutna zakonodaja o nošenju kolesarske čelade **12**

3. RAZISKOVALNI DEL ***13***

3.1 Raziskovalne metode **13**

3.1.1 Metoda analize virov 13
3.1.2 Raziskovalni intervju 13
3.1.3 Anketiranje 14
3.1.4 Raziskovalni eksperiment 14
3.1.5 Dodatne metode na področju podjetništva 15

4. REZULTATI ***16***

4.1 Povzetki in analize intervjujev **16**

4.1.1 Povzetek in analiza intervjuja s policistko Jelko Ftičar 16
4.1.2 Povzetek in analiza intervjuja s solastnikom podjetja Kali Protectives Bradom Waldromom 17
4.1.3 Povzetek in analiza intervjuja z lastnico športne trgovine Andrejo Bezjak 19

4.2 Analiza anket **21**

4.2.1 Struktura anketiranih 21
4.2.2 Uporaba kolesarske čelade med našimi vrstniki 21
4.2.3 Kateri je glavni namen kolesarske čelade? 22
4.2.4 Vzpodbujanje s strani staršev k uporabi kolesarske čelade 22
4.2.5 Uporaba kolesarske čelade med starši 22
4.2.6 Kriteriji ob nakupu nove kolesarske čelade 22
4.2.7 Trenutna zakonodaja 23
4.2.8 Mnenje o kolesarski čeladi HelMe 23
4.2.9 Ali bi tudi sam/-a imel/-a kolesarsko čelado, katero bi lahko sam/-a po svojih željah oblikoval/-a? 23
4.2.10 Uporaba HelMe čelade pri vožnji s kolesom 24
4.2.11 Pomembnost cene kolesarske čelade HelMe 24
4.2.12 Dodatni predlogi in komentarji 24

4.3 Analiza raziskovalnega eksperimenta **25**

4.4 Izdelava prototipa in predstavitev izdelka **26**

4.4.1 Oblikovanje logotipa in slogana naše blagovne znamke 26
4.4.2 Izdelava prototipa 27
4.4.3 Oblikovanje embalaže 28
4.4.4 Čistilni robčki 29

4.4.5 Predstavitev izdelka ali podjetniške ideje 30
4.4.6 Priprava poslovnega modela in finančnega ovrednotenja 31

4.5 Javna in medijska izpostavljenost podjetniške ideje 34
4.5.1 HelMe v trgovini Bike Ek 34
4.5.2 Intervju za lokalno televizijo KTV Ormož 34
4.5.3 Intervju za časopis Štajerski tednik 34
4.5.4 Intervju za radijsko postajo Radio Prlek 35
4.5.5 Komentarji uporabnikov Facebooka 35

5. RAZPRAVA 36

6. ZAKLJUČEK S SMERNICAMI ZA NAPREJ 38

7. VIRI IN LITERATURA 39

8. PRILOGE I

KAZALO SLIK

Slika 1: Koda QR spletnega anketnega vprašalnika (https://1ka.arnes.si/a/a93ef747). Pridobljeno iz QR Code Generator, b. d. Pridobljeno 7. februarja 2022 s https://www.the-qrcode-generator.com/. 14
Slika 2: Koda QR spletnega anketnega vprašalnika (https://1ka.arnes.si/a/800722d2). Pridobljeno iz QR Code Generator, b. d. Pridobljeno 7. februarja 2022 s https://www.the-qrcode-generator.com/. 14
Slika 3: Koledar Varno s kolesom. (Ftičar, 2022)..... 16
Slika 4: Mladi raziskovalci s policistko Jelko Ftičar. (Rudolf, 2022)..... 17
Slika 5: Brad Waldrom. (Kolar, 2021) 17
Slika 6: Med intervjujem. (Kolar, 2021) 18
Slika 7: Primer enostavne in zahtevne čelade. (Waldrom, 2021) 19
Slika 8: Mladi raziskovalci z Andrejo Bezjak. (Rudolf, 2022)..... 20
Slika 9: Uporaba kolesarske čelade med vrstniki..... 21
Slika 10: Ali te starši spodbujajo k uporabi kolesarske čelade?..... 22
Slika 11: Uporaba kolesarske čelade med starši..... 22
Slika 12: Kriteriji ob nakupu nove kolesarske čelade. 22
Slika 13: Do katerega leta je kolesarska čelada obvezna?..... 23
Slika 14: Ali se ti zdi naša ideja dobra?..... 23
Slika 15: Ali bi imel kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sam oblikoval?..... 23
Slika 16: Bi uporabljal čelado HelMe? 24
Slika 17: Koliko bi bil pripravljen plačati za čelado HelMe?..... 24
Slika 18: Skupina 1 pri izbiri čelade. (Šuen, 2022)..... 25
Slika 19: Skupina 2 z izbrano čelado. (Šuen, 2022) 25
Slika 20: Logotip. (Šuen, 2021) 26
Slika 21: S kaširanjem zapolnjene zračne reže. (Rudolf, 2022)..... 27
Slika 22: Lakiranje čelade. (Rudolf, 2022)..... 28
Slika 23: Prva stran embalaže. (Boj, 2022) 29
Slika 24: Zadnja stran embalaže. (Boj, 2022)..... 29
Slika 25: Preizkušanje alkoholov. (Boj, 2022)..... 30
Slika 26: HelMe komplet. (Šuen, 2022)..... 30
Slika 27: Oblikovanje čelade. (Šuen, 2022) 31
Slika 28: HelMe na glavi kolesarja. (Boj, 2022)..... 31
Slika 29: Kolesar s čelado HelMe. (Boj, 2022)..... 31
Slika 30: Prototip razstavljen v trgovini Bike Ek. (Boj, 2022) 34
Slika 31: Intervju za KTV Ormož. (Kolar, 2022) 34
Slika 32: Članek v Štajerskem tedniku, 18. 2. 2022..... 35
Slika 33: Mladi raziskovalci na Radiu Prlek. (Kolar, 2022) 35
Slika 34: Odzivi uporabnikov Facebooka..... 35

KAZALO TABEL

Tabela 1: Anketirani glede na šolo in spol 21
Tabela 2: Primerjava izbire učenk in učencev med kolesarsko čelado HelMe in klasično..... 25
Tabela 3: Tabela preizkušanja snovi za čistilne robčke..... 30
Tabela 4: Izračun končnega stanja s stroški in prihodki za prvo leto delovanja. 33

POVZETEK

Ideja o oblikovanju kolesarske čelade HelMe je nastala iz predpostavke, da bi predvsem mladostniki pogosteje uporabljali kolesarsko čelado, če bi bila poleg varnosti še zanimiva in zabavna. Kot prvo smo preučili kolesarjenje in kolesarsko opremo s poudarkom na kolesarski čeladi. Najprej smo s pomočjo prve ankete preverili uporabo kolesarske čelade med našimi vrstniki, druga anketa pa se je navezovala na sam izdelek. Nato smo s pomočjo intervjujev zbrali podatke o uporabi, proizvodnji in prodaji kolesarskih čelad. Te podatke smo uporabili pri pripravi poslovnega modela in prototipa kolesarske čelade HelMe. Prototip smo oblikovali tako, da smo pripravili logotip, slogan, embalažo, kolesarsko čelado in potrebne dodatke. Za podjetniško idejo smo pripravili tudi poslovni model in finančno ovrednotenje. Ko je bil prototip izdelan, smo izvedli eksperiment in posneli predstavitveni film, ki smo ga med drugim objavili na šolski Facebook strani z namenom zbrati povratne informacije. S pomočjo izdelanega prototipa smo izdelek predstavili širši javnosti, ker nas je zanimalo mnenje morebitnih uporabnikov. Prototip smo razstavili v trgovini s kolesarsko opremo, prispevke o naši podjetniški ideji pa so objavili nekateri mediji.

Širša javnost je kolesarsko čelado HelMe označila kot zanimiv in inovativen, katerega bi tudi sami želeli uporabiti. Uporabljalo bi jo tudi več kot polovica naših vrstnikov, ki so tudi naša ciljna skupina. Da ima ideja potencial, pa nam je zagotovil tudi solastnik podjetja Kali Protective iz Kalifornije, ki nam pomagal z nasveti, informacijami in s predlogi.

Ključne besede: kolesarska čelada, izdelava prototipa, poslovna ideja

ABSTRACT

The idea of designing the cycling helmet HelMe arose from the assumption that young people in particular would use a cycling helmet more often if it were not only safe but also interesting and fun. We first examined cycling and cycling equipment with an emphasis on cycling helmets. First, we used the first survey to analyze the use of a cycling helmet among our peers, and the second survey was related to the product itself. We then used interviews to collect data on the use, production and sales of cycling helmets. We used this data in the preparation of a business model and a prototype of the cycling helmet HelMe. We designed the prototype by preparing the logo, the slogan, the packaging, the cycling helmet and necessary accessories. We also prepared a business model and financial evaluation for the entrepreneurial idea. Once the prototype was made, we conducted an experiment and made a presentation film, which we posted on the school's Facebook page in order to gather feedback. With the help of the prototype, we presented the product to the general public because we were interested in the opinion of potential users. We exhibited the prototype in a cycling equipment store. Articles about our entrepreneurial idea were published by some media.

The general public described the cycling helmet HelMe as interesting and innovative product, which they would also like to use. It would also be used by more than half of our peers, who are also our target group. The co-owner of Kali Protective from California assured us that the idea has potential. He helped us with advice, information, and suggestions.

Key words: helmet, cycling helmet, prototype production, business idea

1. UVOD

Kolesarjenje je šport, s katerim se lahko ukvarja vsakdo. Je eden od športov, ki najmanj obremenjuje sklepe, zato ga priporočajo vsem starostnim skupinam in tudi tistim, ki imajo težave s sklepi. Prav tako pozitivno vpliva na naše duševno zdravje in nenazadnje tudi na intelektualne sposobnosti (Kolesarstvo in zdravje, b. d.). Z uspehi Tadeja Pogačarja in Primoža Rogliča je kolesarjenje v naši državi postalo še bolj zanimivo in popularno.
Tudi sami radi kolesarimo. Ko so jutra toplejša, se v šolo namesto z avtobusom raje odpravimo s kolesom. Tudi lansko leto v mesecu maju smo v šolo prišli s kolesom. Pri vračanju iz šole pa nas je v križišču pričakalo neprijetno presenečenje. Ustavila nas je policistka, ker en naš sošolec ni uporabljal kolesarske čelade, ampak je imel obešeno na krmilu. Zahtevala je tudi, da ji pokažemo kolesarsko izkaznico, katere pa vsi nismo imeli s sabo. Takrat nas je samo opomnila, da moramo pri samostojni vožnji s kolesom imeti s sabo kolesarsko izkaznico in da moramo obvezno uporabljati kolesarsko čelado. Dobra dva tedna pozneje pa smo pri vračanju iz šole zagledali in zaslišali policijski avto s prižganimi lučmi in sireno. Opazili smo, da so na „lovu" za našim sošolcem, ki se je bil ponovno brez kolesarske čelade pa še po kolesarski stezi je vozil v napačno smer. Opazila ga je ista policistka. Našemu sošolcu je sicer uspelo pobegniti, ampak mu to ni preveč pomagalo, ker ga je prepoznala in je pozneje prišla kar na dom.
Po teh dogodkih smo začeli razmišljati, kako bi lahko našega sošolca navdušili za uporabo kolesarske čelade. Porodila se nam je ideja, da bi jo mogoče raje uporabljal, če bi bila bolj zanimiva in bi mu zraven varnosti omogočala, da se z njeno pomočjo tudi izrazi. V času, ko je nastajala naša ideja, se je na šolskih stenah pojavilo tudi nekaj grafitov, kar nam je dalo še dodatne zamisli. Nastala je ideja o kolesarski čeladi HelMe, katero si uporabnik oblikuje sam, oblikovano pa lahko tudi pobriše in večkrat spremeni.
Idejo smo najprej predstavili na podjetniških delavnicah naše šole, katere izvajamo pod okriljem Javne agencije SPIRIT Slovenija. Na delavnicah smo predstavili našo idejo, ki je bila zelo dobro sprejeta, zato smo se odločili, da jo nadgradimo in dodelamo. Poiskali smo mentorici, ki sta verjeli v nas in našo idejo ter se lotili raziskovanja.
Najprej smo se seznanili z osnovami kolesarstva in kolesarske opreme. Kmalu smo spoznali, da podjetniške ideje o kolesarski čeladi ne moremo pripraviti brez ustreznega znanja o proizvodnji le-teh, zato smo poiskali nekoga, ki se na to spozna. Nato smo se lotili oblikovanja prototipa našega izdelka in blagovne znamke, kar nam je bilo v pomoč pri pripravi poslovnega modela. Izdelek smo predstavili tudi našim vrstnikom in širši javnosti, ki ga je z navdušenjem sprejela, kar nas je dodatno motiviralo za naše raziskovalno delo.

1.1 Hipoteze

Skozi raziskovalni proces smo imeli v mislih vodila v obliki sledečih vprašanj:
Kako oblikovati kolesarsko čelado, katero si uporabnik sam oblikuje tako, da na zunanjo lupino nekaj nariše ali napiše? Ali bi naši vrstniki bolj pogosto uporabljali kolesarsko čelado HelMe kot klasično? Ali je kolesarska čelada HelMe dobra podjetniška ideja in kakšna bi morala biti cena izdelka, da bi imeli dobiček?
Naš glavni cilj in namen raziskovalne naloge je bil oblikovati prototip kolesarske čelade HelMe, pripraviti predstavitev izdelka in ga opredeliti kot podjetniško idejo. V primeru, da ima ideja potencial, lahko v prihodnosti razmišljamo o vstopu v svet podjetništva.
Na podlagi teh vprašanj smo izpeljali naslednje hipoteze:
H1: S pomočjo dostopnih materialov je mogoče izdelati prototip kolesarske čelade HelMe.
H2: Več kot polovica naših vrstnikov bi si želela imeti kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sama oblikovala.
H3: Cena HelMe kompleta za odrasle bi bila 45 €.
H4: Javnost je naklonjena naši podjetniški ideji.

2. TEORETIČNI DEL

2.1 Kolesarjenje

Kolesarjenje je šport enakosti, ki je primeren za moške in ženske vseh starosti ter otroke (Smith, 2010). Je zdravo za telo, aktivno, ekološko in prijetno. Kolo je eno najbolj priljubljenih prevoznih sredstev, ki daje izredno pozitivne rezultate pri vsakodnevnem in rekreativnem kolesarjenju. Pozitivno vpliva na zdravje, ker izboljšuje telesno kondicijo in zdravstveno stanje ter poskrbi za boljšo vzdržljivost in moč. Z uporabo kolesa lahko pridobimo nekaj časa, saj se lahko znotraj naselja ob gostem prometu gibljemo hitreje kot motorna vozila, hkrati pa lahko privarčujemo nekaj denarja, ker je kolesarjenje najcenejši prevoz (Varno na kolesu, b. d.).

2.2 Kolesarjenje skozi čas

Prvo prevozno sredstvo gnano s človeško močjo, pri čemer je uporabnik izum porival z eno nogo, medtem ko je druga noga varno počivala na hrbtišču, katero je povezovalo obe kolesi, je leta 1690 iznašel Comte de Sivrac. Svojo iznajdbo je poimenoval celerifere (slovensko „hitroidoči"). Toda prvi viden napredek v razvoju je bil dosežen šele leta 1817, ko je nemški baron Karl Drais von Sauerbronn „kolesu" dodal udoben sedež in vodljivo sprednje kolo (Kolesarstvo, b. d.). Izum, ki je kolo še bolj definiral, so bili pedali, ki jih je leta 1839 dodal škotski kovač Kirkpatrick Macmillian. Francoski izumitelj Pierre Michaux je leta 1861 ročico in pedale pritrdil na prednje kolo, in tako je bil rojen velociped, ki je bil ergonomično oblikovan kot „majhen lesen konj". Osem let pozneje je potekala prva dirka velocipedov, ki jo je dobil anglež James Moore. Dirkanje je spodbudilo razvoj hitrejših koles. Prvi dokaz njihovega truda je bila sprememba v povečevanju velikosti prednjega kolesa. Ker je kolesar sedel direktno nad velikim kolesom je bila vožnja nestabilna in nevarna, kar je povzročilo veliko padcev in poškodb. Pogoste nesreče in poškodbe so privedle do razvoja varnega kolesa, ki ga je začel Anglež James Starley. Premer prednjega kolesa je zmanjšal iz 1,5 metra na 76 cm. Po francosko-pruski vojni leta 1870 je cestno kolesarstvo v Evropi zacvetelo in doživelo vrhunec leta 1903, ko je bila rojena dirka Tour de France. Velik razvoj kolesarstva je začasno zamrl ob izbruhu prve svetovne vojne in zaradi razvoja avtomobila (Sidwells, 2003).
Leta 1889 se je serijske proizvodnje v Gradcu lotil Janez Puh iz Sakušaka pri Juršincih. S svojimi kolesi je zaslovel širom Evrope. Njegov svak Franz Neger, ki je leta 1892 s tipom „Neger safety" začel izdelovati kolesa v Mariboru, je bil veliko manj uspešen. Kot največji proizvajalec koles v Sloveniji med obema vojnama se je uveljavil Fran Batjel, ki se je dela izučil v Puhovi tovarni (Zgodovina kolesarstva, b. d.). Po drugi svetovni vojni je postal največji proizvajalec koles na Slovenskem ljubljanski Rog. Ker ni zmogel ustreznega konkurenčnega prehoda v novo generacijo mestnih in gorskih koles, so proizvodnjo koles umaknili leta 1991. Nekaj let so potem še vztrajali s proizvodnjo drugod, dokler jih ni dokončno povozila konkurenca (Tovarna Rog, b. d.).
Danes je po svetu že več kot milijarda koles. V mnogih regijah je to glavni način prevoza.

