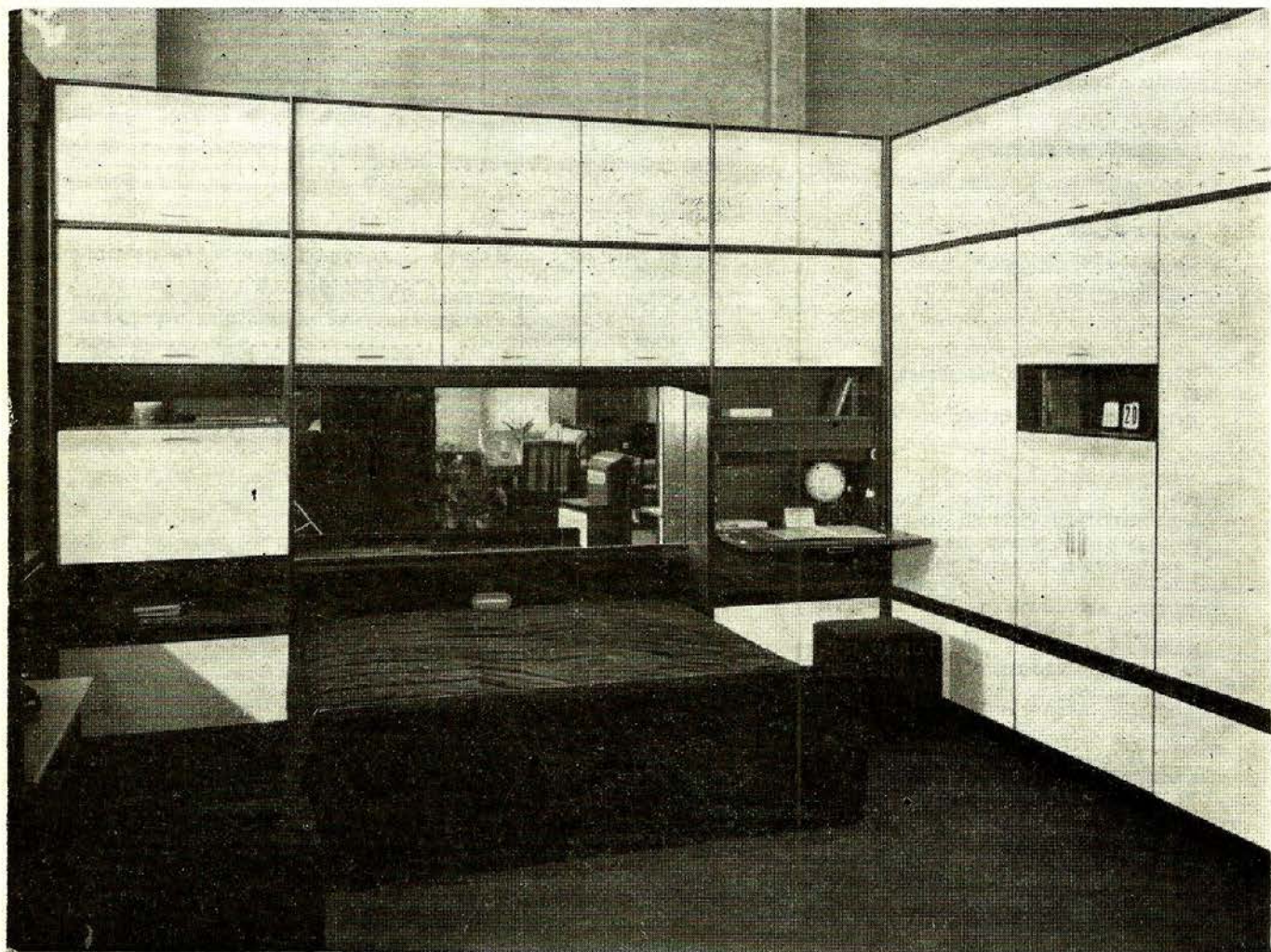


FAIPAR

A FAIPAR MŰSZAKI FOLYÓIRATA 1984. FEBRUÁR XXXIV. ÉVF.



