

Lakberendezéssel kapcsolatos attitűdök a magyar bútórvásárlóknál (3. rész)

PAKAINÉ KOVÁTS Judit¹, TAKÁTS Alexandra¹, BEDNÁRIK Éva¹,
PÉCHY László¹

¹ NymE FMK, Informatikai és Gazdasági Intézet

Kivonat

A magyar bútórpiacon 2009-ben együttműködve a Magyar Bútor- és Faipari Szövetséggel országos lakossági kutatás keretében vizsgáltuk. A vizsgálat célja az volt, hogy országosan képet nyerjünk a következő két évben bútórvásárlást tervezők attitűdjeiről, az általuk használt bútorokról, igényeikről, a termékválasztást befolyásoló tényezőkről, preferált üzlettypusokról, elfogadott kommunikációs csatornákról. Cikkünkben a magyar bútórvásárlók lakberendezéssel kapcsolatos attitűdjéről számolunk be.

Kulcsszavak: lakberendezési attitűd, lakással kapcsolatos attitűd, bútórválasztási döntés

Habits of hungarian furniture customers in terms of home furnishing (Part 3)

Abstract

A nationwide survey was carried out to explore the Hungarian furniture market in 2009 cooperating with the Association of Hungarian Furniture and Woodworking Industries. The objective of the survey was to gain general overview of the habits of people intending to buy furniture during the next two years. The furnitures they generally use, their demands, the factors influencing their product choice were also examined. The preferred type of retailers and the accepted communication channels were examined as well. In this article, the habits of the Hungarian furniture customers are discussed in terms of home furnishing.

Key words: attitude to interior furnishing, attitude to home, decision of furniture choice

Bevezetés

A magyar bútórpiacon 2009-ben – együttműködve a Magyar Bútor- és Faipari Szövetséggel – országos lakossági kutatás keretében vizsgáltuk. A vizsgálat célja az volt, hogy országosan képet nyerjünk a következő két évben bútórvásárlást tervezők attitűdjeiről, az általuk használt bútorokról, igényeikről, termékválasztási szokásaikról.

A minta összesen 1300 főt tett ki, akiknek a választott kérdőív segítségével személyesen rögzítettük. A regionális kvóta (budapesti, nyugat-magyarországi, kelet-magyarországi) szerint a megkérdezettek eloszlása követte az országos arányokat. Cikk-sorozatunk harmadik részében a bútórvásárlók saját lakásukkal kapcsolatos elégedettségéről, a lakberendezéssel kapcsolatos attitűdjéről számolunk be.

Vizsgálati módszerek

A kutatás során két csoportban tettünk fel attitűdre vonatkozó kérdést a vásárlóknak: a lakással kapcsolatosan és a lakberendezéssel kapcsolatban. A lakásra vonatkozóan látható, hogy a vásárlók többsége mérsékelten ugyan, de azért inkább elégedett otthonával és ennek megfelelően szívesen mutatja barátainak is, de van azért igénye arra, hogy több időt fordítson a berendezésre, viszont nem gyakran rendezi át a bútorokat. A legfiatalabbak és a legidősebbek között van némi eltérés a kérdést illetően, mert a legidősebbek kevésbé rendeznék át lakásukat, mint a fiatalok.

A nyugat-magyarországiak kevésbé elégedettek a lakásukkal, a kelet-magyarországiak szívesebben mutatják meg barátaiknak, és ők szeretnék a leginkább

több időt fordítani a berendezésre és próbálnának többet is költeni rá. A budapestiek elégedettebbek, így kevésbé aktívak a lakásukkal kapcsolatosan: kevésbé szeretnék időt és pénzt költeni rá. A nők aktívabbak az otthonnal kapcsolatosan, gyakrabban átrendezik és szeretnék több időt és pénzt költeni rá, mint a férfiak. Az inaktív felnőtt háztartások érthetően a lakással kapcsolatosan is passzívabbak: kevésbé költenének több időt és pénzt az otthonra, és ritkábban rendezik át a bútorokat.