2.3 Vrste kolesarjenja

Kolesarjenje se deli na štiri glavne oblike: cestno, gorsko, dvoransko in dirkališčno.

2.3.1 Cestno kolesarjenje

Cestno kolesarjenje je lahko rekreativno ali tekmovalno. Za rekreativno je potrebno kupiti nekaj opreme in kolo primerne velikosti. Rekreativni kolesarji kolesarijo po cestah in kolesarskih stezah, kmalu pa lahko kolesar začetnik obvladuje rekreativne vožnje, dolge 30—50 km (Smith, 2010). Večinoma rekreativni kolesarji uporabljajo vsestranska kolesa, morda kar mestna kolesa ali pa osnovna gorska kolesa. Od teh nobeno ni primerno za resno tekmovalno udejstvovanje. Mestna

kolesa so odlična za vsakdanjo vožnjo po mestu, a so veliko preveč okorna in počasna za tekmovanja. Podobne težave imajo vsestranska kolesa, ki so za rekreativce izjemno uporabna, a niso prilagojena tekmovanju in imajo običajno tudi mnoge dodatke, ki bi pri tem motili (Rekreativno in tekmovalno kolesarjenje, b. d.).
V zadnjem desetletju se je veliko rekreativnih kolesarjev odločilo za nakup električnega kolesa, kjer jim pri vožnji pomaga električni motor. S pomočjo računalnika na krmilu kolesa lahko uravnavajo stopnjo pomoči in si tako prilagodijo stil vožnje. Tako se lahko vozijo z manjšo pomočjo po ravnini in malo večjo pomočjo v klanec. Če so do sedaj lahko prekolesarili le 15 kilometrov, lahko z električnim kolesom naredijo turo daljšo od 80 km (Električno kolo, b.d.).

2.3.2 Tekmovalno kolesarjenje

Tekmovalno kolesarjenje poteka po urejenih progah, tudi če ne gre za cestno kolesarjenje. Tekmovalna kolesa so precej drugačna od tistih, ki jih uporabljajo rekreativci, tudi če oboje imenujemo z istim izrazom. Imajo bistveno boljše blaženje, običajno so tudi zavorni in prestavni sistemi iz mnogo višjega kakovostnega razreda. Poleg tega so tekmovalna kolesa bolj vzdržljiva in zanesljiva, da lahko varno prepeljejo kolesarja po vrtoglavih spustih ali velikih razdaljah. Treba je priznati, da so takšna kolesa tudi bistveno dražja, zanje je treba odšteti kar več tisoč evrov, medtem ko osnovna kolesa stanejo veliko manj (Rekreativno in tekmovalno kolesarjenje, b. d.).

2.3.3 Gorsko kolesarjenje

Iznajdba gorskega kolesa je prinesla izvrstne načine za izboljševanje telesne vzdržljivosti, poleg tega pa še izzive na področju spretnosti obvladovanja kolesa na grobem terenu. Večina ljudi ima dostop do terena, ki je primeren za kolesarjenje zunaj urejenih cest in stran od prometa, pogosto so temu namenjena posebna območja. Mnogi se z gorskimi kolesi vozijo po cestah, ker so primerna za večino rekreativnega kolesarjenja, kar pa ne velja za cestna kolesa, ki so primerna le za vožnjo po cestah (Smith, 2010).

2.3.4 Kolesarjenje v manjših zaprtih prostorih

Precej aerobne vzdržljivosti, brez da bi se podali na prosto, lahko pridobimo tudi doma, v telovadnici ali fitnes centru na sobnem kolesu. Omogočajo, da si določimo cilj in ga tudi dosežemo (Smith, 2010).

2.3.5 Dirkališčno kolesarjenje

Dirkališčno kolesarjenje, ki poteka na pokritem ali odprtem kolesarskem dirkališču ali velodromu. Za rekreativnega kolesarja je ta vrsta kolesarjenja le redko izvedljiva. Na dirkališčih je na voljo le nekaj stez, zahtevana je specializirana oprema in svetovanje, zato je najbolj primerno za bolj izkušene in telesno dobro pripravljene kolesarje (Smith, 2010).

2.4 Kolesarska oprema

Glavna namena kolesarske opreme sta varnost in udobje, preostalo so pripomočki, ki lahko poskrbijo za to, da bo kolesarjenje prijetnejše. Med kolesarko opremo sodijo:

- Kolesarska čelada, ki glavo varuje pred resnimi poškodbami v večini vrst nesreč.
- Oblačila, ki poskrbijo za udobje in varnost. Kolesarji pogosto uporabljajo podložene hlače, majico, ki vpija vlago, in rokavice.
- Orodje je pripeto pod sedežem v majhni torbici.
- Bidon in nosilec, ker je vnos tekočine med kolesarjenjem ključen.
- Svetilke in odsevna telesa, ki zagotavljajo vidljivost in varnost.
- Ključavnica za kolo, ki poskrbi, da je kolo zavarovano, ko je parkirano na javnih površinah.
- Kolesarski čevlji, ki jih uporabljajo bolj „resni" kolesarji, ker poskrbijo za večjo učinkovitost na kolesu.

- Očala, ker nudijo zaščito pred soncem, vetrom, prahom in žuželkami.
- Kolesarski števec, ki nam zagotavlja povratno informacijo o naši vožnji in učinkovitosti. (Smith, 2010)

V obvezno opremo kolesa sodijo zvonec, luč za osvetljevanje ceste, zadnja rdeča luč, zadnji rdeči odsevniki, rumeni odsevniki v pedalih, brezhibna zadnja in prednja zavora ter bočni odsevniki (Varno na kolo, b. d.).

2.5 Kolesarska čelada

Kolesarska čelada je del opreme, ki najbolj razdvaja kolesarje: nekaterim je všeč, drugim ne. Razlog, zakaj nekateri kolesarji ne marajo čelad, je v tem, da zdravijo simptom nevarnosti na cesti ne pa vzroka. Glede na pogosto citirano statistiko je večja verjetnost, da se boste poškodovali zaradi padca po stopnicah ali trčenja avtomobila. (Joyce, Reid in Vincent, 1997).
Številke kažejo, da s kolesa v resnici pogosto pademo prav na glavo. Letno v Kliničnem centru Ljubljana obravnavajo približno od 2.000 do 3.000 kolesarjev in med njimi jih je med 35 in 40 % s poškodbami glave. Na Agenciji za varnost prometa opažajo, da je na slovenskih cestah vse več kolesarjev, tako v mestih kot tudi zunaj naselij, tako dnevnih v urbanih središčih kot tudi rekreativnih. In v letih 2017 in 2018 so opazovali pogostnost uporabe kolesarske čelade v Sloveniji. Ugotovili so, da jo med odraslimi uporablja okoli 15 % kolesarjev, pogosteje zunaj naselij in pogostejemoški. Uporabljata jo dve tretjini otrok, najmanj pa so jo nosili mladostniki, in sicer samo v 3,6 %. Po spremembi zakonodaje leta 2016, ko je čelada postala obvezna za vse mladoletne kolesarje, je delež med mladimi narasel na 6,3 odstotka (Uporaba kolesarske čelade, b.d.).
Novodobne zaščitne čelade so se začele uveljavljati v drugi polovici osemdesetih let. Sprva so bile brez plastične prevleke prek poliestirenskega polnjenja. Uveljavljanje je bilo težko, ker so bili prvi primerki zelo neudobni, veliki, neestetski, predvsem pa slabo zračni. Danes velja, da mora biti predvsem varna, omogočati mora dobro zračnost, biti mora udobna za nošenje in dokaj lahka (Penko, 2005). Njena osnovna naloga je absorbirati energijo pri udarcu z drobljenjem in razbitjem. Posledično je čelado po udarcu potrebno zamenjati, ker poškodovana ne služi več svojemu namenu. (Sidwells, 2003)

2.5.1 Sestavni deli kolesarske čelade

Osnovni sestavni deli kolesarske čelade so:
- osnovna lupina, ki je oblikovana aerodinamično, da zmanjšuje upor vetra,
- zračne reže, ki poskrbijo za hlajenje glave,
- pritrjevalni trak, s pomočjo katerega namestimo čelado tesno na glavo,
- notranje oblazinjenje, zaradi katerega se čelada dobro prilega,
- snemljiv vizir, ki preprečuje vdor sončnih žarkov in dežja,
- trak za brado in za ušesi, ki preprečuje premikanje čelade (Sidwells, 2003).

2.5.2 Materiali za izdelavo kolesarske čelade

Materiali, ki so potrebni za izdelavo kolesarske čelade, so:
- Material lupine: Možnih je veliko materialov, osnova je plastika, za kolesarsko čelado je najpogostejša plošča polikarbonata (PC). Te se vakuumsko oblikujejo v svoje oblike.
- Pena: To je tisti del, ki resnično reši glavo. Prvi uporabljeni material je ekspandirani polistiren (EPS), zelo pogost material, ki se uporablja pri embalaži. Uporabljajo še veliko drugih materialov, vendar je penasti material številka ena EPS.
- Trakovi: Za izdelavo se uporabljajo različni materiali, pogosto je to najlon.
- Sistem prileganja, ki vključuje zaponke in kakršne koli nastavitvene mehanizme ali stvari, ki držijo trakove na mestu, je običajno izdelan iz brizgane plastike (Sidwells, 2003).

2.6 Trenutna zakonodaja o nošenju kolesarske čelade

Kolesarska čelada je nepogrešljiv del opreme vsakega kolesarja. Vsak trk ali padec s kolesom lahko povzroči poškodbe glave, ki puščajo trajne posledice. Čelada lahko ublaži posledice poškodbe glave od 40 do 70 %. Kolesar, mlajši od 18 let, mora med vožnjo nositi na glavi pripeto homologirano zaščitno čelado, enako pa velja tudi za otroka, ki se na kolesu vozi kot potnik. Vsem ostalim kolesarjem pa uporabo čelade samo priporočajo (Varno na kolo, b. d.). Prekršek se kaznuje z globo 120 €. (Zakon o pravilih cestnega prometa, b. d.)

3. RAZISKOVALNI DEL

3.1 Raziskovalne metode

3.1.1 Metoda analize virov

Raziskovanje smo pričeli novembra 2021 z zbiranjem knjižne in spletne literature. Za osnovno literaturo smo izbrali knjižno strokovno literaturo, ki se navezuje na kolesarstvo. V začetku smo opredelili pojem kolesarstva. Osredotočili smo se na samo kolesarstvo in razvoj skozi zgodovino. Znanje smo poglobili s spoznavanjem vrst kolesarstva ter kolesarsko opremo. Med kolesarsko opremo smo podrobneje opredelili kolesarsko čelado, ker je to osnova naše raziskovalne naloge. V podporo knjižni literaturi smo poiskali dodatne informacije preko spleta. Tako je nastajalo ogrodje naše raziskovalne naloge. Izbor citirane literature je namenjen zaokroževanju našega raziskovalnega dela in je vezan izključno na izbrano tematiko.

3.1.2 Raziskovalni intervju

Za namen raziskovalne naloge smo opravili intervju s policistko Jelko Ftičar, s soustanoviteljem podjetja Kali Protective (Kali) Bradom Waldromom in solastnico trgovine s kolesarsko opremo Andrejo Bezjak.

3.1.2.1 Raziskovalni intervju z Jelko Ftičar

Ker naša ideja za raziskovalno nalogo izhaja iz dejstva, da mladostniki pri vožnji kolesa zelo redko uporabljamo kolesarsko čelado, kljub temu da je uporaba do 18. leta obvezna, smo za raziskovalni intervju poprosili policistko Jelko Ftičar, ki je vodja policijskega okoliša Krajevne skupnosti Ormož in mesta Ormož. Njeno delo je usmerjeno v skupnost in v sodelovanje z osnovno in s srednjo šolo ter z drugimi lokalnimi organizacijami, predstavlja pa tudi poklic policista. Na Policijski postaji Ormož skrbi za komunikacijo med organizacijami in občani ter policijsko postajo. Intervju smo izvedli 21. januarja 2022 v knjižnici naše šole (Priloga A).

3.1.2.2 Raziskovalni intervju z Bradom Warholom

Ker o svetu proizvodnje kolesarskih čelad ne vemo popolnoma ničesar, je bila naša želja poiskati nekoga, ki se spozna na proizvodnjo in nam lahko poda vse potrebne informacije, da bomo lahko pripravili in razvili našo idejo. Kot prvo smo začeli z iskanjem proizvajalcev v Sloveniji, vendar neuspešno. Kljub temu da se je pojavilo neko ime, nam ni uspelo najti kontaktov. Nato smo med brskanjem po spletu naleteli na spletno stran, na kateri so navedeni vsi proizvajalci kolesarskih čelad od A do Z s kratkimi opisi in njihovi kontakti. Prebrskali smo seznam in pričeli s pisanjem dopisov. Glede na opise smo izbrali proizvajalce ter jim poslali dopise s predstavitvijo naše ekipe raziskovalcev ter prošnjo za sodelovanje in pomoč. Najprej so nam odgovorili s podjetja Scott, vendar so nam poslali samo kontaktne podatke slovenskega uvoznika, kar pa nam ni bilo v veliko pomoč. Nato pa se nam je oglasilo podjetje Kali Protectives, ki ima sedež v Morgan Hillu v Kaliforniji, katerega smo izbrali, ker nas je pritegnila vizija podjetja in njihovimi proizvodi. Predvsem nas je presenetilo, da nam je osebno odpisal soustanovitelj podjetja Brad Waldrom, ki ima v podjetju funkcijo glavnega inženirja in nam prijazno ponudil svojo pomoč. Gospodu Waldromu smo najprej odpisali in se mu zahvali za odzivnost in ga povprašali, če je pripravljen na raziskovalni intervju, da dobimo prepotrebne neposredne informacije o svetu proizvodnje kolesarske čelade. Na naše povabilo se je z veseljem odzval, tako da smo se dogovorili za intervju preko ZOOM aplikacije. Raziskovalni intervju smo naredili 3. decembra 2021 v večernem času preko videokonference Zoom (Priloga B).

3.1.2.3 Raziskovalni intervju z Andrejo Bezjak

Po tem ko je bil prototip kolesarske čelade HelMe pripravljen, smo izvedli raziskovalni intervju še z Andrejo Bezjak. Intervju smo opravili 29. januarja 2022 v trgovini s kolesarko opremo Bike Ek na Ptuju, ki jo imata skupaj z možem že 20 let. Preden smo izvedli raziskovalni intervju smo Andreji

Bezjak predstavili našo idejo in jo prosili, če smemo prototip kolesarske čelade HelMe razstaviti v trgovini, da pridobimo povratne informacije morebitnih kupcev.

3.1.3 Anketiranje

Na spletni strani https://1ka.arnes.si smo oblikovali dva anketna vprašalnika. Vprašanja, zajeta v oba spletna vprašalnika, so bila zaprtega in odprtega tipa ter kombinacija obojega. Prvi anketni vprašalnik (Priloga D) se je navezoval na uporabo kolesarske čelade, drugi pa na našo podjetniško idejo (Priloga E). Preden so anketiranci izpolnili drugo anketo so si ogledali predstavitveni film. Na spletni strani smo prav tako oblikovali grafe.

Slika 1: Koda QR spletnega anketnega vprašalnika (https://1ka.arnes.si/a/a93ef747). Pridobljeno iz QR Code Generator, b. d. Pridobljeno 7. februarja 2022 s https://www.the-qrcode-generator.com/.

Slika 2: Koda QR spletnega anketnega vprašalnika (https://1ka.arnes.si/a/800722d2). Pridobljeno iz QR Code Generator, b. d. Pridobljeno 7. februarja 2022 s https://www.the-qrcode-generator.com/.

Po interpretaciji rezultatov anketnega vprašalnika smo raziskovalci preučili predloge in mnenja anketiranih o naši ideji ter jih upoštevali pri oblikovanju poslovne ideje.

