

Nyugat-Magyarországi Egyetem

Doktori (Ph.D.) értekezés tézisei

**EXKLUZÍV BÚTOROK MEGHATÁROZÓ FORMÁINAK ELEMZÉSE A  
HASZNÁLATI ÉS ESZTÉTIKAI FUNKCIÓK OPTIMÁLIS ARÁNYAINAK  
KIALAKÍTÁSA SZEMPONTJÁBÓL**

Antal Mária Réka

Sopron

2007

Doktori Iskola: Cziráki József Faanyagtudomány és Technológiák Doktori Iskola  
Vezető: Winkler András DSc.

Program: Fafeldolgozási technológiák  
Vezető: Kovács Zsolt CSc.

Tudományág: Anyagtudományok és technológiák

Témavezető: Kovács Zsolt CSc.

## 1. A kutatómunka előzményei

Áttanulmányoztam a meghatározó formák, a divatkövető stílusok, a használati és esztétikai funkciók, valamint ezen funkciók arányainak kérdéseivel kapcsolatos szakirodalmat. Az esztétikai funkciók különleges szerepet töltenek be az elemzés szempontjából. Az esztétikai minőséget az esztétikai, vagyis a pszichológiai termékfunkciók hordozzák. A terméktervező nagy álma, hogy egyszer egzaktan mérni tudja azt a hatást, amelyet az esztétikai illetve a pszichológiai funkciók kiváltanak az emberben. A kérdés minden esetben az, hogy az adott termékben, a mi esetünkben a bútoroknál, milyen a használati és esztétikai funkciók aránya. Ezt az arányt a vevő igénye határozza meg. Ahhoz, hogy ezt az arányt megállapítsuk, mérhetővé kell tenni mind a használati, mind az esztétikai funkciókat.

Nem ismert olyan konkrét, egzakt módszer, amely segítségével a használati vagy az esztétikai funkciókat, főleg az esztétikai funkciókat nevesítve meghatározhatnánk, mérhetnénk. Bizonyos kísérletek folytak arra vonatkozóan, hogy valamiféle egzakt meghatározását adjuk az esztétikai funkcióknak. Ez azonban még teljes választ e kérdésekre nem ad annak ellenére, hogy ez a kísérlet is a vevői értékítéletek modellezésére épült. Két rokon rendeltetésű termék minősége a funkció kielégítés szintjén mérhető. A kielégítés mértéke határozza meg, hogy melyik szebb, jobb, tetszetőbb. A vevő hajlandó egy szebb, kellemesebb hatású termékért többet fizetni esetleg akkor is, ha más használati funkciók paraméterei rosszabbak a "szebb" termékénél. Ha azonos használati paraméterekkel rendelkezik, akkor a szebbiket választja [Hegedűs 1994].

Hegedűs külön elemezte az esztétikai funkciók szerepét és új értelmezést fogalmazott meg. Miles elméletét vette alapul, vagyis azt, hogy a vevő a terméket azért vásárolja meg, hogy számára hasznot hozzon, és benne gyönyörködjön, vagy másnak gyönyörűséget okozzon. Miles szerint „az esztétikai funkciókat különféle módokon nevezhetjük meg, mert rangsorolásuk a vevő részéről teljesen szubjektív. Minden esztétikai funkcióra alkalmazhatónak látszó reális elnevezés az, hogy a vevőnek kedvére való. Annak feltárása, hogy pontosan mi az, ami a vevőnek tetszik, sokkal nehezebb, mint az, hogy milyen használati funkciókat igényel és miért hajlandó fizetni.” [Miles 1985].

A használati-esztétikai funkciók aránya akkor optimális, ha közelít a vevő igényei által meghatározott arányhoz.

Az üzleti világ ma sokkal összetettebb, a verseny még erősebb, mint az eddigiéik során. Az elmúlt években a hazai bútorgyártási szokások is gyökeresen megváltoztak. A tömegtermelés mellett egyre inkább előtérbe került az egyedi bútorok gyártása. A vevő és a bútor között kialakul egy személyes kapcsolat, az „egy termék egy vevő” kapcsolata. Az egyedi igények kielégítése magasabb árat és minőségi szintet vonz maga után. Az érzelmvilágnak különösen fontos szerep jut a piacon.

Hegedűs József 1994: A műszaki fejlesztés folyamatainak összehangolása és korszerűsítése értékelemzéssel. Doktori értekezés. Budapest.