Mielőtt rátérünk 2009-es kutatásunk lakossági attitűdök lakberendezéssel kapcsolatos eredményeinek vizsgálatára, fontosnak tartjuk korábbi, a témában végzett kutatások közül Kapitány-Kapitány (2000) eredményeinek ismertetését. A szerzőpáros a lakások és értékrendszerek alakulásának vizsgálatakor megállapította, hogy „a lakáshasználatban alapvetően két értékrendszer jelenléte figyelhető meg, amelyek időben egymásra épülve alakultak ki, de napjainkban is egymás mellett párhuzamosan és keveredve vannak jelen” (Kapitány-Kapitány, 1995). A két értékrendszer a „szokáskövető-hagyományörző” és a „polgári-individualisztikus” értékrend. A „szokáskövető-hagyományörzők” alapértéke a másokhoz való igazodás. Az értékrendszer követőjét az igazodásban a „középelv” vezérli, amely szerint az átlagos színvonal a mérvadó. Azé a tér, aki dolgozik, az élet középpontjában a munkavégzés áll. Rögzítve van, hogy mi tartozik a munka világába és mi az ünnepi szférába. Ez a lakás terében is egyértelmű, amelyek berendezését mindig a szigorú funkcionalitás irányítja. Az értékrendszer fontos jellemzője az állandóság, a hagyomány tisztelete. Apró változások mellett az összkép egészét illetően erősen érvényesül a hagyomány, „a járt utat a járatlanért el ne hagyd” elve.

A másik jellemző értékrendszer a „polgári-individualisztikus”, melynek középpontjában az egyén áll. Mottója: érezd magad kényelmesen. Jellemző a lakás „megpuhítása”, „kibélelése”. Értékké válik a változtatás, az átrendezés. „Más vagy, mint mások, legyen a lakásod is más.” Az egyén fontosnak érzi, hogy élete személyes emlékeivel vegye körül magát, hogy tárgyai az ő egyéni ízlését tükrözzék. Mintái azonban az egyénközpontú embernek is vannak. Ez a divat. Azért utánoz, hogy így váljék egyedivé, mások figyelmére érdemessé.

Magyarországon a két értékrendszer közötti váltás a hatvanas években tömegessé vált. Olyan módon ment végbe, hogy kevert formákat eredményezett. A két értékrendszer keveredett, fokozatos eltolódás jött

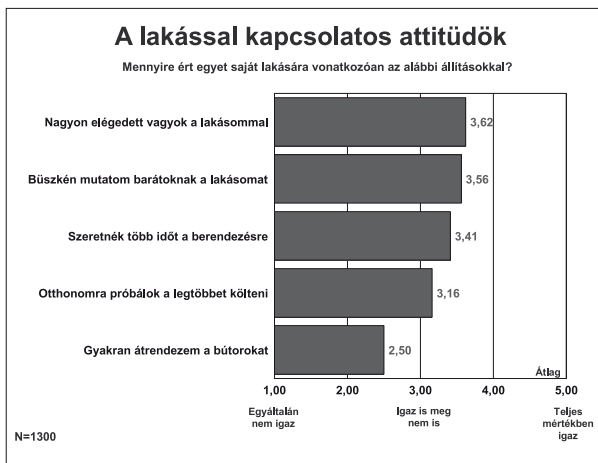
létre az individualisztikus értékrendszer irányába. A szerzőpáros (Kapitány-Kapitány, 2000) szerint a XX. század végén keresett a „polgári lakás”, de a polgári életforma már a szocializmusban eszménnyé vált: az egyéni felemelkedés jelképévé, a nyugati életforma és jómód szimbólumává. A „polgári” lakás a polgárosodás városi modelljében alakult ki, de a polgárosodás a falu – a parasztság illetve a nemesség – polgárosodása is, és a polgárosodó értelmiség jelentős része éppen a paraszti és nemesi hagyományokhoz folyamodik. Az ilyen lakásokban megjelenő népi elem egyszerre hordozza a természet felé fordulást és a nemzeti szimbolikát, a népművészet erős esztétikumát.

A XX. század vég lakásait vizsgálva a szerzőpáros megállapította, hogy a lakások építésére jellemző a lakásméret növekedése, amely az egyén szerepének felértékelődésére utal a társadalom-közösség-egyen háromszögben. Jellemző emellett a természet előtérbe helyezése (Kapitány-Kapitány, 2000). Ezzel összefüggésben az építkezések során a panoráma-kilátás fontossá válik, ami egyrészt a „státusz-növelő érzés” hatása, másrészt a tájjal való kapcsolat miatt kiemelendő.