3.1.4 Raziskovalni eksperiment

Da bi preverili, katero čelado bi mladostniki raje izbrali, smo izvedli raziskovalni eksperiment. Ker smo želeli, da bi v eksperimentu sodelovali mladostniki, ki naše ideje še ne poznajo, smo se odločili, da ga izvedemo med učenci 6. razreda. K izbiri skupine je pripomoglo tudi dejstvo, da so to učenci, ki so zadnji pridobili kolesarski izpit in s tem možnost samostojnega kolesarjenja brez spremstva odrasle osebe. Za izvedbo raziskovalnega eksperimenta smo najprej izdelali pet HelMe kolesarskih čelad. V učilnici smo jim nato dodali pet klasičnih kolesarskih čelad. Naključno smo izbrali pet učencev in pet učenk. V učilnici smo pripravili kolesarske čelade in učencem podali navodila, nato pa opazovali izbiranje. Ko so si učenci čelade razdelili, smo se z njimi pogovorili, da bi zbrali povratne informacije o tem, kaj jih je vodilo k izbiri.

3.1.5 Dodatne metode na področju podjetništva

3.1.5.1 Izdelava prototipa kolesarske čelade in priprava idejne zasnove

Po preučevanju literature in opravljenih intervjujih smo bili pripravljeni, da izdelamo logotip, prototip kolesarske čelade HelMe in primerno embalažo. Najprej smo zbrali nekaj kolesarskih čelad, ki niso več v uporabi, da preizkusimo možne načine preoblikovanja zunanje lupine čelade. Glavni namen preoblikovanja zunanjosti je bil, da dobimo kolesarsko čelado, ki ima na obeh straneh enakomerno površino in manj odprtin za zračenje, da bi dobili več površine za oblikovanje. Po nekaj neuspelih poskusih nam je uspelo pripraviti osnovo kolesarske čelade, katero smo prebarvali z akrilnim lakom v spreju in ji dodali logo. Ko je bil prototip izdelan, smo iz kartona oblikovali embalažo. Naslednja faza so bili dodatki naši kolesarski čeladi. Za oblikovanje smo rabili komplet flomastrov, za čiščenje pa čistilne robčke. Na tržišču smo poiskali flomastre, ki so vodoodporni, imajo primerno debelo konico in močne barve. Ko so bili flomastri izbrani, je bila na vrsti izbira snovi, ki bi bila primerna za čiščenje in popravke. Po tem ko smo preizkusili razne že obstoječe čistilne robčke in se nobeni niso najbolje obnesli, smo za pomoč prosili učiteljico kemije. Svetovala nam je, katere snovi so primerne za čiščenje in nam jih dala na preizkušnjo. Z izbranimi čistilnimi robčki smo poslikali testno čelado in se lotili preizkušanja. Vsako snov smo vlili na krpico in jo preizkusili v praksi. Ugotovili smo, da se nekatere snovi obnesejo zelo slabo, druge pa poškodujejo tudi zunanjo lupino čelade. Kljub temu nam je uspelo najti primerno čistilo, ki do čistega počisti tudi črno barvo, ki se je izkazala za najbolj trdovratno, brez da bi naredilo škodo na sami čeladi. Prototip kolesarske čelade HelMe z dodatki in embalažo je bil pripravljen.

3.1.5.2 Javna predstavitev idejne zasnove

Idejo kolesarske čelade HelMe smo zaradi epidemioloških razmer predstavili brez javne predstavitve v živo, ampak smo se odločili, da uporabimo različne medije. Za lažjo predstavljivost naše ideje smo posneli predstavitveni film in ga objavili na šolskem Facebook profilu, kjer smo uporabnike, ki so si film ogledali, zaprosili za kratek komentar. Film smo nato objavili še na kanalu YouTube in na Instagramu, predvajal pa se je tudi na šolski televiziji. Posneli smo ga tako, da je vsebina na nazoren način opisala in predstavila našo idejo. Z namenom predstavitve in zbiranja povratnih informacij pa smo prototip kolesarske čelade HelMe razstavili v trgovini Bike Ek na Ptuju. Članek z opisom naše ideje je izšel tudi Štajerskem tedniku, posneli smo tudi prispevka za Radio Ormož in KTV Ormož.

3.1.5.3 Priprava poslovnega modela in finančnega ovrednotenja

V poslovnem modelu bomo opredelili načine, kako bomo morebitnim kupcev predstavili in dostavili izdelek. Predstavili bomo konkurenčno prednost, edinstveno dodano vrednost ter načrt oglaševanja. Finančno ovrednotenje našega poslovnega modela je razdeljeno na strukturo stroškov in toke prihodkov za prvo leto delovanja. Pri pripravi nam je pomagala Charlotte Fedane, ki je v podjetju Kali Protective zadolžena za mednarodno prodajo. Osnovne informacije pa nam je podal Brad Waldrom, ki nam je svetoval predvsem glede načrtovanja poslovnega modela in nam razložil skrivnosti proizvodnje kolesarskih čelad. Razložila sta nam, kaj vse je zajeto v končni ceni izdelka in nam pripravila osnovne izračune. Preden smo se lotili priprave podjetniške ideje, nismo vedeli ničesar o stroških proizvodnje kolesarske čelade in o ostalih stroških, ki vplivajo na končno ceno izdelka. Brez pomoči bi bilo finančno ovrednotenje veliko težje in zagotovo manj natančno.

4. REZULTATI

4.1 Povzetki in analize intervjujev

4.1.1 Povzetek in analiza intervjuja s policistko Jelko Ftičar

Vprašanja so se navezovala predvsem na opažanja na terenu. Zanimala nas je predvsem uporaba kolesarske čelade**.**
Prvo vprašanje se je nanašalo na že omenjeno raziskavo, v kateri je navedeno, da so ravno mladostniki tisti, ki najredkeje uporabljajo kolesarsko čelado. Zanimalo nas je, ali je temu res tako. Policistka nam je povedala, da je res, da mladostniki zelo redko uporabljajo kolesarsko čelado, opaža pa tudi, da jo v okolici šole uporabljajo bolj pogosto kot izven šolskega območja, popoldne pa je sploh nimajo.
Kot drugo nas je zanimalo, kako in s kakšnimi akcijami policisti nadzirajo uporabo kolesarske čelade. Razložila nam je, da imajo policisti vsake toliko kakšno posebno akcijo. Akcija, s katero nadzirajo kolesarje, se imenuje Kolesarji na cesti. V času te akcije posebej nadzirajo kolesarje in preverjajo uporabo kolesarske čelade. K akciji pa ne sodi samo opozarjanje in kaznovanje kolesarjev, temveč tudi ozaveščanje o pomenu uporabe kolesarske čelade. Povedala nam je, da imajo policisti poseben koledar, na katerem so označene posamezne akcije ter nam obljubila, da nam ob vrnitvi na policijsko postajo pošlje fotografijo koledarja, na katerem bo razvidna akcija Kolesarji na cesti.

Slika 3: Koledar Varno s kolesom. (Ftičar, 2022)

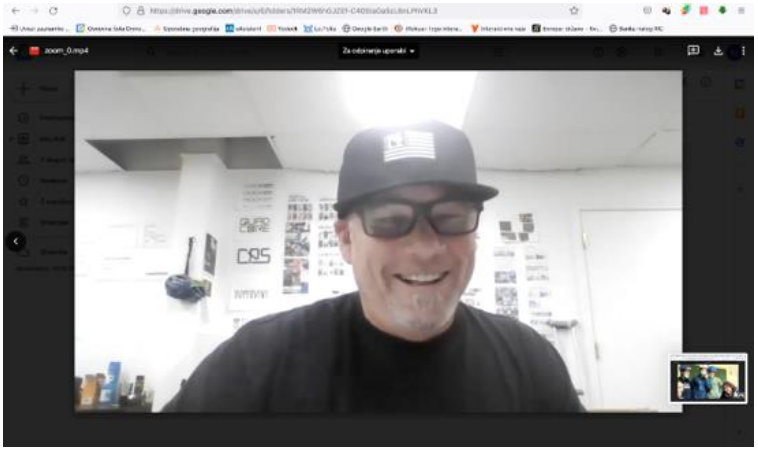
Pri tretjem vprašanju so nas zanimali najpogostejši izgovori kolesarjev, ko jih ustavi policistka in opomni na kršitev, ter ali je že kdaj napisala kakšno kazen. Odgovorila je, da so najpogostejši izgovori, da so čelado pozabili doma, da imajo premajhno ali pa da je zlomljena. Povedala je tudi, da je kazni v višini 120 € že napisala, vendar ne mladostnikom, ampak njihovim staršem, ker je po zakonu tako, da se mladoletnikom kazni ne izreče.
Kot četrto nas je zanimalo, zakaj meni, da je uporaba kolesarske čelade med mladostniki tako zaskrbljujoče slaba, kljub temu da je do 18. leta obvezna. Mnenje policistke je, da je za to krivo neznanje ali neozaveščenost predvsem staršev, da je uporaba kolesarske čelade pomembna. Mladostniki nosijo kolesarsko čelado tako redko zato, ker je kršiti zakon med vrstniki bolj spoštovano kot njegovo upoštevanje. Menijo, da s kolesarsko čelado na glavi niso »kul« in da jim uničuje frizuro. Posledično jih nato sošolci tudi zafrkavajo, če jo uporabljajo. Razlog, da je ne uporabljajo, je tudi v tem, ker jih starši silijo v uporabo, namesto da bi jim razložili, da jo nosijo zase in predvsem zaradi varnosti. Poudarila pa je, da ni dovolj samo imeti na glavi čelado, ampak je zelo pomembna pravilna uporaba.

V petem vprašanju nas je zanimala uporaba med otroci in odraslimi. Policistka ugotavlja, da kolesarsko čelado najpogosteje uporabljajo otroci, predvsem kadar so v spremstvu staršev, odrasli pa jo uporabljajo bolj redko, verjetno tudi zato, ker je uporaba samo priporočljiva in ni obvezna.
Šesto vprašanje se je že navezovalo na našo idejo. Vprašali smo jo, ali meni, da bi mladostniki raje uporabljali kolesarsko čelado, če bi imeli možnost, da si jo sami oblikujejo pa lastnih željah. Povedala je, da je predstavitveni film naše čelade že videla in da bi mladostnike zagotovo pritegnila ideja, da bi kolesarsko čelado porisali ali popisali po lastnih željah, ker bi s tem bili bolj opaženi.
Na koncu smo jo povprašali, če mogoče ve, da je bila ravno ona navdih za našo raziskovalno nalogo. Povedala je, da tega ni vedela in da si šteje v čast, da je njeno delo opaženo in da je pripeljalo tudi do ustvarjalnega razmišljanja. Bila je vesela, da smo jo povabili in se z njo tako sproščeno pogovarjali. Na koncu smo pred šolo naredili še skupno fotografijo.

Slika 4: Mladi raziskovalci s policistko Jelko Ftičar. (Rudolf, 2022)

4.1.2 Povzetek in analiza intervjuja s solastnikom podjetja Kali Protectives Bradom Waldromom

Na raziskovalni intervju smo se pripravili tako, da smo si pripravili raziskovalna vprašanja, s pomočjo katerih bi dobili vpogled v svet proizvodnje kolesarskih čelad. Zanimalo nas je tudi finančno ovrednotenje proizvodnje z ostalimi stroški ter opredelitev končne cene izdelka.
Raziskovalni intervju z Bradom Waldromom smo naredili 3. decembra 2021 v večernem času, preko videokonference Zoom. Kot smo že povedali, je Brad Waldrom soustanovitelj podjetja, danes ima v podjetju funkcijo glavnega inženirja. Že v naprej smo si pripravili nekaj raziskovalnih vprašanj, da bi dobili vpogled v proizvodnjo kolesarskih čelad. Zanimalo pa nas je tudi finančno ovrednotenje proizvodnje z ostalimi stroški ter opredelitev končne cene izdelka.



Slika 5: Brad Waldrom. (Kolar, 2021)

Slika 6: Med intervjujem. (Kolar, 2021)

V prvem vprašanju nas je zanimalo, od kod ideja po ustanovitvi podjetja s proizvodnjo kolesarskih čelad. Brad Waldrom je povedal, da je prišlo do ustanovitve lastne blagovne znamke po naključju. Uspelo mu je zasnovati varno motoristično čelado, potem pa so mu mnogi rekli, da jo naj da na tržišče. Sam sicer trdi, da ga je skrbelo predvsem to, da se ne spozna na marketing in prodajo, naknadno pa je ugotovil, da je težava tudi sama logistika, torej prenos izdelka po svetu.
Drugo vprašanje se je navezovalo na predstavitev blagovne znamke in izdelkov. V odgovoru nam je predstavil začetek podjetja, kateremu je bilo, kot že omenjeno, osnova inovativna motoristična čelada, katere posebnost je, da je narejena iz enega kosa, kar jo naredi veliko bolj varno. Razloži nam, da so se z ekipo hitro naučili, kako narediti čelado, ki bo učinkoviteje razpršila energijo in jo naredila lažjo. Pove, da ima teža vpliv tudi na učinek.
Kot tretje nam je predstavil podjetje z vidika zaposlenih in profile poklicev, ki jih zaposleni opravljajo. Podjetje Kali ima zaposlenih okrog 20 ljudi, partnerska tovarna, v kateri izdelujejo čelade, ima na tisoče zaposlenih. Navedel je profile poklicev, ki jih zaposlujejo, in njihovo delo v podjetju.
Četrto vprašanje se je navezovalo na proizvodnjo kolesarske čelade. Zanimalo nas je, kaj je najpomembnejše pri oblikovanju, in odgovor je bil, da je to varnost. Varnost je vedno na prvem mestu, ko začnejo razmišljati o novem dizajnu, hkrati pa sta pomembna tudi videz in udobje. Tudi najbolj varne čelade si uporabnik ne bo nadel, če mu zunanja podoba ne bo ustrezala ali če bo neudobna. Misel, ki smo si jo najbolj zapomnili, je da je najvarnejša čelada tista, ki smo jo pripravljeni nadeti na glavo.
V petem vprašanju nas je zanimalo, kaj je posebnega na kolesarski čeladi njegovega podjetja in v čem se razlikujejo od drugih čelad na tržišču. Brad Waldrom je povedal, da je njihova prednost v nenehnem razvoju in v raziskovanju novih materialov in postopkov. Sodelujejo z univerzami in njihovimi profesorji v iskanju boljših načinov za zmanjšanje možganske travme v primeru nesreče. Izpostavil je, da so na trgu najbolj znani po tem in da je na to najbolj ponosen.
V šestem vprašanju smo dobili odgovor na vprašanje o materialih, ki so potrebni za izdelavo kolesarke čelade. Naučili smo se, da je zunanja lupina lahko iz raznih materialov, katerih osnova je plastična masa. Najpogosteje se uporablja polikarbonat ali PC, ki se vakuumsko oblikuje v željeno obliko. Del čelade, ki reši glavo, je pena, ki je pogosto iz ekspandiranega poliestra. Za pritrjevalne trakove se uporabljajo različni materiali, pogosto tudi najlon. Podjetje Kali uporablja tudi material iz recikliranih plastenk za vodo, saj pazijo tudi na okolje. Sistemi, ki vključujejo zaponke in druge nastavitvene mehanizme, so iz brizgane plastike.
Sedmo in osmo vprašanje sta se navezovali na ceno izdelave kolesarske čelade in stroške, ki so s ceno povezani. Izvedeli smo, da obstaja splošno pravilo, da mora biti cena končnega izdelka v trgovini enaka ceni izdelave, ki jo pomnožiš s 4. Če stane izdelava 10 $, bo končna cena znašala 40 $. Ceno kolesarske čelade določi vse, kar se z njo zgodi po izdelavi od transporta, plačila trgovcev, zaslužka trgovin, sponzoriranje športnikov, reklame. Pove, da ceno lahko spremeni internet. Če te ljudje opazijo in kupijo izdelek preko interneta, je končna cena lahko nižja zaradi nižjih stroškov. Včasih je to lažji način, vendar ne smemo pozabiti na konkurenco, ki se tudi trudi biti opažena. Kali proda 97 % svojih

kolesarskih izdelkov preko trgovin s kolesarsko opremo in samo 3 % na spletu, medtem ko je pri prodaji motoristične opreme ravno obratno. Cena izdelave pa je povezana z zapletenostjo orodja in pripomočkov, ki so potrebni za izdelavo. Če ima čelada malo lukenj, je cena nižja, če jih ima več in je bolj zahtevna, je višja, ker je za izdelavo potreben bolj zahteven kalup.

Slika 7: Primer enostavne in zahtevne čelade. (Waldrom, 2021)

Zanimalo nas je tudi, kakšen pristop ubrati pri oglaševanju izdelka. Brad Waldrom nam je pojasnil, da se je oglaševanje dandanes preselilo na splet, ker lahko z manj denarja dosežeš veliko večji učinek, če oglašuješ preko TikToka, Instagrama in drugih kanalov ter socialnih omrežij. Brez velikih stroškov so še vedno učinkoviti Google in drugi iskalniki, za razliko od tradicionalnega oglaševanja v revijah in na televiziji.