Miles, D.L. 1985: Értékelemzés. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

## 2. A kutatómunka célja

A magas igény szintű exkluzív bútoroknál döntő szerepe van a formaalkotó elemeknek, a meghatározó formáknak és ezek használati funkciókkal való kapcsolódásának. Magától érthető tehát, hogy a komplex követelményrendszer összeállítása, a magas igény szintű bútorok (bútorcsalád) tervezésénél, a használati és esztétikai követelmények arányainak, összhangjának meghatározásával oldható meg.

A kutató munkámban a kiválasztott bútorcsaládoknál három fő szempont szerint végeztem az elemzést, ezek:

- használati funkciók és a konstrukciók összefüggései,
- a technológiai szempontok figyelembe vétele és
- az esztétikai szempontok érvényesülése.

Az esztétikum jelentéstartalmát általánosabban értelmeztem, ide értve

- a bútorok az egyén számára való látványértéket,
- a szociológiai vonatkozásokat,
- a formajegyek szemantikai tartalmát,
- a stílusirányzatokat, és
- a bútor kordokumentációs tartalmát.

Az elemzés rendező szempontjai általános útmutatóul szolgálnak az egyedi terméktervezés elméleti és gyakorlati módszertanában, figyelembe véve az anyag illetve funkcióválasztást, a formai megjelenést és a terméktervezés gazdasági oldalait és nem utolsósorban a különböző stílusokat, stílusirányzatokat. A következő rendező szempontokat választottam ki:

- használati tulajdonságok,
- esztétikai tulajdonságok,
- a domináns forma jellege,
- stílus hordozása,
- anyagpárosítás – technológiai jellemzők.

Az elméleti elemzést (szokások szerepe, divathatások, stílusirányzatok stb.) a gyakorlatba való átültetés támasztja alá (tervezés, gyártás, forgalmazás szempontjai szerint végzett elemzés).

Tudjuk, hogy a fa kedvező esztétikai és mechanikai tulajdonságai miatt régóta használt ipari alapanyag, a bútorkészítés elképzelhetetlen nélküle. Az exkluzív ("egyedi") jelző speciálisan megcélzott fogyasztócsoporthoz igény-kielégítésére utal. A fából készült termékek egyediségét a tömör fa elemek anatómiája, különböző megmunkálhatósága, konstrukciós formája, szilárdságtani tulajdonságai, más anyagokkal való kombinálhatósága, stílusvilága és bizonyos mértékben megismételhetetlensége adja.

Fő cél a használati és esztétikai funkciók arányának elemzése. Kísérletet teszek ezen arányok „mérésére”, tervezésére. Mivel a témakör (exkluzív bútorok) szempontjából az említett arányt - mint látványt – a látható formaalkotó elemek hordozzák, vizsgálom a formaalkotó elemek szerepét, hatását.

### **3. A kutatás módszertana**

A kutatómunkát a már felsorolt rendező szempontok szerint végeztem. A kutatást és ennek megfelelően a dolgozatot is, három fő részre osztottam ezek:

- elméleti jellegű szekunder kutatás,
- kísérletek, gyakorlati jellegű primer kutatás,
- az elméleti és gyakorlati eredmények ütköztetése, ennek alapján olyan következtetések kiemelése, amelyek a „tézisek” megfogalmazásához nyújtanak alapot.

A szekunder kutatásban megfogalmazott elméleti jellegű következtetéseket gyakorlati jellegű kísérletek támasztják alá.

A szekunder kutatás magába foglalja az elemzés rendező szempontjainak összefoglalását, a meghatározó formák szerepének áttekintését, a divatkövető stílusok összefüggéseinek megfogalmazását, a használati és esztétikai funkciók értelmezését és ezen funkciók arányának optimalizálási lehetőségeit. Az optimális arány mérésének lehetőségére két módszert alkalmaztam, éspedig a REM (Rangsoroló Eljárás Minőségfejlesztés) és az FMEA (Lehetséges hibák és következményeik elemzése) módszereket.

A primer kutatásokhoz bútorcsaládokat választottam ki és ismertettem azokat. Majd jellemeztem a meghatározó formákat, érzékeltetem a használati és esztétikai funkciókat valamint az optimális arányt ezeken a kiválasztott bútorcsaládokon.

A használati és esztétikai funkciók arányainak mérésére három módszert alkalmaztam:

- kérdőíves megkérdezésre alapozott mérés,
- mérés a REM módszer alkalmazásával,
- mérés az FMEA alkalmazásával.