A kutatók megállapítása szerint a kor emberének elképzelt otthona, erősen idilli világ, hasonlít a múlt századi romantikus életideálhoz. Jellemzők a neoromantika, illetve a biedermeier korának tárgyi elemei. Az idill fontos eleme a hétköznapi ünnepvé tétele. Terjednek azok az elemek a lakásban, amelyek az ünnepi hangulat kiterjesztését szolgálják. A kor eszményi lakása a látványlakás, ahol minden helyiséggel kapcsolatosan kívánatos, hogy azok „szépek” legyenek. Ez egyrészt szolgálja a kifelé forduló, önmaga sikerességét mások elismerésén mérő társadalom szükségleteit, másrészt az egyén, mint individuum szükségleteit. Az esztétikum egyik értékét a fogyasztói társadalom terjeszti, amely szerint az egyik legfontosabb érték az élvezet, a kellemesség. A másik értékét az adja, hogy a század fordulóján éppen az egyéni integritás és a világ ezzel összefüggő rehumanizációjának szüksége tűnik az egyik kulcskérdésnek.

A Kapitány-Kapitány (2000) leírja, hogy a kor társadalmára jellemző a kettősség: egyrészt a kifelé fordulás „kívülről irányítottság”, másrészt az önmagára való figyelés. Egyfelől jellemző a lazább, kevésbé tekintély centrikus formák és szokások terjedése, másfelől igen sok a presztízsjelzés.

A kutatási eredmények szemléltetését szolgálják az 1-6 ábrák.



1. ábra A lakással kapcsolatos attitűdök

Figure 1 Housing related habits

Eredmények összefoglalása

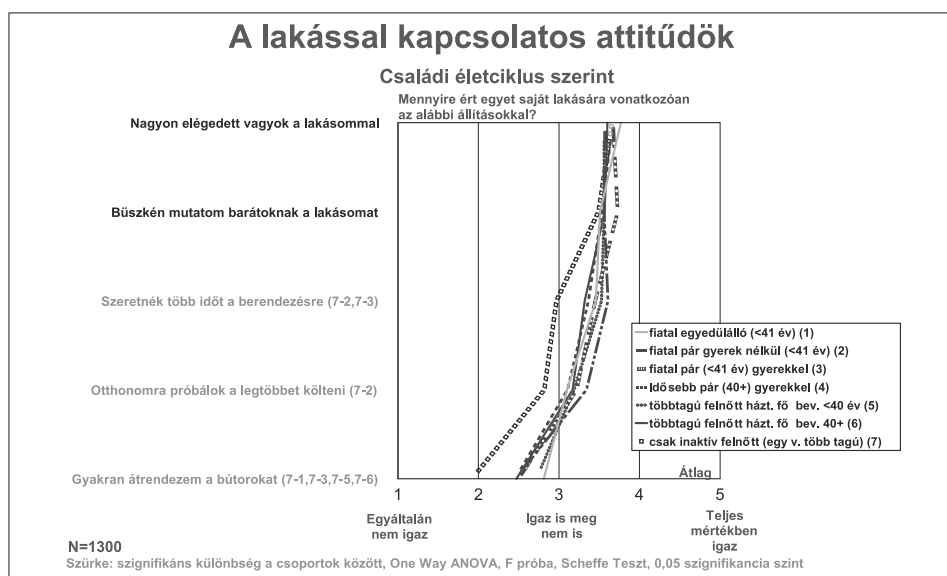
2009-ben végzett saját felmérésünkben a lakberendezéssel kapcsolatosan azt láthatjuk, hogy a bútorgyártók számára az egységes stílus viszont nem ilyen szigorú feltétel a bútorgyártáskor, ahogyan a bútorok gyakoribb cseréje és a formatervezett bútor sem erős igény a vásárlók körében. Fontos igény a berendezéskor azonban a tartósság, a kényelem és a praktikum. Korcsoportokat tekintve a legidősebb korosztálynál (51+) láthatjuk, hogy a bútor tartósságát a többiekénél is fontosabbnak tartja, a modern és a formatervezett bútort kevésbé kedveli, és kevésbé szeretne bútort cserélni.

Kelet-Magyarországon fontosabb a hosszú élet-tartamú bútor, mint Nyugat-Magyarországon.