Preden smo zastavili zadnja tri vprašanja, smo mu predstavili idejo kolesarske čelade HelMe. Kot prvo nas je zanimalo mnenje o našem izdelku. Ideja se mu je zdela zelo dobra. Meni, da je najboljša čelada tista, ki si jo želiš nositi na svoji glavi. Ideja, da smo ustvarili čelado, ki jo želimo dizajnirati tako, da bi jo nosili naši prijatelji, se mu zdi fantastična in jo v celoti podpira. V njegovem podjetju porabijo ure in ure časa v ustvarjanju dizajnov čelad v upanju, da bodo ljudje čelade nosili. To, da bi ljudje čelado dizajnirali sami, se mu zdi odlična ideja.
Intervju smo zaključili z morebitnimi nasveti za naše nadaljnje delo. Predlagal nam je, da bi čelade kupovali že narejene, ker je veliko ceneje, kot če bi sami izdelali kalup čelade, ga patentirali in nato dali v proizvodnjo, predvsem zato ker potrebujemo čelado, ki ima veliko prostora za risanje. Posebej nas je opozoril, da je vedno dražji in zahtevnejši del transport izdelka od tovarne in kasneje do končnega uporabnika. Predlagal nam je, da na spletu poiščemo znamko Thousand iz ZDA, ker so odlični na področju marketinga na socialnih omrežjih. Njihova čelada ni nič posebnega, a so odlični promotorji, predvsem na socialnih omrežjih. Od njih bi se lahko veliko naučili. Poudaril je, da je pomembno, da se učimo od drugih in da ni nič narobe, če pogledamo, kaj je bilo na področju že narejenega. Ideje drugih lahko nadgradimo ali izpeljemo po svoje, kar je opredelitev originalnosti. Svetoval nam je, da sledimo zgodbi, ker imajo ljudje radi zgodbe. Ljudem naj ponudimo čelado, ki jo bodo želeli nositi, ne da bi se zavedali, da so tako bolj varni na kolesu.
Intervju smo končali z vprašanjem, ali bi bili pripravljeni poslovati z nami. Odgovoril je, da se je naučil, da biti v poslu ni lahko, a je imel veliko pomoči. „Morebitno sodelovanje mora imeti smisel, a, če ne začneš pogovora, nikoli ne veš. Zato se zaenkrat še naprej pogovarjamo".

4.1.3 Povzetek in analiza intervjuja z lastnico športne trgovine Andrejo Bezjak

Vprašanja v intervjuju so se navezovala predvsem na prodajo kolesarskih čelad in na kupce. Prvo vprašanje se je navezovalo na začetke trgovine. Andreja Bezjak nam je povedala, da sta z možem trgovino odprla po naključju in iz potrebe po bolj bogati ponudbi na Ptuju.

Pri drugem vprašanju smo izvedeli, da prodajajo kolesa in vso potrebno dodatno opremo ter oblačila. Nudijo pa tudi nekaj dodatnih storitev, med drugim tudi servis smuči.
Tretje vprašanje se je navezovalo na ponudbo kolesarskih čelad, ki jih imajo v trgovini. Gospa Andreja nam je naštela znamke kolesarskih čelad, ki jih je pri njih moč kupiti in glede na kaj se za njih odločajo.
Četrti in peti odgovor smo dobili na vprašanji, kaj je kupcem pri nakupu nove kolesarske čelade najbolj pomembno. Povedala nam je, da so njihovi kupci v veliki večini rekreativni kolesarji, katerim je pri izbiri najbolj pomembna varnost, na drugem mestu pa sta dizajn kolesarske čelade in barva, manj pomembna se jim zdi cena. Če je kupec mladostnik, sta na prvem mestu dizajn in barva.
V šestem in sedmem vprašanju so nas zanimale reakcije strank na našo čelado in njeno mnenje o naši ideji. Izvedeli smo, da so stranke našo čelado opazile predvsem zato, ker je drugačna od ostalih v trgovini, zato so jo pogosto vzeli v roke in jo pogledali. Nekatere je zanimalo, če se jo že kupi poslikano. Stranke so kot pozitivno navedle to, da lahko zunanjo podobo večkrat spremeniš. Andreja Bezjak nam je svetovala, da bi najbolj koristne povratne informacije dobili, če bi čelado razstavili na Poli maratonu, ker se tam zbere ogromno rekreativnih kolesarjev. Njej osebno se kolesarska čelada HelMe zdi zanimiva, nam pa težko pove, če jo bodo kupci globalno sprejeli.
Kot zadnje nas je zanimalo, če bi si želela, da ji njen otrok nekaj nariše na čelado. Povedala nam je, da bi ji to bilo všeč, ko so njeni otroci bili še mlajši, ter nam predlagala, da bi h kompletu dodali še nalepke.

Slika 8: Mladi raziskovalci z Andrejo Bezjak. (Rudolf, 2022)

4.2 Analiza anket

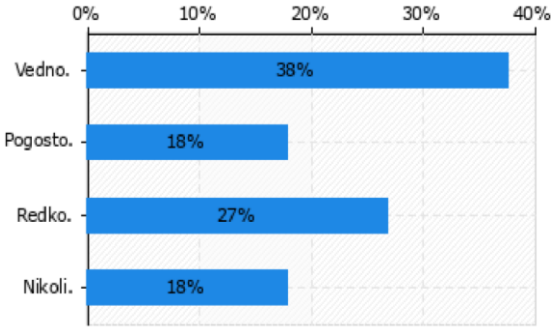
4.2.1 Struktura anketiranih

Tabela 1: Anketirani glede na šolo in spol

			Spol:	
Šola:	Skupaj		M	Ž
OŠ Ormož	68	61 %	34	34
OŠ Miklavž pri Ormožu	19	17 %	12	7
OŠ Središče ob Dravi	25	22 %	11	14
Skupaj	112	100 %	57	55

Spletni anketni vprašalnik je izpolnilo 112 učencev 8. in 9. razreda OŠ Ormož, OŠ Miklavž pri Ormožu in OŠ Središče ob Dravi. 61 % (68 učencev) je bilo iz OŠ Ormož, od tega 34 fantov in 34 deklet, 17 % (19 učencev) OŠ Miklavž pri Ormožu, od tega 12 fantov in 7 deklet, in 22 % (25 učencev) OŠ Središče ob Dravi, od tega 11 fantov in 14 deklet. Za učence 8. in 9. razreda smo se odločili, ker so to naši vrstniki, ki so stari 13 in 14 let in naša ciljna skupina.

4.2.2 Uporaba kolesarske čelade med našimi vrstniki



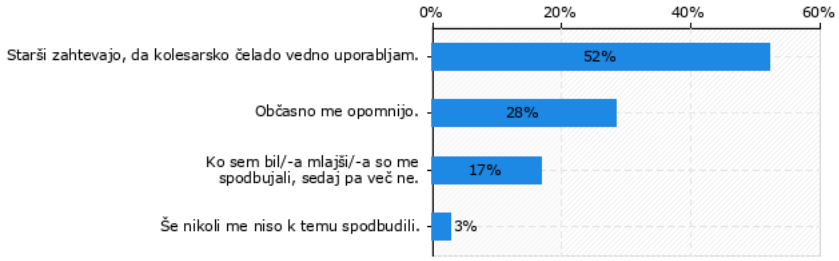
Slika 9: Uporaba kolesarske čelade med vrstniki

56 % učencev je zapisalo, da kolesarsko čelado uporabljajo vedno oz. pogosto, od tega 38 % anketiranih učencev kolesarsko čelado pri vožnji kolesa uporablja vedno in 18 % anketiranih učencev pogosto.
Vsi anketirani so kot najpogostejši razlog za uporabo kolesarske čelade navedli varnost, kar se kaže tudi v besednih zvezah, kot so: nočem si razbiti glave (40 % anektiranih), nočejo se poškodovati (35 % anketiranih). Odgovori, ki so jih navedli anketirani učenci, so še, da kolesarsko čelado nosijo zaradi policistov, da to od njih to zahtevajo starši, v čeladi izgledajo „kul" ...
18 % anketiranih učencev kolesarske čelade pri vožnji s kolesom ne uporablja oz. jo uporablja le redko (27 %). Najpogostejši odgovor za občasno uporabo ali neuporabo kolesarske čelade, ki so ga navedli: ker mi gre na živce in izgledam čudno (30 %). Drugi odgovori, ki so jih navedli kot razlog za neuporabo kolesarske čelade so: ne da se mi, je nimam, ne vidim potrebe, uničim si frizuro, na daljše razdalje jo nosim, drugače pa ne, ne rabim je, ker sem previdna, imam rada, da mi lasje plapolajo v vetru, ne želim je nositi, ker se v čeladi potim, se ne vozim s kolesom, imam skuter ...

4.2.3 Kateri je glavni namen kolesarske čelade?

Vsi anketirani učenci so kot glavni namen kolesarske čelade navedli varnost.

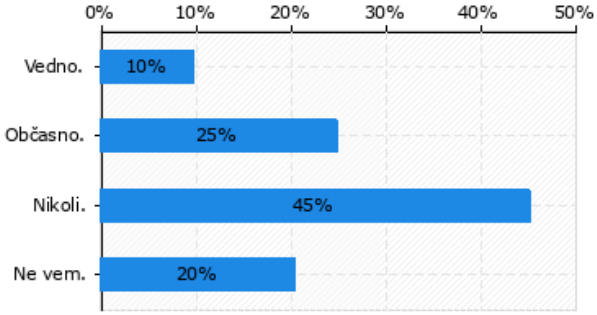
4.2.4 Vzpodbujanje s strani staršev k uporabi kolesarske čelade



Slika 10: Ali te starši spodbujajo k uporabi kolesarske čelade?

Kar 52 % staršev anketirane vrstnike spodbuja k uporabi kolesarske čelade, 28 % staršev anketirance občasno opomni. Starši so odgovorno opravljali svojo nalogo, ko so bili anketiranci mlajši, saj je 17 % anketiranih odgovorilo, da so jih starši spodbujali k uporabi kolesarske čelade, ko so bili mlajši, sedaj pa več ne. Samo 3 % anketiranih so odgovorili, da jih še nikoli niso spodbudili k uporabi kolesarske čelade.

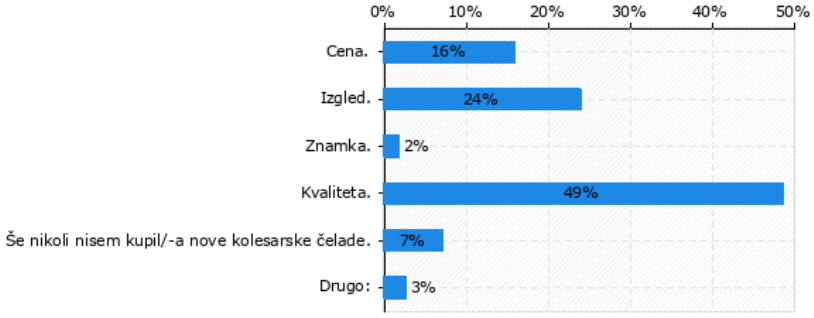
4.2.5 Uporaba kolesarske čelade med starši



Slika 11: Uporaba kolesarske čelade med starši.

Samo 10 % staršev pri vožnji s kolesom uporablja kolesarsko čelado. Občasno si kolesarsko čelado nadene 25 % staršev, 45 % staršev pa kolesarske čelade pri vožnji s kolesom nikoli ne uporablja. 20 % anketiranih učencev je odgovorilo, da ne vedo, ali starši pri vožnji s kolesom uporabljajo kolesarsko čelado.

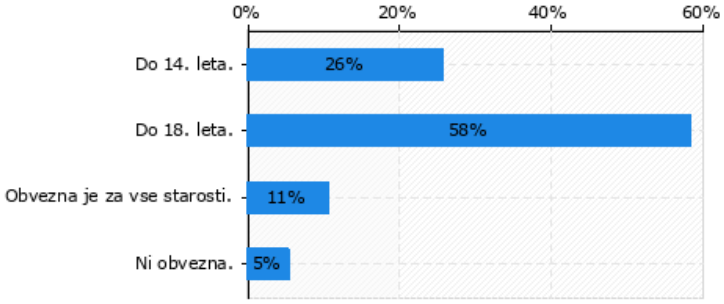
4.2.6 Kriteriji ob nakupu nove kolesarske čelade



Slika 12: Kriteriji ob nakupu nove kolesarske čelade.

49 % vseh anketiranih je odgovorilo, da jim je kvaliteta najpomembnejša. Sledi izgled (24 %) in nato cena (16 %). Samo 7 % anketiranih kolesarske čelade še nikoli ni kupilo.

4.2.7 Trenutna zakonodaja



Slika 13: Do katerega leta je kolesarska čelada obvezna?

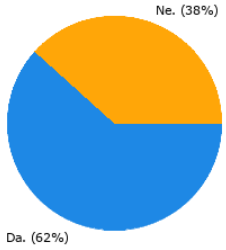
Da je uporaba kolesarske čelade obvezna do 18. leta starosti, se zaveda 58 % vseh anketiranih. 26 % anketiranih meni, da je kolesarska čelada obvezna do 14. leta. 11 % anketiranih meni, da je kolesarska čelada obvezna za vse starosti.

4.2.8 Mnenje o kolesarski čeladi HelMe

Slika 14: Ali se ti zdi naša ideja dobra?

80 % anketiranih meni, da je naša ideja dobra, 20 % anketiranih se naša ideja ne zdi nič posebnega.

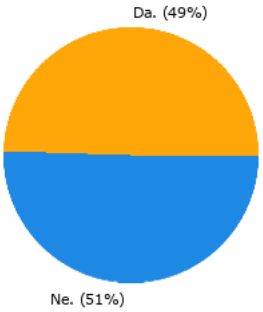
4.2.9 Ali bi tudi sam/-a imel/-a kolesarsko čelado, katero bi lahko sam/-a po svojih željah oblikoval/-a?



Slika 15: Ali bi imel kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sam oblikoval?

Kar 62 % anketiranih je odgovorilo, da bi imeli kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sami oblikovali. 38 % anketiranih take čelade ne bi imelo.

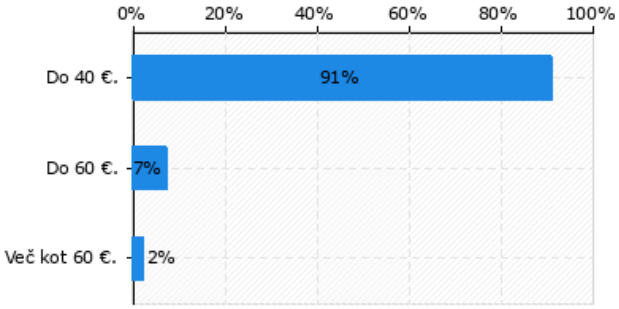
4.2.10 Uporaba HelMe čelade pri vožnji s kolesom



Slika 16: Bi uporabljal čelado HelMe?

Anketirani so se razdelili skoraj na polovico. 51 % anketiranih nima želje, da bi pri vožnji s kolesom uporabljali kolesarsko čelado HelMe, 49 % bi predstavljeno čelado raje uporabljalo, kot običajno.

4.2.11 Pomembnost cene kolesarske čelade HelMe



Slika 17: Koliko bi bil pripravljen plačati za čelado HelMe?

91 % anketiranih bi bilo pripravljeno plačati do 40 €, 7 % anketiranih je pripravljeno plačati do 60 €, le 2 % sta za kolesarsko čelado pripravljena plačati več kot 60 €.

4.2.12 Dodatni predlogi in komentarji

17 % anketiranih je odgovorilo, da: je naša ideja OK, da nimajo kaj za dodati, da ne bi nič dodali, da je popolna. 11 % anketiranih je predlagalo, da bi dodali več robčkov, 9 % anketiranih bi dodalo več flomastrov. 5 % anketiranih je predlagalo nižjo ceno, okoli 20 €.
Drugi predlogi anketiranih so bili:

- zraven flomastrov bi dodali še vodoodporno nalepko,
- dodali bi knjigo z idejami za poslikavo čelade,
- na čelado bi dodali zadnjo luč, da bi bil ponoči bolj viden,
- dodajte nalepke za tiste, ki nimajo žilice za risanje,
- lahko bi dodali voodporne tatooje,
- morda dodate nalepko HelMe,
- dodajte nalepke za čelado, npr: fortnite, roblox, minecraft.