A kérdőíves kutatáshoz elemeztem a piaci értékítéleteket, vizsgáltam a magyar bútortipar általános helyzetét. A piacot saját és mások által végzett kutatások alapján tekintettem át.

### **4. A kutatómunka eredményei**

A bútorgazdaság (a bútortipar) általános jellemzését a vonatkozó nagyszámú publikációk alapján végeztem el. Ezek alapján csak azokat a következtetéseket vettem alapul, amelyek alátámasztották és segítették a témakörben szereplő exkluzív bútorok elemzését. Ezért is van az, hogy a kutatási anyag még számos más következtetés levonását is lehetővé tenné (pl. vállalkozói ismeretek, vállalkozói viselkedések stb.).

Feltevéseimben lényegében a vevői (bútorfelhasználói) viselkedésekből indultam ki. A célnak megfelelően vizsgálódásaim a használati és esztétikai funkciók (értékek) köré csoportosultak. Így értelemszerűen a funkciók jelentéstartamának értelmezése behatárolta kutatásaimat. Ismeretes, hogy a termékfunkciók többek között a termék (bútor) és a használójának a kapcsolatát fejezik ki. A kapcsolat az intim formában is megjelenik és kifejezi azt a szimbiózist, amely kialakul a bútor és használója között. A vevői motivációk is ezt a kapcsolatrendszert követik, kutatásaimban is ezekből indultam ki.

Elméleti eredménynek tekinthetem a világszerte és hazai trendekből kiolvasható hatásokat. E szerint a világ az egy termék - egy vevő kapcsolat felé halad. Sikert az empirikus kutatásaimmal igazolni a bútoroknál is. Egyik legfontosabb megállapításom az, hogy az exkluzív bútor egyedi jellegű igényeket elégít ki.

A REM-et elvi síkon megismerve dolgoztam ki azt az „értékelő algoritmust”, amely jól használható a tervezésnél és értékesítésnél (a vevői igények kielégítésének modellezésénél). A gyakorlati összemérések, amelyeket a kidolgozott algoritmus szerint végeztem, igazolták korábbi feltevéseimet.

Összeméréseim egyébként igazoltak egy fontos elméleti tételt is, nevezetesen a kulturális minőség fogalmának létjogosultságát, gyakorlati felhasználását a bútorok világában.

Az elméletileg megfogalmazott számos más kiindulási alap és a gyakorlati eredményekkel történő ütköztetése is összecseng, és jó alapot nyújt a tézisek megfogalmazásához:

- a gyártási szférából a verseny a piacra tevődött át,
- a felsőbb vásárlói rétegeknél növekszik az exkluzív bútorok iránti igény,
- az életmód alakulás hatása a bútoripar innovációjára van a legnagyobb hatással (a bútor emberközeli termék),
- exkluzív bútoroknál a használati és esztétikai funkciók arányának értéke az esztétikai minőség felé tolódik,
- a bútorvásárlásnál erősödik az érzelmi motivációk halmazának hatása,
- a bútoroknál kialakuló termék-használó szimbiózis meggyorsítja a szokásváltozásokat.

## 5. Tézisek

1. Kutatásaim alapján állíthatom, hogy a bútorgazdaság strukturális változás előtt áll. Az elemzés eredményeiből az egyedi igények előretörését, erősödését kell kiemelni. Bizonyítottam, hogy a bútor-vevő viszonyt kifejező funkciótartalom változása a domináns momentum. Az alapvetően érzelemgazdálkodásra épülő bútor-vevő kapcsolat az egy bútor-egy vevő kapcsolatában fogalmazható meg.

A felmérés alapján levonom azt a következtetést, hogy az egyedi igények meghatározó hányada az exkluzív bútorok felé irányul. Ezt egyébként a minőség kérdéseinek vizsgálatai is alátámasztották. Ilyen formán megállapítható: az exkluzív bútorok egyedi jellegűek és megfelelnek az egy termék-egy vevő kapcsolat rendszerének.

2. Ismert, hogy a vevői motivációkból kiindulva, rendszertechnikai alapon a termékeket – így a bútorokat is – két alrendszerből építhetjük fel, ezek:

- a használati funkciók és
- az esztétikai funkciók alrendszere.

A vevői igények maximális kielégítése akkor valósul meg, amikor a két részfunkció aránya éppen olyan mértékű, amilyen mértékű a két terméktulajdonsággal, termékminőséggel kapcsolatos vevői elvárás aránya.

