



Vasrácsos kapu mögött, behavazott udvaron, egy narancsszínű épületben születnek a Manó névre szóló gyerektakarók, kispárnák, óvodás zsákok, falvédők, és legújabbán a babák. A manók anyukája két székelyudvarhelyi fiatal nő, akiknek a mesevilágon túl is vannak gyerekeik.



Interneten találtunk rájuk, mint kiderült, nem véletlenül, [online vállalkozásnak](#) szánták a babatakarók és egyéb gyermekeknek szánt kiegészítők gyártását, eladását. Valljuk be, nálunk fele ez még nem mindennapi. Azaz kézművesek százai, sőt százazei hirdetik termékeiket az interneten, de kevesen mondhatják el magukról, hogy

a hobbijukból tartják el magukat.□

Szentgyörgyi Éva közgazdász és **Lázár Emőke** divattervező hozta létre a vállalkozást tavaly ősszel, és már ebből élnek. Mindketten abban a helyzetben voltak, hogy kisgyermekes édesanyaként négy év gyesen töltött idő után megszűnt az eredeti munkahelyük, illetve megszűntek ők is ugyanazok az emberek lenni. Anyák lettek, és **olyan megélhetési formát kerestek, amely a családdal is összeegyeztethető**, értenek is hozzá meg szeretik is.



A műhelybe lépve, mely egyben iroda is, színes anyagok, cérnák tömkelege fogad. Nyoma sincs a varrónőknél megszokott anyag- és cérnakáosznak.

Az ötlet kezdeményezője Éva volt, aki a gyes lejárta után fél évig kereste a megfelelő munkahelyet, vállalkozási módot, míg megtalálta ezt a piaci rést. Marketinges közgazdászként látta, hogy a válság hatására sok minden megváltozott, az emberek vásárlási kedve megcsappant, viszont ha nincs is mit megenniük, a gyerekeikre áldoznak. A vállalkozás koncepciójába tartozik az online eladás mellett az egyediség, személyre szabottság. A takarókra rávarrják a gyerek nevét vidám minták kíséretében.

A pokróc mellé párna is járhat,

többnyire ugyanazzal a figurával. Az ötlet megfogalmazása után Évának kellett keresnie valakit, aki varrni is tud. Kapóra jött a szintén kisgyerekes barátnője, akinek divattervezés a szakmája, és gyes előtt megrendelésre készített ruhákat.

Emőkének tetszett az ötlet, és némi aggodalmaskodás, fejtörés, sokórás tervezéssel töltött éjszakázás után belevágtak az anyagba. „Mi lesz, ha nem megy? Semmi, bezárjuk a boltot, és más munka után nézünk – vonták le a következtetést.”



A pihe puha nevű anyagból készítik, amelyet magyarországi forgalmazóktól szereznek be. Nagyon dicsérik: nem nyúlik, kopik, bolyhosodik és színeződik el, mosógépben is mosható, ezért döntöttek a drágább alapanyag mellett. Ráadásul elég nagy a színválaszték ahhoz, hogy a kicsik nagy, és a szülők még nagyobb igényeinek is megfeleljen.



A vásárlók igényei döntőek: kiválaszthatják a mintát, és sokszor maguk is kreálhatnak. **Amennyiben megvalósítható, teljesítik az egyéni kívánságokat is.**

Az internetes eladás hátránya, hogy minden a fotóra van bízva. Hosszú időbe telt, amíg egyebek közt a fényképezés buktatójára is megoldást találtak.

Saját maguk fotózzák a termékeket, és töltik webre őket. A vásárlók nem tudják megtapintani az anyagot, a takarók és minták internetes kinézete nagyon függ a fényektől, a háttértől, és persze a dimenzióktól. Megegyeztünk abban, hogy **élőben sokkal szebbek a takarók kispárnák.**



Mar csak januarra rendelhetünk takarót,

idén karácsonyra be vannak havazva. Babákat viszont még vehetünk – csillan fel a szemem. Még jobban bánom, hogy húsz évvel idősebb vagyok a célközönségüknél, a lányom pedig egy évvel fiatalabb. A lila és vörös fonalhajú babák szintén plüssből készülnek.

„Nem az a hagyományos fajta rongybaba, nem is akartunk ilyet. Olyan babát akartunk, amivel tudnak játszani a gyerekek. A legtöbb kereskedelemben kapható rongybabát nem lehet öltöztetni, vetkőztetni. Legfennebb lefektetni és betakarni lehet őket.” – mondja Éva.



A babáknak lábujja, térde és köldöke is van. Úgy készülnek, hogy előbb kihímezi Emőke az arcukat, majd kiszabják őket. A testüket géppel varrják, aztán kézzel kötött, horgolt és varrt divatos ruhákba bújtatják. A hajukat szintén kézzel, szálanként varrja Emőke. Rákérdeztünk, hogy mennyi idő alatt készül el egy ilyen baba, de fogalma sincs, mert akkor köti, horgolja, hímezi, amikor van egy kis ideje.