4.3 Analiza raziskovalnega eksperimenta

Raziskovalni eksperiment smo izvedli v sredo, 2. februarja 2022. Izvedli smo ga v učilnici naše šole. Najprej smo v učilnici pripravili 5 HelMe kolesarskih čelad in 5 klasičnih. Nato smo naključno izbrali 5 učenk iz 6. a razreda in 5 učencev iz 6. b razreda. Učence smo razdelili v 2 skupini, tako da so bile v 1. skupini 4 učenke in 1 učenec, v 2. skupini pa 4 učenci in 1 učenka. Drugo skupino smo peljali v knjižnico, prvo pa v sosednjo učilnico. Skupni smo ločili zato, da se med izvajanjem raziskovalnega eksperimenta ne bi srečali.
Prvi skupini smo nato dali ustna navodila. Povedali smo jim, da se odpravljamo na kratko kolesarjenje v okolici šole, da preizkusimo nova šolska kolesa. Še preden pa se bomo odpravili na kolo, si morajo izbrati kolesarsko čelado, ki jo bodo uporabili. Peljali smo jih v učilnico s pripravljenimi kolesarskimi čeladami in opazovali izbiro. Ko so končali z izbiro, so si izbrano čelado nadeli na glavo in sedli na pripravljene stole, da smo zbrali povratne informacije o njihovi izbiri. Ko je prva skupina zaključila, smo k sodelovanju povabili še drugo skupino.

Slika 18: Skupina 1 pri izbiri čelade. (Šuen, 2022)

Slika 19: Skupina 2 z izbrano čelado. (Šuen, 2022)

Po končanem praktičnem delu smo analizirali podatke in jih zbrali v tabelo.

Tabela 2: Primerjava izbire učenk in učencev med kolesarsko čelado HelMe in klasično.

	Št. učenk	Št. učencev	Izbira učenk		Izbira učencev	
			HelMe	Klasična	HelMe	Klasična
1. skupina	4	1	3	1	1	/
2. skupina	1	4	1	/	2	2
Skupaj:	5	5	4	1	3	2

Ugotovili smo, da je 70 % vseh sodelujočih učencev izbralo kolesarsko čelado HelMe, 30 % učencev pa klasično. Pogosteje so jo izbrale učenke, in sicer v 80 %, medtem ko so jo učenci izbrali v 60 %. Učenci, ki so izbrali kolesarsko čelado HelMe so povedali, da so jo izbrali, ker se jim zdi zanimiva in drugačna, medtem ko so učenci, ki je niso izbrali, kot najpogostejši razlog navedli, da se jim je zdela čudna in nenavadna.

4.4 Izdelava prototipa in predstavitev izdelka

4.4.1 Oblikovanje logotipa in slogana naše blagovne znamke

Ker je za predstavitev izdelka na tržišču zelo pomemben logotip, smo najprej preučili, kaj je logotip in kaj je pri oblikovanju pomembno. Spoznali smo, da je logotip ali logo vizualna prezentacija podjetja, organizacije ali blagovne znamke. Je ime, simbol, monogram, znak, znamka ali katerakoli druga oblika, ki je oblikovana za lažjo in zanesljivo prepoznavnost podjetja pri ciljani skupini ljudi. Na ljudsko miselnost deluje sprožilno, saj nas podzavesti lahko spomni na neko preteklo izkušnjo. Sama po sebi je najlažja pot za promocijo nekega posla, ker opisuje podjetje brez dolge razlage. Dobro izdelani logotip pomaga podjetju povečati vidnost in prepoznavnost, kar pa se bo seveda poznalo tudi na končni prodaji. Dober logotip ne sme biti preveč kričeč in kompliciran ter ne sme vključevati preveč informacij. To lahko namreč na kupce vpliva negativno. Logotip in njegov namen morata biti razpoznavna takoj. Glede na to, da logotip uporabljamo povsod, kjer se pojavlja ime podjetja (tiskovine, embalaža, splet ...), se priporoča, da ta ni preveč bogato opremljen z ilustracijami in barvami. Kot takega ga namreč ni možno uporabljati povsod, v vseh aplikacijah celostne grafične podobe. Design logotipa podjetja bi zato, da izstopa iz povprečja, moral biti unikaten (Kaj je logotip, b. d.).

Nato smo se lotili risanja in po nekaj poizkusih je nastal logo za kolesarsko čelado. Ime izdelka je sestavljeno iz okrajšav dveh besed. Prva beseda je Helmet, ki je angleška beseda za čelado, druga beseda pa je Me, kar pomeni jaz. Besedi smo združili v eno in dobili besedo HelMe. Besedo Hel smo obarvali v rumeno-oranžen odtenek, ker je to barva sonca, kolesarjenje pa je gibanja na prostem v sončen vremenu. Besedo Me pa smo obarvali rdeče, ker je rdeča barva strasti, tako kot je marsikdo strasten kolesar.

Slika 20: Logotip. (Šuen, 2021)

Naslednji korak je bil priprava slogana. Najprej smo spoznali, kaj slogan je in kaj je pomembno, da je slogan dober. Je fraza ali nekaj besed, razporejenih na poseben način, ki najbolje v nekaj besedah, običajno 5–7, opiše identiteto podjetja, določenega izdelka ali storitve in apelira na čustva. Dober slogan je učinkovit način oglaševanja in, če se ga dobro izkoristi, popolno prodajno orodje, že skoraj orožje. Cilj je, da doseže TOP (top of mind), da se zasidra v glavi vaših strank. Zasnovan mora biti tako, da vzbudi radovednost in ga opazijo ter si ga zapomnijo, še preden se za to odločijo.
Kako vemo, da je slogan dober?

- Zlahka se ga zapomni. Je kratek, preprost, včasih duhovit in se prilega podjetju, izdelku ali storitvi.
- Ima prijazen ton in ustvarja pozitivno podobo podjetja, storitve ali izdelka. Vključuje pozitivne in prepričljive besede.
- Predstavlja glavno korist podjetja ali izdelka. S preprostim branjem nekaj besed bo stranka vedela, kaj lahko prejme z nakupom izdelka ali uporabo storitve.
- Že sam slogan lahko točno pove, kaj vas loči od konkurence. Znamenit primer sta slogana podjetij za najem avtomobilov, Hertza in Avisa. Hertz – We are No. 1 (Mi smo št. 1) in Avisov odziv Avis – We try harder (Mi se še bolj potrudimo) (Slogan, b. d.).

Za slogan našega izdelka smo izbrali besedno zvezo: HelMe, kolesarska čelada, ki je resnično tvoja. V primeru tiskanih oglasov (ko bi bila zraven slika izdelka) bi uporabi krajšo verzijo: HelMe, resnično tvoja. S tem sloganom želimo poudariti, da si to čelado kupec lahko oblikuje po lastnih željah in s tem dobi unikatno in edinstveno čelado, ki je potem res samo njegova in prepoznavna.

4.4.2 Izdelava prototipa

Za izdelavo prototipa kolesarske čelade HelMe je bilo potrebno najprej izdelati kolesarsko čelado, ki bila bi od strani in spredaj bolj zaprta. Bolj zaprto čelado smo rabili, da bi bilo na čeladi več praznega prostora za oblikovanje in da bi se oblikovano bolj razločno videlo. Pozneje smo izvedeli, da bolj zaprta čelada zmanjša tudi ceno proizvodnje, ker je potreben manj zahteven kalup, kar ima tudi pomen za podjetniški del naše raziskovalne naloge.
Za začetek smo zbrali nekaj rabljenih kolesarskih čelad, ki jih naši sošolci več ne rabijo. Ugotovili smo, da je zunanja lupina večinoma polna raznih vdolbin in zračnih rež. Za izdelavo prototipa je bila potrebna bolj zaprta čelada, zato smo se odločili, da jo izdelamo. Najprej smo vadili na odpadnih čeladah, da smo naštudirali tehniko in preizkusili materiale. Potrebovali smo material, s katerim bi zapolnili nekaj zračnih rež tako, da bi zunanja površina ostala gladka. Predlagali so nam, da za polnjenje uporabimo poliuretansko peno, ker se ob nanosu poveča, ko je suha, pa jo enostavno odrežeš in zbrusiš. Kupili smo peno in se lotili preizkušanja. Ko je bila pena suha, smo jo odrezali s tapetniškim nožem in površino pobrusili. Spoznali smo, da poliuretanska pena ni najbolj primerna, ker se je pri brušenju poškodovala tudi zunanja lupina čelade, na zaprtih zračnih režah pa so bili vidni mehurčki od pene.
Mentorica nam je predlagala, da za zapolnitev rež uporabimo papirno maso in Mekol lepilo. Spomnili smo se, da smo že pred leti za oblikovanje pustne maske kaširali balon, za kaširanje pa uporabili papir in Mekol lepilo. Že takrat smo ugotovili, da je ta kombinacija zelo trda, gladka in odporna, ko se posuši. Prototip kolesarske čelade HelMe bi naredili na osnovi čelade, ki je narejena v skladu z evropskimi standardi in ima potreben certifikat, zato nas ni skrbelo, da bi z zapiranjem nekaterih stranskih in prednjih zračnih rež vplivali na najbolj pomembno funkcijo čelade, ki je varnost. Najprej smo mešanico preizkusili na odpadni čeladi, nato pa smo enako naredili na novi kolesarski čeladi.

Slika 21: S kaširanjem zapolnjene zračne reže. (Rudolf, 2022)

Ko nam je uspelo zapolniti nekaj zračnih rež tako, da je površina ostala dokaj gladka, smo zunanjo lupino pobarvali z akrilnim lakom v spreju. Tako smo dobili zunanjo lupino, ki je ustrezala našim željam. Zadaj smo nato dodali samo logo naše znamke.

Slika 22: Lakiranje čelade. (Rudolf, 2022)

4.4.3 Oblikovanje embalaže

Beseda embalaža označuje omot, nosilec in vse tisto v kar izdelek zavijemo, polnimo, vstavimo, pripravimo oziroma kakorkoli pakiramo. Glavni pomen, zaradi katerega se izdelki pakirajo v embalažo, je to da bi se jim ohranila vrednost oziroma da se med prevozom ne bi poškodovali ali izgubili prvotne oblike. Je neločljiv del izdelka, ne samo zaradi njegove zaščite in izboljšane uporabnosti, ampak predvsem zaradi zagotavljanja celovite predstave o izdelku. Osnovno vlogo embalaže so kmalu zamenjale druge vloge. Postala je orodje z neomejenimi komunikacijskimi zmožnostmi (Ramljak, 2015).

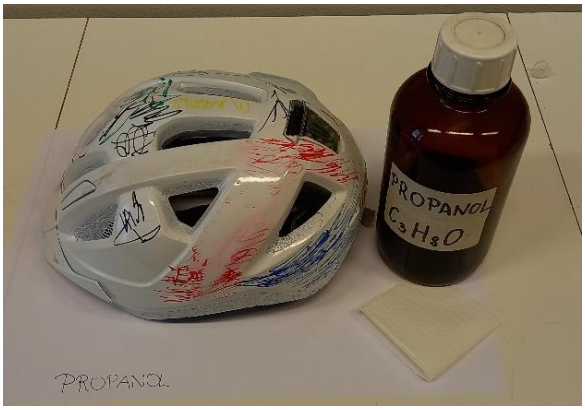
Embalažo smo oblikovali iz že obstoječe embalaže za kolesarsko čelado, ki je oblikovana tako, da je del izdelka viden. Želeli smo, da je embalaža popolnoma iz kartona, brez dodane plastike, ker je to za okolje bolj prijazno. Za osnovo smo izbrali belo barvo. Na sprednjo stran smo dodali logo in kratko različico slogana, zadaj pa smo pripravili kratek opis izdelka.

Slika 23: Prva stran embalaže. (Boj, 2022)

Slika 24: Zadnja stran embalaže. (Boj, 2022).

4.4.4 Čistilni robčki

Da bi uporabnikom zagotovili, da bodo napisano ali narisano lahko pobrisali in oblikovali na novo ali samo popravili malenkosti, je bilo potrebno poiskati rešitev za čistilne robčke. Rabili smo robčke, ki bi z zunanje lupine počistili vse barve, brez da bi jo poškodovali. Najprej smo preizkusili čistilne robčke, ki so na voljo v trgovinah. Ti so barvo samo razmazali, pobrisati do čistega pa se je ni dalo. Kmalu smo ugotovili, da bodo največji problem temne barve (črna, modra in zelena), ker se jih počisti najtežje. Svetle barve so se pobrisale dokaj dobro, medtem ko so temne pustile močne sledi. Za pomoč in nasvet smo prosili učiteljico kemije. Svetovala nam je, da naj preizkusimo sledeče alkohole: 10 % etanol, aceton, metanol, 96 % etanol in propanol. Kupili smo paket čistilnih robčkov in jih posušili na zraku tako, da nam je ostala samo suha osnova. Z vsakim alkoholom posebej smo navlažili čistilne robčke in jo preizkusili na čeladi. Opazovali smo, kako dobro počisti svetle in temne barve ter ali poškoduje zunanjo lupino.



Slika 25: Preizkušanje alkoholov. (Boj, 2022)

Tabela 3: Tabela preizkušanja snovi za čistilne robčke.

Snov	Očisti svetle barve	Očisti temne barve	Poškoduje zunanjo lupino
Etanol 70 %	Delno	Slabo	Ne
Aceton	Barvo razmaže	Barvo razmaže	Ne
Metanol	Ni učinka	Ni učinka	Ne
Etanol 96 %	Da	Da	Da
Propanol	Da	Da	Ne

Ugotovili smo, da je za čiščenje vodoodpornih flomastrov najbolj primeren propanol ali propan-1-ol. Ta je odstranil svetle in temne barve, brez da bi poškodoval zunanjo lupino čelade.

4.4.5 Predstavitev izdelka ali podjetniške ideje

Kolesarska čelada HelMe je izdelek, ki bo dobavljiv v kompletu. Komplet bo sestavljen iz kolesarske čelade, petih kompletov čistilnih robčkov in paketa vodoodpornih flomastrov. Celoten komplet bo dobavljiv v ustrezni embalaži.

Slika 26: HelMe komplet. (Šuen, 2022)

Bistvo čelade HelMe je, da si jo uporabnik oblikuje po lastnih željah. Za oblikovanje uporabi priložene flomastre, za morebitne popravke p priložene čistilne robčke.

Slika 27: Oblikovanje čelade. (Šuen, 2022)

Ko je čelada oblikovana, je pripravljena za uporabo pri kolesarjenju ali vožnji s skirojem. Ko se uporabnik naveliča določene zunanje podobe, jo lahko enostavno zbriše in oblikuje ponovno. S priloženimi čistilnimi robčki bo mogoče oblikovanje spremeniti petkrat. Če bo uporabnik želel videz spremeniti večkrat, bo lahko čistilne robčke dokupil posamezno. Posamezno bo mogoče dokupiti tudi komplet flomastrov.

Slika 28: HelMe na glavi kolesarja. (Boj, 2022)

Slika 29: Kolesar s čelado HelMe. (Boj, 2022)

4.4.6 Priprava poslovnega modela in finančnega ovrednotenja

4.4.6.1 Opredelitev problema

HelMe kolesarska čelada bi reševala problem uporabe kolesarske čelade pri mladostnikih in tudi pri odraslih. Po že omenjeni raziskavi je njena uporaba predvsem pri mladostnikih zaskrbljujoča.
S kolesarsko čelado HelMe bi želeli rešiti ta problem s tem, da bi kupcem omogočili, da si sami oblikujejo lastno kolesarsko čelado. S tem ne bi bila več samo del kolesarske opreme, ampak bi

postala modni dodatek. Uporabnik bi postal prepoznaven in poseben, še vedno pa bi poskrbel za osnovni namen kolesarske čelade, ki je varnost.

4.4.6.2 Obstoječe alternative

Na trgu je ogromno različnih kolesarskih čelad različnih proizvajalcev. Na prvi pogled so si zelo podobne, ločijo jih samo napisi blagovnih znamk in nekaj okrasnih elementov. Predvsem v tujini obstaja nekaj podjetij, ki se ukvarjajo s personaliziranimi kolesarskimi čeladami (podjetje Helmade, Etsy …), vendar delujejo na način, da kupcu po njegovih lastnih željah oblikujejo čelado. Cene za takšno kolesarsko čelado se začnejo pri 150 €, kar je za povprečnega kupca, predvsem pa mladostnika, nedostopno. Kupec po nakupu tudi nima možnosti, da bi po nekem času spremenil motiv na čeladi, ampak mora kupiti novo čelado.
Na trgu so tudi razne nalepke, s katerimi lahko dopolniš zunanjost kolesarske čelade, vendar, če to narediš na že obstoječo čelado, je to potem zelo nerazvidno, glede na to, da je na večini kolesarskih čelad že nek barvni vzorec ter napis. Tudi sama namestitev je odvisna od spretnosti tistega, ki jo nalepi (v primeru, da se ti pri lepljenju ne nalepi, kot si si želel, potem nastane težava pri snemanju in popravljanju).