A REM és FMEA módszerével végzett kutatásaim alapján az a következtetés vonható le, hogy egyrészt ez az exkluzív termékeknél is fennáll, másrészt az exkluzivitást kifejező termék szint megvalósulásának alapvető feltétele, hogy a szóban forgó arány adott mértéket elérjen a bútorokon (lásd a dolgozat 43. old.).

Az (1) összefüggés gyakorlati alkalmazásához használati és esztétikai jellegszámokat javasoltam. Ezzel megmutattam az elméleti összefüggés bútorokra való gyakorlati alkalmazhatóságát és a bútorok tervezésénél lehetővé tettem a szubjektív értékítélet olyan számszerűsítését, amelyet a bútortervezésben is felhasználhatunk.

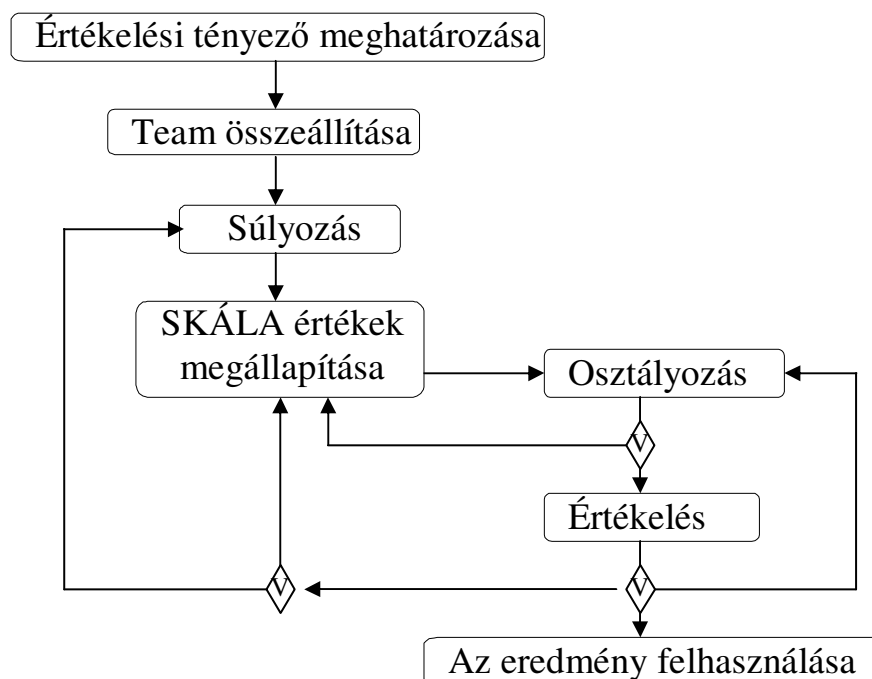
Ez az eljárás felhasználható a konkurenciaanalízisnél és a különféle termék minőségvizsgálatoknál is.

**3.** Megállapítottam, hogy a már említett használati és esztétikai funkciók arányának optimális mértékei az exkluzív bútoroknál magasabb minőségi szintnél valósulnak meg, mint a „tömegbútoroknál”. Vizsgálva a vevői magatartásokat azt az eredményt kaptam, hogy az exkluzív bútoroknál az esztétikai minőséget hordozó jellemzők (forma-szín harmónia, általános küllem, látványérték, harmónia stb.) ugyanolyan vagy magasabb használati igények mellett is előtérbe kerülnek. Ezzel azonos értékű a státuszszimbólum. Ez utóbbi az exkluzív bútoroknál magába foglalja az önkifejezés – önmegvalósítás magatartásjellemzőket is.

Az elemzés alapján levonható az a következtetés, hogy az exkluzív bútorok vásárlásakor a lelki motivációknak lényegesen nagyobb szerepük van, ez az általános küllemi (esztétikai) tulajdonságokat helyezi előtérbe, ami a forma-szín harmóniában fejeződik ki, ugyanakkor ez az alapja az „egyediség-minőségnek” is. A vásárlási-döntési folyamatban alapvető jelentősége van a vevő-exkluzív bútor „első találkozásának” még olyan esetekben is, amikor a vásárlás ténylegesen az első találkozás után valósul meg.