FAIPAR

Szerkesztésért felelős
RIEPERGER LÁSZLÓ

Szerkesztő bizottság:

Dr. Bakay István, Chronovszky Ferenc,
dr. Cziráki József, Glatz János,
Lele Dezső,
dr. Lugosi Armand, Matlák Zoltán,
dr. Molnár Ferenc, dr. Petri László,
dr. Sebestyén Tiborné, Somogyi László,
dr. Somkúti Elemér, Strobl Kálmán,
Sümegey Gábor, dr. h. c. dr. Szabó Dénes,
Szvetkó Nándor, Szendrői Csaba.

Szerkesztőség címe:
Budapest V., Anker köz 1-3.
Tel.: 227-861.

Kiadja a Lapkiadó Vállalat,
1073 Budapest, Lenin krt. 9-11.
Telefon: 221-293.
Levélcím: 1906 Pf. 222.

Felelős kiadó:
SIKLÓSI NORBERT
vezérigazgató

Révai Nyomda Egri Gyáregysége, Eger.
84. 1722
F. v.: Horváth Józsefné dr.

Terjeszti a Magyar Posta. Előfizethető
a hírlapkézbesítő postahivataloknál és a
Posta Központi Hírlap Irodánál (posta-
cím: Budapest V., József nádor tér 1. —
1900) közvetlenül vagy postautalványon,
valamint átutalással a KHI 215-96 162
pénzforgalmi jelzőszámra.
Külföldön terjeszti a „KULTÚRA” Kül-
kereskedelmi Vállalat, H-1389 Budapest.
Postafiók: 149.

Előfizetési ár fél évre: 90,- Ft.

Egyes szám ára: 15,- Ft.

Megjelenik: havonta.

Index: 25 281

HU ISSN 0014-6397

TARTALOM

<i>Filep István</i> : Bútorok az 1983 őszi BNV-n	33
<i>Szabó Pál</i> : Beszélgetés egy kitüntetés alkalmából	43
<i>Budaházy István</i> : A marketing szerepe és jelentősége a vállalat- vezetésben	47
<i>Dr. Hargitai László</i> : A 3M módszer alkalmazása a fűrészipari termelés kézi műveleteinek megszervezéséhez	56
<i>Jakál László</i> : Ragasztóanyagok penetrációjának hatása a ra- gasztási szilárdságra	59
<i>Barna József</i> : 125 éves a Szegedi Gyufagyár	61

INHALT

<i>Filep István</i> : Möbeln auf der Budapester Herbstmesse 1983...	33
<i>Szabó Pál</i> : Ein Gespräch gelegentlich einer Auszeichnung.....	43
<i>Budaházy István</i> : Die Rolle und Bedeutung der Marketing in der Unternehmenführung	47
<i>Dr. Hargitai László</i> : Die Anwendung der Methoden von wissen- schaftlichen Arbeitsorganisation in der Organisation der Handarbeitsoperationen von Sägeindustrie.....	56
<i>Jakál László</i> : Die Wirkung der Penetration von Klebemateria- lien auf die Klebefestigkeit	59
125 Jahre der Szegediner Zündholzfabrik	61

CONTENTS

<i>Filep István</i> : Furniture at the Budapest Autumn Fair of 1983.	33
<i>Szabó Pál</i> : A talk on occasion of awarding a badge of honour...	43
<i>Budaházy István</i> : The role and importance of the marketing in the enterprise management	47
<i>Dr. Hargitai László</i> : Application of the „3M” method in organ- izing of the manual operations in the sawing industry.....	56
<i>Jakál László</i> : The impact of the penetration of adhesives on the strenght of the sticking.....	59
Match factory in Szeged 125 yers old	61