4.4.6.3 Kdo bi bili naši kupci?

Kolesarska čelada HelMe je namenjena rekreativnim kolesarjem, ki uporabljajo klasično ali električno kolo, ter vsem uporabnikom skirojev (navadnih ali električnih). Rekreativni kolesarji uporabljajo kolesarsko čelado predvsem zaradi varnosti, medtem ko je profesionalnim kolesarjem pomembno veliko drugih značilnosti (aerodinamika, teža, zračenje …).
Naša glavna ciljna skupina so mladostniki, ki zelo redko uporabljajo čelado zaradi različnih razlogov. Večinoma se vozijo s kolesom zaradi druženja in ker jim kolo ponuja prevozno sredstvo brez prisotnosti staršev. Prav tako so tudi mladostniki tisti, ki zelo radi izstopajo in delijo svoja mnenja. S kolesarsko čelado Helme bi dobili možnost, da svoja lastna stališča, mnenja ali izjave, zapišejo na čelado in s tem pritegnejo pozornost javnosti (namesto pisanja po zidovih in drugih javnih površinah). Ker HelMe ponuja možnost izražanja mnenj in prepričanj, kar je v času epidemije postalo še posebej modno, bi bila zanimiva izbira tudi za odrasle. Lahko je odlična ideja za darilo (otrok oblikuje čelado staršu ali staremu staršu in s tem spodbudi zdravo gibanje, ob raznih jubilejih in obletnicah …), ker je edinstvena in ponuja možnost oblikovanja po lastnih željah, hkrati pa spodbuja obdarovanca h gibanju in poskrbi za njegovo varnost.

4.4.6.4 Edinstvena ponujena vrednost

Slogan našega izdelka je: HelMe, kolesarska čelada, ki je resnično tvoja. V primeru tiskanih oglasov (ko bi bila zraven slika izdelka) bi uporabili krajšo verzijo: HelMe, resnično tvoja. S tem sloganom želimo poudariti, da si to čelado kupec lahko oblikuje po lastnih željah in si s tem dobi unikatno in edinstveno čelado, ki je potem res samo njegova in prepoznavna. Pri oblikovanju naj domišljija ne pozna meja. Klasična kolesarska čelada postane z nakupom res naša last, jo pa med množico čelad ne opazimo in jo na kakem bolj množičnem dogodku, npr. kolesarskem maratonu, zlahka zamenjamo. Kupcem z nakupom obljubimo, da bo čelada v prvi vrsti poskrbela za varnost in jih obvarovala poškodb, ki jih lahko povzroči padec, poskrbela pa bo tudi, da bo vožnja na kolesu še bolj zabavna. Njena edinstvena vrednost je, da kolesarska čelada ni več samo nujen ali poljuben del opreme, ampak postane modni dodatek. Naša prednost je v tem, da si kupec lahko večkrat menja zunanjo podobo čelade brez dodatnega stroška, kar je bistvena razlika od ponudnikov, ki ti za plačilo čelado oblikujejo samo enkrat.

4.4.6.5 Poti do kupcev

Kolesarko čelado HelMe bi prodajali preko lastne spletne strani, kjer bi imeli tudi spletno trgovino. Za tak način prodaje smo se odločili, ker tak način prodaja zmanjša ceno izdelka zaradi direktne prodaje brez posrednika. Oglaševali bi na različnih spletnih straneh in družbenih omrežjih, ki so povezane s kolesarstvom, z zdravim načinom življenja ter darilnim programom. Da bi izdelek

predstavili širši publiki, bi se lotili tudi televizijskega oglaševanja in tiskanih oglasov (jumbo plakati, letaki …). Oglaševanja pa bi se lotili tudi tako, da bi izdelek predstavljali na raznih sejmih in predvsem na raznih rekreativnih športnih prireditvah (kolesarskih in tekaških maratonih).

4.4.6.6 Struktura stroškov in prihodkov

Kolesarske čelade bi kupili pri proizvajalcu v velikostih XS (za otroke 200 komadov), S, M in L ter v osnovnih barvah (bela, črna, rdeča, rumena in modra), ki so v skladu z evropskim standardom EN-1.078. Na začetku bi naročili komplet 1.800 čelad, ker je to količina čelad za 1 ladijski kontejner. V primeru naročila celotnega kontejnerja krije stroške prevoza do pristanišča proizvajalec, s čimer bi prihranili 500 €. Cena čelade pri proizvajalcu bi bila 8 €, kar skupaj znaša 14.400 €, stroški ladijskega prevoza skupaj s stroški carine pa 15.300 €. K temu bi dodali še strošek izdelave embalaže, ki znaša 1600 €. Skupni stroški za nakup 1.800 kolesarskih čelad bi bili 31.300 €. K temu moramo dodati še 1.800 kompletov vodoodpornih flomastrov in čistilnih robčkov, kar bi znašalo dodatnih 5 € na enoto, skupaj s prevozom. Skupaj bi bili začetni stroški 40.000 €. Skupni strošek ene kolesarske čelade tako znaša 22 €.

Cena kompleta (kolesarska čelada HelMe v embalaži, s priloženim kompletom vodoodpornih flomastrov in petimi kompleti čistilnih robčkov) preko lastne spletne prodajalne bi bila 45 € za otroke in 65 € za odrasle. Cena dodatnega kompleta flomastrov bi bila 10 €, cena dodatnih čistilnih robčkov pa 7 € za dodatne tri komplete. Predvidevamo, da bi prvo naročilo 1.800 čelad prodali v obdobju treh mesecev (500 prvi mesec, 600 drugi in 700 tretji). Potem pa predvidevamo, da bi se prodaja ustalila pri količini povprečno 500 kolesarskih čelad na mesec (v kolesarski sezoni več, izven sezone pa manj), kar znese za prvo leto delovanja 6.300 kolesarskih čelad. V ceno kolesarske čelade bi bili všteti tudi stroški pošiljanja, tako da bi promovirali brezplačno poštnino.

Če bi v treh mesecih prodali 1.800 kolesarskih čelad HelMe (200 za otroke in 1.600 za odrasle), bi znašal zaslužek 113.000 €.

V podjetju bi bili zaposleni naslednji ljudje: grafični oblikovalec, ki bi skrbel za zunanjo podobo podjetja in za spletno prodajo, 1 zaposleni, ki bi skrbel za marketing in odnose z javnostjo, in 1 odgovorni vodja, ki bi skrbel tudi za finance. Ti zaposleni bi imeli plačo 2.500 € bruto in vsaj 6. stopnjo izobrazbe. Potem pa bi imeli še enega zaposlenega, ki bi skrbel za skladišče čelad in pošiljanje naročil. Njegova plača bi bila 2.000 € bruto, zahtevana pa bi bila 5. stopnja izobrazbe. Za plače bi tako v prvih treh mesecih porabili 28.500 €.

K temu moramo dodati še stroške marketinga, ki bi bili v začetnih mesecih višji, tako da predvidevamo 2.000 € mesečno, 1.000 € za oblikovanje spletne strani in 2.000 € mesečno za stroje in opremo.

Tabela 4: Izračun končnega stanja s stroški in prihodki za prvo leto delovanja.

	1. leto
Prihodki (cena na enoto x prodana količina)	**383.500** €
Cena na enoto	65 € (odrasli) 45 € (otroci)
Prodana količina	6.300 kolesarskih čelad (1300 otroških in 5000 odraslih)
Stroški	**336.600** €
Blago, surovine in material	75.600 €
Razvoj produkta	/
Stroški poslovanja, prodaje, storitev, marketinga	60.000 €
Plače zaposlenih	114.000 €
Oprema, stroji	24.000 €
Drugi izdatki (najemnina, elektrika …) stroški prevoza, carine	63.000 €
Končno stanje (prihodki – stroški) =	**46.900** €

4.5 Javna in medijska izpostavljenost podjetniške ideje

4.5.1 HelMe v trgovini Bike Ek

Izdelani prototip in delno oblikovano embalažo smo na ogled razstavili v trgovini s kolesarsko opremo Bike Ek na Ptuju. Zraven smo priložili zvezek za „povratne" informacije obiskovalcev v trgovini in predstavitveno brošuro našega izdelka. HelMe smo v trgovino dostavili v sredini meseca januarja, da si je bilo našo čelado možno ogledati in podati povratno informacijo do konca naših zimskih počitnic.

Slika 30: Prototip razstavljen v trgovini Bike Ek. (Boj, 2022)

4.5.2 Intervju za lokalno televizijo KTV Ormož

Po objavi predstavitvenega filma na Facebook šolski strani je nas kontaktirala lokalna televizija KTV Ormož in predlagala, da posnamemo prispevek. Prispevek smo posneli 23. 2. 2022 v šolski knjižnici, bil pa je objavljen na KTV Ormož.

Slika 31: Intervju za KTV Ormož. (Kolar, 2022)

4.5.3 Intervju za časopis Štajerski tednik

Časopis Štajerski tednik je napisal članek po opravljenem intervjuju in po ogledu predstavitvenega filma. Intervju so opravili v živo v šolski knjižnici, članek pa je bil v časopisu objavljen 18. 2. 2022 ter 19. 2. 2022 na Facebook spletni strani.

Ormož • Zanimiva ideja ormoških osnovnošolcev

Kolesarska čelada riši-briši

Skupina treh ormoških devetošolcev se je domislila prav posebne kolesarske čelade, ki jo lahko neštetokrat porišete po svojih željah. Za domiselno podjetniško idejo je izdelala poslovni model in navdušila komisijo.

Člani ekipe Arže Šuen, Timotej Boj in Tomaž Rudolf iz OŠ Ormož so na podjetniških delavnicah prepoznali dobro idejo in jo zapakirali v uspešno zgodbo. Kot so dejali, je ta pravzaprav zrasla iz povsem vsakdanje situacije. »Policisti so naše vrstnike in mlajše vsekoti ustavljali, ker niso nosili kolesarske čelade ob vožnji s kolesom. Tako sem nam je utrnila ideja, da bi čelade naročraje nosili, če bi jih lahko porisali. Naša čelada se tako od klasičnih razlikuje po tem, da si jo lahko uporabnik obdeluje po lastnih željah. Na ta način bi postali prepoznavni in posebni, v prvi vrsti pa varni, kar je bistvo – varna in unikatna čelada,« strmejo podjetni učenci.

Z leve: Tomaž Rudolf, Arže Šuen in Timotej Boj s svojo podjetniško idejo – kolesarsko čelado HelMe.

Foto: MH

jo idejo so pripravili tudi poslovni model in vse potrebno za predstavitev izdelka na trgu. »Preko video-konference smo se pogovarjali s podjetnikom iz Kalifornije, ki ima lastno podjetje za izdelavo kolesarskih čelad. Podal nam je vrsto informacij, od tega, kako izdelujejo čelade, koliko znaša nabavna cena materialov, izdelka, do tega, kako poteka promocija, oglaševanje ...,« je povedal.

Njihov prototip je razstavljen tudi v kolesarskem centru Bike Ek na Ptuju. Kjer zbirajo odzive strank. Podjetniška ideja pa je zbudila zanimanje tudi ormoških policistov.

Kot se pravijo, so ponosni, da jim je s svojo idejo uspelo prepričati komisijo na šoli in se uvrstiti na regijsko tekmovanje. Samozavestni učenci upajo, da jim bo uspelo priti do državnega tekmovanja in zmagati.

Monika Horvat

V kompletu poleg čelade še set flomastrov in čistilni robček

Vzeli so stare čelade, jih prebarvali z avto lakom bele barve, poiskali komplet vodoodpornih flomastrov ter še ugotovili, s katero tekočino bi lahko flomastre izbrisali, ne da bi pri tem odstranili tudi temeljno barvo čelade. Na ta način je ta ropot nared za novo poslikavo. »Pri predmetu kemija smo testirali šest različnih alkoholov. Najbolje se je odrezal propanol. Tako smo našemu kompletu dodali še čistilne robčke,« nadaljujejo obetavni podjetniki, ki so se s podjetnostjo pravzaprav srečali prvič. Pod mentorstvom Janje Rudolf in Nataše Kolar so se dobivali enkrat tedensko, vse od oktobra. Za svo-

Ali vaš računalnik še vedno dela po svoje?
Kolikokrat so vam otroci že rekli:
"Pa saj samo tu kliknes."

LJUDSKA UNIVERZA ORMOŽ

RPO - TEČAJ RAČUNALNIŠTVA

ZAČETEK: PONEDELJEK, 21. 2. 2022 OB 10.45 NA LJUDSKI UNIVERZI ORMOŽ.

KOMU JE NAMENJEN? BREZPOSELNIM IN ZAPOSLENIM STAREJŠIM OD 45 LET

KAJ SE BOSTE NAUČILI? OSNOVNEGA OBLIKOVANJA BESEDIL, ISKANJA INFORMACIJ NA SPLETU, UPORABE ZOOM APLIKACIJE IN E-POŠTE.

ČE ŽELITE BITI SAMOSTOJNEJŠI PRI UPORABI RAČUNALNIKA, JE TA TEČAJ PRAVI ZA VAS.

LU-ORMOZ@GUEST.ARNES.SI 02 741 56 00 WWW.LU-ORMOZ.SI

Slika 32: Članek v Štajerskem tedniku, 18. 2. 2022.

4.5.4 Intervju za radijsko postajo Radio Prlek

Kmalu po objavi članka v Štajerskem tedniku so nas kontaktirali iz uredništva Radia Prlek. V njihovem studiu smo posneli 10-minutni pogovor, ki je bil predvajan v okviru oddaje Podjetnost v Ormožu.

Slika 33: Mladi raziskovalci na Radiu Prlek. (Kolar, 2022)

4.5.5 Komentarji uporabnikov Facebooka

Ker smo si zastavili hipotezo, v kateri domnevamo, da bi morebitni uporabniki dobro sprejeli kolesarsko čelado HelMe, prodajamo nekaj komntarjev uporabnikov Facebooka, ki so si ogledali tam objavljeni predstavitveni film.

Slika 34: Odzivi uporabnikov Facebooka.

5. RAZPRAVA

Skozi raziskovalno nalogo so nas vodila raziskovalna vprašanja, v okviru katerih smo oblikovali štiri hipoteze.
Da bi prišli do odgovorov, smo uporabili različne metode raziskovanja. Najprej smo spoznali osnovne pojme iz kolesarstva in dodatne opreme. Analiza intervjujev nam je služila kot podlaga za pripravo podjetniške ideje, ker smo dobili informacije o proizvodnji in prodaji kolesarske čelade, spoznali pa smo tudi problematiko uporabe kolesarske čelade med mladostniki. Skozi analizo smo ugotovili, da ima naša podjetniška ideja potencial, ker podobnega izdelka po dostopni ceni še ni na tržišču.
Nato smo se lotili raziskovanja, kako izdelati prototip kolesarske čelade in kako jo ponuditi uporabnikom. S pomočjo dostopnih materialov nam je uspelo izdelati prototip izdelka z dodatki (primerni flomastri in čistilni robčki), zraven pa smo oblikovali vse tisto, kar je za postavitev izdelka na tržišče potrebno: logotip, slogan in embalažo. Po izdelavi prototipa smo se lotili priprave poslovnega modela, kjer smo opredelili obstoječe alternative, edinstveno vrednost, kupce in poti do njih. Pripravili smo tudi finančno ovrednotenje za eno leto poslovanja, kjer smo našemu izdelku postavili tudi ceno. Ko smo imeli pripravljen izdelek in začrtano poslovno pot, pa nas je predvsem zanimalo, kako bi morebitni uporabniki naš izdelek sprejeli in ali bi ga uporabljali. V ta namen smo posneli predstavitveni film, saj je bila zaradi epidemioloških razmer javna predstavitev nemogoča.
Mnenje o našem izdelku smo s pomočjo ankete preverili pri naši ciljni skupini, zato jo je izpolnilo 112 naših vrstnikov. Izvedli pa smo tudi raziskovalni eksperiment. Mnenje širše javnosti pa smo preverili tako, da smo na šolskem Facebook profilu objavili naš predstavitveni film in zbirali komentarje, prototip kolesarske čelade HelMe pa smo razstavili tudi v trgovini s kolesarsko opremo in tudi tam zbrali nekaj povratnih informacij. Mnenje o ideji nam je uspelo pridobiti tudi od proizvajalca kolesarskih čelad. Idejo o kolesarski čeladi HelMe pa je objavilo tudi nekaj lokalnih medijev.
Pri **hipotezi H1** nas je zanimalo, ali je mogoče s pomočjo dostopnih materialov izdelati prototip kolesarske čelade HelMe. Izdelava prototipa je bila za našo raziskovalno nalogo velikega pomena, saj je omogočal lažjo predstavljivost, ker bi javno mnenje težko preverjati samo s skicami in z besedami. Za izdelavo prototipa smo preizkusili nekaj različnih tehnik in materialov, vendar nam je po delno uspelem poizkusu uspelo oblikovati prototip tako, da smo ga lahko uporabili kot kolesarsko čelado HelMe. **Ker smo pri oblikovanju prototipa uporabili obstoječo kolesarsko čelado, Mekol lepilo, papir, zaščitne trakove in akrilno barvo v spreju, kar so to sami lahko dostopni materiali, lahko potrdimo hipotezo 1, ki trdi, da je protip mogoče izdelati iz dostopnih materialov**.
Pri **hipotezi 2** smo predvidevali, da bi več kot polovica naših vrstnikov želela imeti kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sama oblikovala. 62 % anketiranih je odgovorilo, da bi tako kolesarsko čelado hotelo imeti, 38 % pa nima te želje. Tudi s pomočjo raziskovalnega eksperimenta smo ugotovili, da je 70 % vseh sodelujočih učencev izbralo HelMe kolesarsko čelado. Upoštevajoč te podatke lahko **potrdimo hipotezo 2, ki pravi, da bi več kot polovica naših vrstnikov želela imeti kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sama oblikovala.**
Hipoteza 3 je predvidela, da bi cena HelMe kompleta za odrasle lahko bila 45 €. Pri izračunu končne cene izdelka smo si pomagali z nasveti Brada Waldoma, ki nam je obrazložil, kako je potrebno oblikovati ceno in kaj vse upoštevati. Svetoval nam je, da naj kolesarske čelade kupimo in jih ne izdelujemo, ter nam priporočal spletno prodajo, ker so stroški prodaje manjši. Naučili smo se tudi, da je osnova za kolesarsko čelado, ki ima manj zračnih rež, cenejša od bolj zahtevne, kar je tudi vplivalo na pripravo končne cene izdelka. Charlotte Fedane, ki v podjetju Kali skrbi za mednarodno prodajo, nam je pripravila ponudbo, s pomočjo katere smo se lotili natančnih izračunov in kmalu ugotovili, da bi naše podjetje po enem letu poslovanja poslovalo brez dobička, če bi HelMe prodajali po ceni 45 € za komplet. Zato smo začeli preračunavati različne možnosti. Na koncu smo izračunali, da bi komplet kolesarske čelade HelMe za odrasle prodajali po ceni 65 €, kar bi zadostovalo, da bi