**4.** Elemzéseim alapján igazoltam, hogy a bútoroknál a stílusjegyeket alapvetően a meghatározó formák hordozzák (a stílusjegyeket ezen kívül más tényezők is, mint pl. anyag, anyag-technológia stb. befolyásolják). A meghatározó formák reprezentáns jellemzőit állapítottam meg. Ezek a jellemzők intuitív tényezők, meghatározásuk is az intuícióra épülő módszerekkel történhet (team munka, brain-storming, NCM módszer). A mintegy 240 jellemzőt tartalmazó halmazt 180-ra csökkentve lett kiválasztva a 10 jellemzőből álló részhalmaz (esztétikai élmény, anyag-szín harmónia, látható stílusjegyek, harmonikus megjelenés, tagoltság jellemző arányai, divatosság, stílustisztaság, korhűség, belső összhang, belső tagoltság), amelyre építve a kutatás eredményeként létrehozott ÉRTÉKELÉSI MÓDSZER épül.

A kialakított értékelési módszer alkalmazására az alábbi algoritmust dolgoztam ki:



1. ábra: Értékelési módszer

A „V” pontoknál visszacsatolási pontokat helyeztem el, lehetőséget adva a nem kielégítő mérés megismétlésére.

Az értékelési módszer felhasználási területei, lehetőségei:

- Exkluzív bútorok tervezése

A 10-es részhalmazt beépítjük a bútor teljes funkciórendszerébe. Ez azt jelenti, hogy a tervezéskor az esztétikai funkciók a részhalmaz elemeinek felhasználásán keresztül valósulnak meg. Az ismert módon változatokat dolgozunk ki, és ekkor a meghatározó formákkal jellemzett exkluzív bútor terveit kapjuk.

- Egy exkluzív bútor (bútorcsalád) jellemzése.

Itt az algoritmust használjuk fel.

- Több bútor/bútorcsalád „összemérése”, összehasonlítása, konkurenciaelemzés.

Itt a REM-et használjuk. A meghatározó formák (exkluzív jegyek) funkcióinak teljesítését (a teljesítés mértékét) határozzuk meg. A megfelelés %-a szerint rangsorolunk.

Megállapíthatunk egy küszöbértéket:

- a küszöbérték felett a bútorok megfelelnek az exkluzív követelményeknek
- a küszöb alatti értékeket hordozó bútorok nem tekinthetők exkluzív bútoroknak.

5. Megállapítottam, hogy az FMEA az esztétikai funkciókkal kapcsolatban is alkalmazható a termék minőségének a tervezési stádiumban való biztosítására. Ehhez az esztétikai funkciók mérésére van szükség, amire -módszer hiányában- eddig nem volt lehetőség. A dolgozatomban javasolt funkcióértékek, valamint a meghatározó stílusjegyek súlyszámai ezt lehetővé teszik. Ez az eljárás bekapcsolható a bútor teljes terméktervezési folyamatába. Ezt egy példa kidolgozása keretében igazoltam.



**6.** Kutatásaim alapján megállapítottam, hogy az Alvin Toffler által megfogalmazott **kulturális minőség** elemei az exkluzív bútoroknál meghatározóak. A kiválóság, mennyiség, változatosság a bútorok alapminőségét jelentősen emelik, ugyanakkor fokozottabban előtérbe kerülnek az általunk vizsgált összefüggések:

- használati és esztétikai értékek arányai,
- a meghatározó formák szerepe,
- divat-stílus összefüggései.

**7.** Kutatásaim megerősítik azt a korábbi felismerést, hogy a bútorgazdaságban a gyártási szférából a verseny áttevődött a piacra. Ez azt jelenti, hogy a piacon az igényelt minőségű termékek kell megjelenjen (természetessé vált a „jó minőség”) és a verseny ez után „kezdődik”. A bútortermékek a közép és felsőrétegből kerülnek ki. Ugyanakkor a felsőbb rétegből kikerülő vásárló figyelme egyre inkább az egyedi jelleget is hordozó exkluzív bútorok felé irányul.

A vevők döntéseit - az exkluzív bútoroknál döntő mértékben - érzelmi motivációjuk irányítja. A bútortermékek funkcióteljesítésének mérésére is olyan módszert kell választani, amely alapvetően az intuícóra épül. Ezt szolgálja a kreatológiai szempontok szerint felépített team-munka, ami igazolja ezt a tételt.

**8.** Kutatásaim alapján megállapítottam, hogy az egyedi igényeket kielégítő exkluzív bútornál a használati és esztétikai funkciók szimbiózisa úgy érvényesül, hogy maga a gyönyörködés (az esztétikai funkciók visszatükröződése) szokásváltozásokat generál. Mivel a szokások változása a piac legfőbb hajtóereje, így ez a hatás kioltja az exkluzív bútorok divattúrési tulajdonságát, és azok divatkövetővé válnak.