A zsebükben is turkáltunk

Kíváncsiak voltunk, hogyan lehet megélni egy ilyen kisvállalkozásból. Sok tényező járul hozzá: a családi háttér, ugyanis egy félévig egy banit sem vettek ki a cégből, csak befektettek. Nem akartak kölcsönt felvenni, előbb tesztelték a piacot, van-e erre kereslet, és amikor látták, hogy

van, fokozatosan terjeszkedtek.



„Ebből nem fogunk meggazdagodni, nem ebből veszünk autót, palotát, de van munkahelyünk. Nem rúgnak ki, ha a gyerekeink betegek, és néhány napot otthon kell velük töltenünk” – fejtik ki szemérmesen, hogy nem az ő gyerektakaró gyárukról lesz híres a vidék. **A manufaktúra elvét kívánják követni a továbbiakban is**

, esetleg még egy-két embert vesznek fel. Különben nem tudnák teljesíteni az eredeti koncepciót, az egyediséget.

A termékek elsőre drágának tűnnek, a párna 45 lej, a takarók ára 70 lejnél kezdődik, a babáké 65 lej, ám ha a befektetett pénzt, fizikai és szellemi energiát számoljuk, arra a következtetésre jutunk: megéri. Éva magyarázza, hogy **egy kisgyerek évekig hurcolja a kedvenc takaróját, párnáját, babáját, és valószínűleg egész életében emlékszik is majd rá.** Ehhez strapabírónak és a gyerekeknek kedvesnek kell lennie.



„Vásárlásnál figyeljünk a gyerekre, az életkori és személyiségi sajátosságaira, és annak

megfelelően vegyünk neki játékot, használati tárgyakat" – javasolja Éva, aki saját gyerekén tapasztalta meg, hiába vesz olyan terméket, amibe belenő a gyerek, amivel még nem tud játszani, mert amire esetleg odakerül, hogy használni is tudja, már megunja azt.

„Az áruházláncok kínai pokrócaihoz képest drágák a mi takaróink, de azokat gyártóson, licencmintával készítik, mi meg olyat alkotunk, amelyet a vásárlók kérnek" – teszi hozzá, amikor picit sokalljuk az árat.

A gondolkodó szülőkre, ismerősökre hajtanak

Az internetes vállalkozások a környéken nem túl népszerűek, de érdemes ebbe fektetni, mert a fiatalok és a fiatal szülők szinte naponta neteznek. Ők a mano.ro webboltjukban, a facebook-on és a breslo.ro online kézműves boltban forgalmazzák termékeiket, illetve még egy marosvásárhelyi bababoltban is rájuk akadhatunk. Nem céljuk a butiknyitás, vagy bababoltokban való eladás, ez is az egyediség koncepcióját veszélyeztetné.



Azok a szülők, ismerősök, rokonok adnak ki ennyi pénzt a babaneműkért, akik megfontoltan vásárolnak, tudjuk meg a két lánytól: a takarók és a babáik évekig elkísérik a gyermekeket, moshatóak, nyúzhatóak, míg egy bolti játékszer, ágynemű kevésbé egyedi és kevésbé jó minőségű lehet. A saját gyermekeiken tesztelték a termékeket, a két kislány és a két kisfiú azóta is a prototípusokat nyúzza.

Mit tanácsolnak az anyukáknak?

Ők is megtapasztalták, hogy bár a törvény szerint a munkaadónak kötelessége lenne visszavennie a gyesről újból munkába álló kismamát, ez egyszerűen kijátszható. **A játszótéren nyolc anyukából ötnek nem volt hová visszamennie dolgozni**

– meséli Éva.



Arra biztatják a kismamákat, fiatal nőket, hogy merjenek vállalkozni. Bátornak kell lenni, és némi vállalkozói ismeretségre, vagy ismerősökre szert tenni. Anélkül nehéz megélni a saját készítésű termékekből. Hiába készítünk zseniális gyöngysorokat, kerámiatárgyakat, vagy varrunk a nagy divatházakat lepipáló ruhákat, kiegészítőket, ha nem tudjuk eladni őket.

A nyomulós eladás pedig nem biztos, hogy jó út. Örölnénk, ha lennének anyanyelven is hozzáférhető, rövid és hatékony vállalkozói tanfolyamok. A vállalkozási forma függ a koncepciótól is: ha többen dolgoznak, akkor inkább cég, ha csak egyedül, akkor inkább egyéni vállalkozást érdemes indítani – összegez Éva, aki egyébként a cég adminisztrációs, marketinges részét végzi.



A vállalkozás elindítása előtt mindenképp meg kell keresni a piaci rést, vagyis olyasmit kínálni, amiből vagy egyáltalán nincs, vagy csak szűkös a kínálat. **Hiába készítjük el az ötszázadik féle mustárt**, mert nem valószínű,

hogy a polcon levő mustársorból épp a mienket fogják kiválasztani.

Jó, ha úgy indulunk neki, hogy megcsináljuk, meg tudjuk csinálni, de ha mégsem, akkor sem vettünk semmit.