podjetje lahko poslovalo z dobičkom. **Hipotezo 3, ki pravi, da bi cena kompleta za odrasle lahko bila 45 € smo zavrnili, ker smo ugotovili, da je cena za uspešno poslovanje podjetja prenizka.**
Pri **hipotezi 4** nas je zanimalo, kakšno je mnenje javnosti o naši ideji. Idejo smo javnosti predstavili s pomočjo predstavitvenega filma, ki smo ga objavili na šolskem Facebook profilu. Nato smo spremljali objave in komentarje in ugotovili, da so ljudje ideji naklonjeni, ker se jim zdi zanimiva in nekaj novega. Podobno povratno informacijo smo dobili tudi iz trgovine Bike Ek, kjer je bil prototip na razstavi. Tudi 80 % anketiranih meni, da je ideja dobra. Da ima potencial, nam je zagotovil tudi Brad Waldrom. Potem, ko je bila ideja o kolesarski čeladi HelMe objavljena tudi v medijih (Radio Prlek, KTV Ormož in časopis Štajerski tednik), so tudi naši starši in drugi znanci dobili veliko pozitivnih komentarjev od različnih ljudi. Glede na odzive in komentarje lahko **potrdimo hipotezo 4, ki pravi, da je javnost naklonjena naši ideji.**

6. ZAKLJUČEK S SMERNICAMI ZA NAPREJ

Raziskovalna naloga HelMe je projekt, s pomočjo katerega je predstavljena pot do lastnega izdelka in blagovne znamke. Ker vsak izdelek rabi kupce, smo ga predstavili širši javnosti z namenom, da pridobimo koristne povratne informacije ter proizvajalca, ki bi lahko bil v prihodnosti tudi naš poslovni partner. To je tisto, kar nas je vodilo skozi celotno raziskovalno nalogo in nas dodatno motiviralo. Naš glavni cilj je bil pripraviti poslovni model za lasten izdelek in izpostaviti njegovo edinstveno vrednost, zaradi katere bi ga naši vrstniki, ki so tudi naša ciljna skupina, uporabljali.
V raziskovalni nalogo smo si zastavili štiri hipoteze. Hipotezo 1 smo potrdili, ker nam je uspelo izdelati prototip kolesarske čelade HelMe s pomočjo dostopnih materialov. Prav tako smo potrdili hipotezo 2, ker bi več kot polovica naših vrstnikov želela uporabljati kolesarsko čelado, ki bi jo lahko sami oblikovali. Hipotezo 3 smo zavrnili, ker smo po izračunih stroškov in prihodkov ugotovili, da bi podjetje poslovalo brez dobička, če bi bila cena HelMe kompleta 45 €. Kot zadnjo smo potrdili hipotezo 4, ker smo po analizi odzivov javnosti ugotovili, da je javnost naši ideji naklonjena.
Za pripravo raziskovalne naloge smo uporabili različne raziskovalne metode, in sicer analiziranje različnih gradiv, tako v spletni kot fizični obliki, do anketiranja, intervjuja in raziskovalnega eksperimenta. Za pripravo poslovnega modela smo dodali še dodatne raziskovalne metode iz podjetništva, in sicer izdelavo prototipa in idejne zasnove, poslovni model in finančno ovrednotenje ter predstavitev izdelka javnosti. Na začetku raziskovalne poti nas je kot prvo zanimalo, ali je res, da mladostniki zelo redko uporabljamo kolesarsko čelado, kljub temu da je do 18. leta obvezna. Za dodatno pojasnitev smo prosili lokalno policistko, ki nam je pomagala z izkušnjami s terena. Nato smo spoznavali predvsem proizvodnjo in prodajo kolesarskih čelad. Pri tem nam je največ pomagal Brad Waldrom, ki je soustanovitelj podjetja, ki se ukvarja s proizvodnjo. Predvsem nam je pomagal s tem, da je bil kadarkoli pripravljen odkrito odgovoriti na vsako naše vprašanje glede proizvodnje in nam hkrati svetoval, kako si naj sami zastavimo poslovni model. Uredil je tudi, da nam je pri finančnem ovrednotenju pomagala Charlotte Fedane, ki je v podjetju zadolžena za mednarodno prodajo. Z njegovo pomočjo smo pripravili idejno zasnovo izdelka in izdelali prototip. Oboje smo rabili, da smo lahko izdelek predstavili širši javnosti in naši ciljni skupini. Ker nam je uspelo vzbuditi zanimanje lokalnih medijev, smo ob koncu imeli še intervjuje za televizijo, radio in časopis.
Jedro raziskovalne naloge je v podjetniški ideji, ki smo jo predstavili tudi na tekmovanju Popri, nacionalnem tekmovanju mladih od 12. do 29. leta starosti v podjetniških idejah. Uspelo se nam je uvrstiti med 12 polfinalistov v naši starostni skupini v Severovzhodni Sloveniji. Našo idejo nameravamo prijaviti še na Podjetniški izziv za mlade v organizaciji Bistre Ptuj in na 5. podjetniški natečaj Fakultete za ekonomijo in informatiko Univerze v Novem mestu. V primeru, da bo letos ponovno organiziran Poli maraton, bomo našo kolesarsko čelado HelMe predstavili tudi tam.
Uspelo nam je izdelati prototip, blagovno znamko in idejno zasnovo, to predstaviti javnosti in pripraviti poslovni model. Imamo zanimivo poslovno idejo, ki ima potencial, in morebitnega partnerja, ki se na to spozna. Na nas je, da se opremimo s potrebnim znanjem in da idejo uresničimo.

7. VIRI IN LITERATURA

- Električno kolo. (b. d.) Na Bokal-sport.si. Pridobljeno 25. 11. 2021 s https://www.bokal-sport.si/kaj-je-in-zakaj-elektricno-kolo
- Joyce, D., Reid, C. in Vincent, P. (1997). The complete book of cycling. London: Chancellor Press.
- Kaj je logotip? (b. d.). Na Altius.si. Pridobljeno 2. 2. 2022 s https://www.altius.si/altius/koristne-objave/kaj-je-logotip
- Kolesarstvo (b. d.) Na Wikipedija.org. Pridobljeno 21. 11. 2021 s https://sl.wikipedia.org/wiki/Kolesarstvo
- Kolesarstvo in zdravje. (b.d) Na Karocikel.si. Pridobljeno 21. 11. 2021 s https://www.karocikel.si/5-nasvetov-za-prijetno-kolesarjenje
- Penko, G. (2005). Človek na biciklu: kolesarski priročnik za že pozitivno premaknjene ali tiste, ki nimajo nič proti, da to postanejo. Ljubljana: samozaložba.
- Ramljak, M. (2015). Pomen in vloga embalaže pri marketinškem komuniciranju. Ljubljana: B&B Višja strokovna šola.
- Rekreativno in tekmovalno kolesarjenje. (b. d.) Na Kolesarnice expert.si. Pridobljeno 25. 11. 2021 s https://www.kolesarnice-expert.si/sl/novica/rekreativno-in-tekmovalno-kolesarjenje-29
- Sidwells, C, (2003). Complete bike book. London: Dorling Kindersley.
- Slogan. (b. d.). Na Podjetnik.net. Pridobljeno 2. 2. 2022 s https://podjetnik.net/slogani-preracunavam-v-preigravam/
- Smith, D. (2010). Kolesarjenje. Tržič: Učila International.
- Tovarna Rog. (b. d.) Na Siol.net. Pridobljeno 23. 11. 2021 s https://siol.net/siol-plus/kolumne/tovarna-rog-in-moje-zivljenje-419297
- Uporaba kolesarske čelade. (b. d.) Na Cekin.si. Pridobljeno 30. 11. 2021 s https://cekin.si/varni-v-prometu/kolo-kolesarjenje-kolesarji-uporaba-kolesarske-celade-odrasli-e-skiro-elektricni-skiro.html
- Varno na kolesu. (b. d.) Na javna agencija Republike Slovenije za varnost prometa. Pridobljeno 21. 11. 2021 s https://www.avp-rs.si/wp-content/uploads/2015/05/2-Kolesarjenje-otrok-osnutek-letaka-12-4-2015.pdf
- Varno na kolo. (b. d.) Na Policija.si. Pridobljeno 30. 11. 2021 s https://www.policija.si/index.php/component/content/article/156/801-varno-na-kolo
- Zakon o pravilih cestnega prometa. (b. d.). Na Policija.si. Pridobljeno 1. 12. 2021 s http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO5793#
- Zgodovina kolesarstva. (b. d.) Na Arnes.si. Pridobljeno 23. 11. 2021 s http://www2.arnes.si/~dbogd1/patrik/foto/zgodovina.html

8. PRILOGE

Raziskovalni intervju z Jelko Ftičar (PRILOGA A)

1. Po vseh raziskavah smo ravno mladostniki tisti, ki najredkeje uporabljamo kolesarsko čelado. Ali tudi sami opažate, da je temu tako?

”Da, temu je res tako. Opažam tudi, da v okolici šole otroci še nosijo čelado, izven šolskega območja, predvsem popoldan, pa čelade sploh ne uporabljajo. Menim, da je to v prvi vrsti odgovornost staršev, ker se otroci zelo zgodaj v otroštvu srečajo s kolesom, še prej pa z raznimi poganjali, pri katerih se tudi dogajajo nesreče in je uporaba čelade zelo priporočljiva. Predvsem bi bilo potrebno otroke in mladostnike osvestiti, zakaj je uporaba čelade pomembna.„

2. Kako policisti nadzirate uporabo čelade?

“Vsake toliko časa imamo policisti akcije Kolesarji na cesti. Takrat preverjamo nošenje čelade, alkohol, uporabo mobilnega telefona. Policisti imamo posebne koledarje, v katerih imamo označeno, kdaj kakšna akcija poteka, da si boste lažje predstavljali, kako tak koledar izgleda, vam bom poslala fotografijo. Zraven akcij tudi ozaveščamo ljudi o uporabi kolesarske čelade, ker je naše delo tudi preventiva.„

3. Kakšne izgovore imajo mladostniki, ko jih ustavite in opomnite, da je uporaba obvezna in ali kdaj tudi napišete kakšno kazen?

“Največkrat so izgovori, da jo je pozabil doma, da ima premajhno ali pa se mu je zlomila. Kazni smo že napisali, ampak ker so to mladostniki in niso polnoletni, se kazen napiše staršem ali skrbnikom zaradi starševske odgovornosti. Globa za prekršek je 120 €.„

4. Zakaj menite, da je uporaba kolesarske čelade med mladostniki zaskrbljujoče slaba, kljub temu da je uporaba obvezna do 18. leta in kje je razlog za to?

“Ali je to zaradi neznanja ali nezavednosti staršev, zakaj je čelada potrebna, ali je krivo preveliko zaupanje staršev v svoje otroke, ker ne preverijo, če njihovi otroci, ko zapustijo dom, res uporabljajo čelado. Mislim, da mladostniki ne nosijo čelade oz. jo nosijo zelo redko zaradi uveljavljanja v sami družbi sovrstnikov. Ker, ko nosijo čelado, niso “kul„, uničijo si frizuro in sošolci jih posledično tudi zafrkavajo, če jo nosijo, tudi zaradi tega, ker si “frajer„, če kršiš zakon, ne pa če zakon spoštuješ. Mogoče tudi zato, ker se ne zavedajo, kaj se zgodi ob nesreči, če čelade nimaš. Razlog, da je ne nosijo je to, ker jih v to starši silijo in jim ne razložijo, da čelado nosijo za sebe in za svojo varnost. Ne smemo pa pozabiti, da ni dovolj samo uporaba kolesarske čelade, ampak si jo moraš tudi pravilno pritrditi in namestiti.„

5. Kaj pa uporaba med otroci in odraslimi ?

“Otroci jo več uporabljajo kot odrasli, saj je odrasli ne rabijo uporabljati oz. je samo priporočljivo. Otroci, ki so v spremstvu staršev, imajo skoraj vedno čelado, ampak je starši nimajo.„

6. Ali menite, da bi mladostniki raje uporabljali čelado, če bi si jo lahko sami okrasili oz. porisali?

“Da, takoj prvi dan, ko ste na šolski Facebook strani objavili vaš video, sem si ga ogledala in ga takoj prepoznala kot dobro idejo, tako da mi je ideja zelo všeč. Ljudje poslušamo različno glasbo, imamo različne načine oblačenja in potem bi najbrž bilo zanimivo, da bi si tudi kolesarsko čelado lahko okrasili po svoje. Na njo bi lahko napisali in narisali vse, kar bi hoteli imeti na njej in bi s tem mislili, da izgledajo bolj “kul„.„

7. Vam lahko zaupamo, da ste ravno vi glavni navdih za naš izdelek?

“Ja, seveda, hvala vam, vidim, da ste me tudi prepoznali, da sem alergična na to, ko ljudje ne nosijo čelade.„

Raziskovalni intervju z Bradom Wladromom (PRILOGA B)

1. Če so naši podatki s spleta pravilni, ste soustanovitelj podjetja Kali Protectives. Kako in zakaj ste se odločili ustanovili podjetje? Je bila to res vaša želja in namen ali morda samo zanimiv splet okoliščin?

"Ja, sem soustanovitelj. Še vedno sem glavni inženir podjetja. Rekel bi, da je »zanimiv splet okoliščin« dober način za opis. Nisem hotel ustanoviti lastne blagovne znamke. Zasnovali smo način, kako narediti motoristične čelade varnejše. Mnogi ljudje so rekli, da jih moramo dati na tržišče. Skrbelo me je, ker o proizvodnji nisem nič vedel, niti se nisem spoznal na marketing in prodajo. Potem sem ugotovil, da ne vem ničesar o logistiki, kako prenesti izdelek po svetu. Veliko različnih delov in stvari je potrebno povezati, da bo podjetje delovalo.„

2. Ali nam lahko na kratko predstavite zgodovino vašega podjetja in vaše izdelke?

"Podjetje se je začelo iz inovacije pri izdelavi motorističnih čelad. Čelade za motorna kolesa in večina obraznih kolesarskih čelad se proizvajajo z izdelavo lupine in pene kot ločenih entitet. Standardne kolesarske čelade so bile že izdelane iz enega kosa, vendar zaradi omejitve obdelave nihče nikoli ni izdelal motorističnih čelad kot en kos. Hitro smo se naučili, da bi lahko izdelali čelado, ki bi učinkoviteje razpršila energijo in čelado naredila lažjo. Zmanjšanje teže ni pomembno le za udobje, ampak tudi za učinek. Ne pozabite na srednješolsko fiziko: $F = m \times a$, torej bi čelada iz enega kosa zmanjšala m (maso) in na koncu bi zmanjšala še F (silo). Ne moremo nadzorovati A (pospeška), ki je odvisen od tega, kako hitro je posamezni kolesar pripravljen iti in s tem tvegati. Priznam, hitro postane zabavno!„

3. Koliko zaposlenih je v vašem podjetju? Kateri poklici so potrebni za ta posel ter katere vse zaposlujete? Kateri profili delavcev so potrebni, da lahko izdelujete čelade?