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Filep István</i> : Мебели на Будапештской осенней ярмарке 1983-гог	33
<i>Szabó Pál</i> : Разговор по поводу вручения одного награждения <i>Budaházy István</i> : Роль и значение маркетинга в управле- нии предприятием	47
<i>Dr. Hargitai László</i> : Применение методов НОТ при органи- зации ручных операций в лесопилной промышленности.	56
<i>Jakál László</i> : Влияние пенетрации склеивающих материалов на прочность клеек	59
125 лет фабрика спичек в г. Сегед	61

Melléklet. *Filep István*: Az őszi BNV-n kiállított bútorok

A címlapon: A BNV-díjas Flamingó elemes bútor, Budapesti
Bútoripari Vállalat

A lapban megjelent cikkek szerzői:

Budaházy István nyugdíjas; *Jakál László*, egyetemi tanársegéd
(EFE Sopron); *Filep István* művészeti vezető (DOMUS Lakber.
Áruház V.); *Szabó Pál* nyugdíjas; *Dr. Zoller Vilmos* tudományos
főoszt. vez. (FKI); *Barna József* szem. oszt. vez. (Gyufaipari V.);
Dr. Hargitai László egyet. adj. (EFE Sopron); *Kiss Sándor* irá-
nyító tervező (BIFI); *Szendrői Csaba*, műszaki-gazdasági tanács-
adó (SZKIV)

FAIPAR

FAIPARI TUDOMÁNYOS EGYESÜLET MINT AZ MTESZ TAGEGYESÜLETÉNEK LAPJA

Bútorok az 1983. évi őszi BNV-n

Filep István

A lakberendezési szakma szokásos őszi seregszemléjére a Budapesti Őszi Nemzetközi Vásár keretein belül szeptember 16. és 25. között került sor.

Az A pavilonban mutatkozott be a magyar bútortipar és lakástextilipar, az F pavilonban a külföldi bútorokat és lakástextileket láthattuk, s itt állítottak ki az egyéb lakberendezési tárgyakat készítő (üveg, finomkerámia, világítótestek stb.) vállalatok.

E két pavilonon kívül láthattunk bútort még a B pavilonban a Nyugat-magyarországi Fagazdasági Kombinát házaiban, és a 46-os pavilonban, ahol a Domus Áruház rendezett vásárlással egybekötött bemutatót.

A vásáron szinte minden jelentős bútorgyártó részt vett. A jelentősebb termelők közül hiányoltuk az Alföldi Bútorgyárat, a Carbon Könnyűipari Vállalatot, a gyulai Fa- és Fém-bútor Szövetkezetet, a zalaegerszegi Műbútor Szövetkezetet.

A bútoros kiállítók helye lényegében igazodott a korábbi évek gyakorlatához és a látogatók a megszokott helyén találták a Bútoripari Egyesülést, a BUBIV, a SZKIV, a Zala, a Kanizsa termékeit. Néhány vállalat új helyet kapott (Szatmár Bútorgyár, Tisza Bútoripari Vállalat).

A kiállítás területi elhelyezkedése jónak mondható; valamennyi kiállító termékei jó elhelyezésben és többnyire jó rendezésben mutakozhattak be.