## 6. Tudományos közlemények, előadások

### *Közlemények, konferencia kiadványok*

1. Antal R., Gergely L. (1998): **VI. Faipari Szaktalálkozó – Székelyudvarhely**. Magyar Asztalos Faipari szakfolyóirat, 1998/06 pp.29.
2. Antal M.R. (1999): **Egyedi bútorok világa**. Intarzia Faipari szakfolyóirat (Románia), Székelyudvarhely 1999/6, pp.10.
3. Antal M.R. (1999): **Exkluzív bútorok formáinak elemzése a használati-esztétikai funkciók optimális arányainak kialakítása szempontjából**. "Tavaszi Szél" '99 Fialatal magyar tudományos kutatók és doktoranduszok III. világtalálkozója. Utókiadvány, Budapest, 1999, pp.41.
4. Antal R. (1999): **A használati és esztétikai funkciók aránya a bútoroknál**. Intarzia Faipari szakfolyóirat (Románia), Székelyudvarhely 1999/8, pp.6.
5. Antal R. (2000): **"Form Forum '99"**. Magyar Asztalos és Faipar 2000/1., pp.36-37.
6. Antal R.(2000): **"Forumul International de Design"** Intarzia (Románia) 2000/1., pp.16-17.
7. Antal M.R. (2001): **Irodater, munkahely elrendezés**. Irodabútorok 2001/2002, pp.25-27.
8. Antal M.R. (2001): **„Otthoni iroda” kialakításának szempontjai**. Magyar Asztalos és Faipar 2001/12, pp.84-85.
9. Antal M.R., Kovács Zs. (2002): **Az FMEA (Hibamód- és Hatás Elemzés) módszer alkalmazhatósága a bútorok tervezésénél előforduló hibák megelőzésére**. Faipar 2002/3, pp.3-8.
10. Antal M.R. (2002): **A divat és más tényezők hatása a stílus kialakítására**. Faipar 2002/8, pp.

### *Kutatási elemzésben részvétel*

A művészeti Menedzserképzés bevezetésének előkészítését, a bevezetés feltételrendszerének biztosítását szolgáló KUTATÁSOK-ELEMZÉSEK összefoglalása. 1999. Sopron.

### *Poszterek*

1. Antal M.R. (1999): **Exkluzív bútorok meghatározó formáinak elemzése a használati-esztétikai funkciók optimális arányainak kialakítása szempontjából**. „Tavaszi Szél” Posztergaléria, Budapest, 1999.
2. Antal R. (1999): **Analysis of determinative forms of furniture of excellent quality from the point of view of developing the optimal proportion of work and aesthetic functions**. Form Forum '99 the 1<sup>st</sup> International Design Meeting of Transilvania University of Brasov, Brasov, 20-22. November, 1999.
3. Antal M.R. (2000): **Exkluzív bútorok meghatározó formáinak elemzése a használati-esztétikai funkciók optimális arányainak kialakítása szempontjából**. „Tavaszi Szél” Posztergaléria, Gödöllő, 2000.

## *Előadások*

1. Antal M.R. (1997): **Épületek nyári felmelegedési viszonyait befolyásoló tényezők elemzése.**V. Faipari Szaktalálkozó, Székelyudvarhely (Románia), 1997
2. Antal M.R. (1998): **Beszámoló a bútorok használati és esztétikai funkciójáról.** "A XX. Század műszaki és tudományos megvalósításai" OSZN Kolozsvár (Románia), Faipari Szakosztály, 1998 október 16-18.
3. Antal M.R. (1999): **Exkluzív bútorok használati-esztétikai funkcióinak elemzése.** Doktori beszámoló, Sopron, 1999. április 22.
4. Antal M.R.(2000): **Egyedi bútorok** "Faipar 2000" VIII. Faipari Szaktalálkozó, Székelyudvarhely 2000 május 19. "Industria Lemnului 2000 - Faipar 2000", Intarzia folyóirat külökiadványa, Székelyudvarhely (Románia), 2000 május 19., pp. 13.
5. Antal M.R. (2002): **A divat és más tényezők hatása a stílus kialakítására.** A magyar tudomány napja 2002 Tudományos Konferencia, Sopron, 2002 november 28.
6. Antal M.R. (2003): **Faipari termékek tervezése az értékelemzés felhasználásával.** VII. Nemzetközi Értékelemzési Konferencia, Budapest, 2003 április 24-25.