"Kali ima približno 20 zaposlenih. Naša partnerska tovarna ima na tisoče delavcev. Pri nas so zaposleni:

- vodja projekta – Vodja projekta zastavi potrebe, cene.
- inženir – 2 vrsti: Varnostni/testni inženir in funkcijski inženir.
- oblikovalci – ustvarja oblike in dizajne čelad, nariše obliko čelade, nato jo naredi v glino.
- grafični oblikovalci – pripravijo barve in grafike.
- logistični delavci – Poskrbijo, da imamo vse za proizvodnjo in da vemo, koliko vsega potrebujemo ter kako ga pripeljati tja, kamor mora iti.
- prodajalci – vodja – notranja prodaja – zunanja prodaja.
- kladiščniki – vodja in delavci.
- računovodje – za nadaljevanje poslovanja morate zbrati denar.
- služba za stranke – to sem omenil zadnje, a je morda najpomembnejše – ravnajte z ljudmi tako, kot želite, da se z vami ravna!„

4. Kaj se vam zdi najpomembnejše pri oblikovanju kolesarske čelade?

"Varnost, vedno začnemo z varnostjo, ko začnemo delati na novem dizajnu. Naučil sem se, da lahko naredimo najvarnejšo možno čelado, a če je grda ali se ne prilega dobro, je ne boste nadeli na glavo. Najvarnejša čelada je tista, ki si jo pripravljen nadeti na glavo, zato so pri oblikovanju čelade najbolj pomembne: varnost, prileganje in oblikovanje.„

5. Kaj je posebnega na vaši kolesarski čeladi? V čem se vaše čelade razlikujejo od drugih na trgu?

"Še vedno nadaljujemo z raziskovanjem novih materialov in postopkov. Sodelujemo z univerzami in njihovimi profesorji ter materialnimi in kemičnimi podjetji, vse v iskanju boljših načinov za zmanjšanje možganske travme v primeru nesreče. Nasploh smo po tem znani in na to sem najbolj ponosen.

Na začetku Kalijeve zgodovine nismo posvečali dovolj pozornosti oblikovanju. Čeprav so nas spoštovali zaradi naše zavezanosti varnosti, nismo bili komercialno uspešni, zato smo morali začeti paziti na dizajn in prileganje skupaj z varnostjo.„

6. Kateri so osnovni materiali, ki jih potrebujete za izdelavo kolesarske čelade?
"Potrebujemo:

- Material za lupino – možnih je veliko materialov, osnova je plastika, za kolesarsko čelado je najpogostejša plošča polikarbonata (PC). Te se vakuumsko oblikujejo v svoje oblike.
- Pena – to je tisti del, ki vam resnično reši glavo. Prvi uporabljeni material je ekspandirani polistiren (EPS), ki je zelo pogost material in se uporablja pri embalaži. Kali in drugi proizvajalci uporabljajo veliko drugih materialov, vendar je penasti material EPS številka ena.
- Pritrjevalni trakovi, za katere se tudi uporabljajo različni materiali. Najlon je eden izmed njih. Za nekatere naše čelade uporabljamo material iz recikliranih plastičnih plastenk za vodo, saj pazimo tudi na okolje.
- Sistem prileganja/pritrjevanja, ki vključuje zaponke in kakršne koli nastavitvene mehanizme ali stvari, ki držijo trakove na mestu. Običajno so izdelani iz brizgane plastike.„

7. Koliko stane izdelava kolesarske čelade?
"Obstaja splošno pravilo, da, ko izdelate čelado ne glede na stroške do trenutka, ko pride v trgovino, morate stroške za izdelavo čelade pomnožiti za 4-krat. Torej, če stane čelada 10 $, bo izdelava stala 40 $ v trgovini. Zdaj se to morda sliši veliko. Pogledati morate vse, kar se zgodi po izdelavi izdelka. Večkrat ga morate poslati, preden pride do končnega potrošnika, plačati morate prodajalcem, da ga prodajo. Trgovina, ki ga prodaja, mora zaslužiti. Včasih plačaš športniku, da nosi tvojo čelado, da jo ljudje vidijo, reklama. Vse se poklopi. Internet to spreminja. Če lahko prepričate, da vas ljudje opazijo in kupijo vaš izdelek na internetu, so vaši stroški veliko nižji. Včasih je to lažji način, vendar ne pozabite, da se vsi trudijo to narediti, zato je konkurenca velika. Kali prodaja več kot 97 % svojih kolesarskih izdelkov preko lokalnih kolesarskih trgovin. Torej samo 3 % na spletu. Na naših motorističnih čeladah je nasprotno, veliko več prodajamo na spletu in zelo malo prek motorističnih trgovin.„

8. Kateri so še drugi stroški, ki določajo končno ceno izdelka?
"Glavna razlika je v zapletenosti orodja in pripomočkov, potrebnega za izdelavo čelade. Če imajo zelo malo lukenj, je ceneje, ker izdelava lukenj zahteva bolj zapleten kalup. Uporabljeni materiali naredijo razliko, zato naj bodo preprosti, da lahko obdržite nadzor nad stroški izdelka.„

9. Kako pravilno obravnavati oglaševanje izdelkov?
"Internetno oglaševanje je čisto spremenilo oglaševanje. Za ne preveč denarja lahko dosežete veliko ljudi prek TikToka, Instagrama in drugih kanalov in socialnih omrežij. Google in drugi iskalniki so lahko tudi še vedno učinkoviti ter brez norih stroškov. Tradicionalno oglaševanje v revijah in na televiziji je zelo drago.„

10. Na kaj moramo biti še posebej pozorni, ko odpiramo podjetje s kolesarskimi čeladami? Imate kakšen nasvet za popolne začetnike, kot smo mi?
"Predvsem so pomembna naslednja vprašanja:

- Kaj naredi vaš izdelek drugačen?
- Kateri problem rešujete, ki ga drugi ne?
- Kako bodo ljudje videli vaš izdelek?
- Kako boste pokazali in predstavili svoj izdelek tem ljudem?„

11. Kaj menite o naši projektni ideji?
"Vaša ideja je zelo dobra. Menim, da je najboljša čelada tista, ki si jo želiš nositi na svoji glavi. Ideja, da ste ustvarili čelado, ki jo želite dizajnirati tako, da bi jo nosili vaši prijatelji, je fantastična. Tak pristop v celoti podpiram. V našem podjetju porabimo ure in ure časa v ustvarjanju dizajnov čelad v upanju, da bodo ljudje čelade nosili. To, da bi ljudje čelado dizajnirali sami, je „kul".„

12. Kaj nam svetujete za naše nadaljnje delo?

“Če želite sami izdelati čelado, lahko kontaktirate podjetje, ki čelade izdeluje. Oni že imajo narejene kalupe, če vam kateri ustreza, je veliko ceneje, kot če sami izdelate kalup čelade, ga patentirate in nato date v proizvodnjo. To je dolg in drag proces. Vi potrebujete čelado, ki ima veliko prostora za risanje. Zahteven in vedno dražji del je transport izdelka od tovarne do vas in kasneje do končnega uporabnika.

V ZDA je znamka Thousand, odlični so na področju marketinga na socialnih omrežjih. Njihova čelada ni nič posebnega, a so odlični promotorji, predvsem na socialnih omrežjih. Od njih se lahko veliko naučite. Pomembno je, da se učite od drugih. Nič ni narobe, če pogledate, kaj je bilo na področju že narejenega. Vi ideje drugih nadgradite ali iz njihovih izpeljete svoje. Temu se reče originalnost.

Pomembno je, da sledite zgodbi. Ljudje imajo radi zgodbe. Vaša zgodba, da so vaše prijatelje lovili policisti, ker niso nosili čelade, je odlična. Stojte za njo, prodajajte jo. Ljudje vedo, da morajo nositi kolesarske čelade, a jim niso všeč. Nam je varnost zelo pomemba. Veliko ljudi se za varnost na kolesu ne zanima, pomembno jim je, da so “kul„. To je bitka zame, jaz pravim, da želim biti bolj varen kot “kul„, a potrošniki želijo kupovati “kul„ produkte. To je izziv tudi za vas. Ljudem ponudite čelado, ki jo bodo želeli nositi, ne da bi se zavedali, da so tako bolj varni na kolesu.„

13. Kljub temu da smo še vedno otroci, nas zanima, če bi bili pripravljeni poslovati z nami? Recimo, da postanete naš dobavitelj čelad?

“Naučil sem se, da biti v poslu ni lahko, a sem imel veliko pomoči. Za vse mora biti smisel, a če ne začneš pogovora, nikoli ne veš. Zato se zaenkrat še naprej pogovarjamo.„

Raziskovalni intervju z Andrejo Bezjak (PRILOGA C)

1. Kako in zakaj ste prišli na idejo, da ste odprli trgovino s kolesarsko opremo?

"Midva z možem imava že 20 let to trgovino s kolesarsko opremo. Na idejo sva prišla čisto po naključju. Že od nekdaj smo z družino kolesarji in pred dvajsetimi leti smo rabili eno zračnico posebne dimenzije in je na Ptuju nismo mogli dobiti. Potem sva začela malo razmišljati. Odločitev, da odpreva trgovino je padla v dveh mesecih, od takrat ko smo iskali zračnico. Bili smo torej strastni kolesarji in nekaterih stvari na Ptuju nismo mogli dobiti, zato sva se odločila, da odpreva trgovino, ker je bilo na tem področju veliko pomanjkanje.„

2. Katere vse izdelke prodajate in katere storitve opravljate v vaši prodajalni?

"Prodajamo kolesa, vso kolesarsko opremo, oblačila, torej vse potrebno za kolo in kolesarja. Imamo servis koles in dodatno tudi servis smuči. Nudimo izposojo koles, imamo pa tudi licenciranega kolesarskega vodnika.„

3. V vaši prodajalni prodajate tudi kolesarske čelade. Ali mogoče veste, koliko različnih blagovnih znamk je na vaših policah in kako se odločate katere boste prodajali?

"Za kolesarske čelade imamo svoje dobavitelje. Ker smo sami kolesarji nekako ponudbo prilagajamo našim potrebam. To, kar je za nas dobro, potem damo v prodajni program. Na policah imamo štiri znamke kolesarskih čelad: Met, Poc, Scott in Costco. Več jih skoraj ne moremo imeti, ker moramo imeti čelade za različne vrste kolesarjenja. Na razpolago imamo mestne, cestne, gorske, za električna kolesa, ki so bolj zaprte ter downhill čelade.„

4. Kaj opažate, da je kupcem najbolj pomembno, ko so pri nakupu nove kolesarske čelade? Kaj je tisto, kar jih pri izbiri najbolj pritegne?

"Pri nas, ki imamo veliko rekreativnih kolesarjev, je na prvem mestu varnost. Torej je najbolj pomembno, da je čelada varna. Za tistega, ki veliko kolesari, je varnost na prvem mestu. Kolesarske čelade, ki so v višjem cenovnem rangu, ponujajo tudi dodatno zaščito. Prvi vidik pri izboru je torej zagotovo varnost in vrsta kolesa, potem pa je pomembna barva ali dizajn. Pogosto si kupci barvo čelade prilagodijo barvi kolesa. So pa tudi stranke, ki jim je pomembna cena, vendar bi rekla, da je našim strankam še vedno bolj pomembna namembnost in varnost.„

5. Ali je kaj drugače, če je kupec mladostnik?

"Pri mladostnikih pa je na prvem mestu barva ali dizajn.„

6. Že dober mesec imate v vaši trgovini razstavljen prototip naše kolesarske čelade HelMe. Kakšne so bile reakcije strank na naš izdelek?

"Stranke so vašo čelado opazile predvsem zato, ker je drugačna od ostalih v trgovini. Opazila sem, da so jo pogosto vzeli v roke in jo obračali naokrog. Pogosto jih je tudi zanimalo, če je to naš izdelek in ga nameravamo prodajati. Nekaj kupcev je vprašalo, če je tako poslikana že kupljena in potem smo jim razložili, da je namen, da si jo uporabnik sam oblikuje. Najpogostejša reakcija je bila, da jim je čelada zanimiva, predvsem jim je bila všeč ideja, da si lahko oblikovano očistiš in oblikuješ na novo. Škoda je, da ste jo na ogled razstavili sedaj, ko je zima, ker so naše najpogostejše stranke povezane s smučanjem, in ne spomladi, ko so pri nas oglasijo kolesarji. Zanimivo bi jo bilo razstaviti na recimo Poli maratonu, ko se na enem mestu zbere ogromno rekreativnih kolesarjev. Takrat bi zagotovo dobili najbolj koristne povratne informacije.„

7. Kaj vi osebno menite o naši kolesarski čeladi? Ali menite, da bi se prodajala?

"Menim, da bi za kupce zagotovo bila zanimiva, kako pa bi jo kupci globalno sprejeli, pa težko rečem. Če hočeš dati kolesarko čelado na trg, jih moraš prodati ogromno. V vsakem primeru bi bilo zanimivo.

8. Ali tudi sami kolesarite? Bi si želeli, da vam vaš otrok nekaj napiše in naslika na vašo kolesarsko čelado?

"Ja, to bi mi bilo zanimivo. Sicer moji otroci niso več ravno majhni, bi pa mi bilo všeč, če bi mi jo okrasili s kakšnimi napisi ali na njo kaj narisali. Mogoče bi bilo zanimivo, če bi bile zraven kakšne nalepke, da bi si lahko kaj prilepil.„

Spletna anketa 1 (PRILOGA D)

Pozdravljeni,

smo učenci Osnovne šole Ormož in delamo raziskovalno nalogo z naslovom HelMe. V veliko pomoč nam bi bilo, če bi odgovoril/-a na vprašanja, ki sledijo tako, da obkrožiš črko pred odgovorom ali odgovor zapišeš. Anketa je anonimna.

Hvala za vaš čas.

Timotej Boj, Tomaž Rudolf in Anže Šuen

Spol: M Ž

Obiskuješ:

a) OŠ Ormož 8. razred 9. razred
b) OŠ Miklavž pri Ormožu 8. razred 9. razred
c) OŠ Središče ob Dravi 8. razred 9. razred

1. Ali pri vožnji kolesa uporabljaš kolesarko čelado?

a) Vedno.
Zakaj?_____
b) Pogosto.
Zakaj?_____
c) Redko.
Zakaj?_____
d) Nikoli.
Zakaj?_____

2. Kateri je po tvojem mnenju glavni namen kolesarske čelade?

_____
_____

3. Ali te starši spodbujajo k uporabi kolesarske čelade?

a) Starši zahtevajo, da kolesarsko čelado vedno uporabljam.
b) Občasno me opomnijo.
c) Ko sem bil/-a mlajša, so me spodbujali, sedaj pa več ne.
d) Še nikoli me niso k temu spodbudili.

4. Ali tvoji starši pri vožnji kolesa uporabljajo kolesarsko čelado?

a) Vedno.
b) Občasno.
c) Nikoli.
d) Ne vem.

5. Pri nakupu nove kolesarske čelade, mi je najbolj pomembna:

a) Cena.
b) Izgled.
c) Znamka.
d) Kvaliteta.
e) Še nikoli nisem kupil/-a nove kolesarske čelade.
f) Drugo:_____

6. Do katerega leta je uporaba kolesarske čelade obvezna?

a) Do 14. leta.
b) Do 18. leta.
c) Obvezna je za vse starosti.
d) Ni obvezna.

Spletna anketa 2 (PRILOGA E)

Pozdravljeni,
smo učenci Osnovne šole Ormož in delamo raziskovalno nalogo z naslovom HelMe. V veliko pomoč nam bi bilo, če bi odgovoril/-a na vprašanja, ki sledijo tako, da obkrožiš črko pred odgovorom ali odgovor zapišeš. Anketa je anonimna.
Še preden pa začneš z odgovori, si oglej posnetek.
Hvala za Vaš čas.
Timotej Boj, Tomaž Rudolf in Anže Šuen

1. **Na posnetku je bila predstavljena ideja o kolesarki čeladi HelMe, katere posebnost je, da lahko njeno zunanjost oblikuješ po lastnih željah. Ali se ti zdi ideja dobra?**
   a) Da, ideja se mi zdi dobra.
   b) Ne, ideja se mi ne zdi nič posebnega.

2. **Ali bi tudi sam/-a imel kolesarko čelado, katero bi lahko sam/-a po svojih željah oblikoval/-a?**
   a) Da.
   b) Ne.

3. **Ali bi na posnetku predstavljeno čelado pri vožnji s kolesom raje uporabljal/-a?**
   a) Da.
   b) Ne.

4. **V primeru, da bi se odločil/-a kupiti kolesarsko čelado HelMe, nas zanima, koliko bi bil/-a pripravljen/-a plačati za njo?**
   a) Do 40 €.
   b) Do 60 €.
   c) Več kot 60 €.

5. Nam lahko v zvezi z našo idejo o kolesarski čeladi še kaj svetuješ oziroma predlagaš izboljšavo ali spremembo?

_____

_____