2. ábra A lakással kapcsolatos attitűdök régiók szerint

Figure 2 Housing related habits in different regions



3. ábra A lakással kapcsolatos attitűdök családi életciklus szerint

Figure 3 Housing related habits depending on the family life cycle



4. ábra A lakberendezéssel kapcsolatos attitűdök

Figure 4 Interior decoration related habits

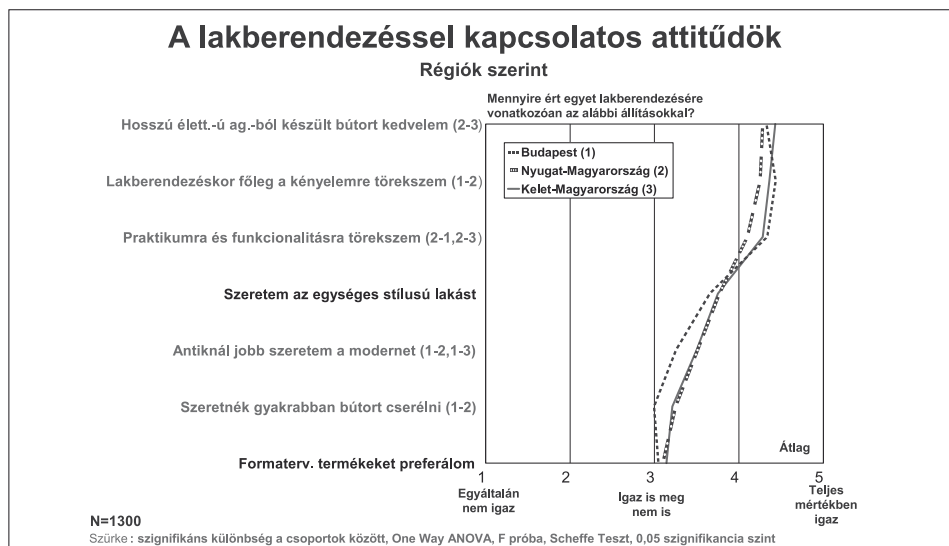
Budapesten inkább kényelemre törekszenek, mint Nyugat-Magyarországon, itt kevésbé kedvelik a modern stílust és kevésbé szeretnék gyakrabban bútort cserélni.

A nők inkább törekednek praktikumra, gyakrabban újítanak a berendezést, jobban kedvelik az egységes modern stílust, mint a férfiak.

Irodalomjegyzék

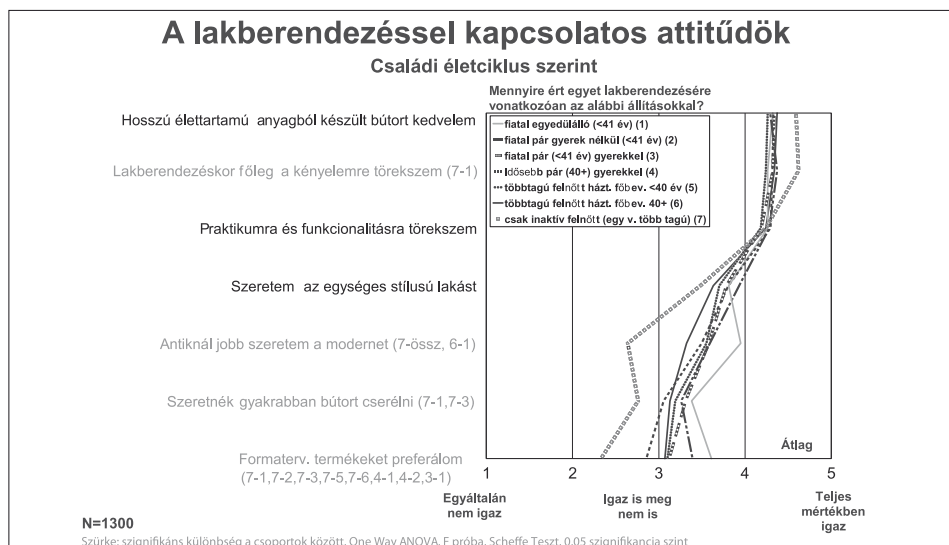
Kapitány Á, Kapitány G (1995) Rejtjelek 2 – fejezetek a mindennapi élet antropológiájából. Kossuth Kiadó

Kapitány Á, Kapitány G (2000) Beszélő házak. Kossuth Kiadó



5. ábra A lakberendezéssel kapcsolatos attitűdök régiók szerint

Figure 5 Interior decoration related habits in different regions



6. ábra A lakberendezéssel kapcsolatos attitűdök családi életciklus szerint

Figure 6 Interior decoration related habits depending on the family life cycle