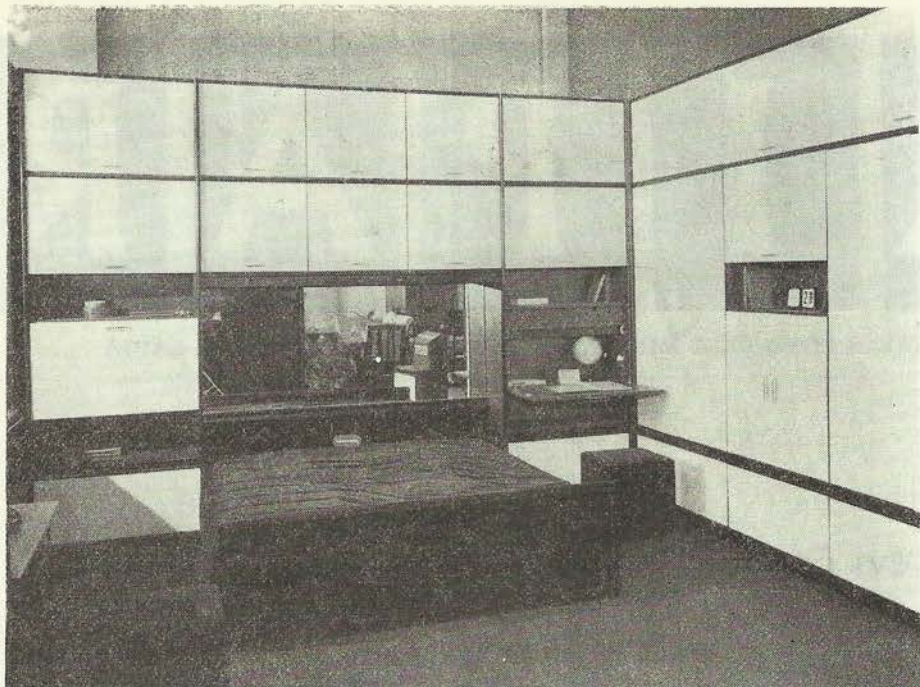
Új színtöltő volt a kiállításnak a Bútoripari Fejlesztési Intézet összefogásával kialakított házigyári bemutató, melynek területén 4 lakást építettek fel és rendeztek be zömmel kereskedelmi forgalomban levő bútorokkal. A lakások bejáratánál részletes információkat adtak, hány lakó számára, milyen termékekből rendezték be a lakásokat. Sajnálatos tényként kell leszögeznünk, hogy e bemutatóból olyan bútorok maradtak ki, melyek nélkül a jó házigyári berendezés ma már elképzelhetetlen. Nem szerepelt e bemutatón a Réka, a Horizont, a Flamingó, a Harmónia, a Viktória, a Mozaik, a Hobby, tehát a legnagyobb szériában

készülő magyar elemes bútorcsaládok, amelyek elsősorban alkalmasak a házigyári lakások berendezésére. Komplettszobákkal házigyári lakásokat berendezni nem lehet, ezért fordult elő az, hogy több szoba egyes bútorai raktárba kerültek, mert nem fértek be a kis alapterületű lakásokba. Néhány berendezés (például Debrecen Bútorgyár) iskolapéldája volt annak, hogyan nem szabad berendezni lakásokat. Ennél a szobánál szinte minden bútorarabot meg kellett volna mozgatni ahhoz, hogy a bútorokat a funkciónak megfelelően lehessen használni. Enyhítette a bemutató hibáit a helyszíni filmvetítés, mely során valóban jó példákat mutattak be a házigyári szobák berendezésére. (Garzon, Mozaik és Réka bútorokkal).

Az 1966 őszi megrendezett első Otthon kiállítás óta a szakmában végbement változásokat egészében véve jól tükrözte a 18. Otthon kiállítás. A legfontosabb eredménynek azt könyvelhetjük el, hogy a kiállítás is igazolta, hogy a bútortipar és annak nyomán a bútorkereskedelem jobban közelít a fogyasztói igényekhez, s a bemutatott termékek zöme vagy már sorozatban gyártott, vagy sorozatgyártásra előkészített bútor. Ezt elmondhatjuk akkor is, ha ugyanakkor megállapítjuk, hogy a nemzetközi vásár jellegből kifolyóan — különösen a szövetkezeti iparnál — jelentős helyet kaptak a vásáron az exportcélú termékek is.

Az ipar átszervezésével és a kiállítás rendezésével kapcsolatos változások következményeként elmaradt az évtizedeken át megszokott, a bemutatott anyagot értékelő bútortipari és kereskedelmi szakmai nap, nem volt gyártmányfejlesztési pályázat s elmaradt — miután rendezőbizottság sem volt — a zsűri értékelése, s így a kiállított anyag széles körű szakmai megvitatása. Egyedül a szövetkezeti ipar tartott szakmai értékelést, s adott ki díjakat a szokásos BNV-díjak mellett.

A kiállítás egészét jellemző sok pozitívum mellett már most fel kell hívnunk a figyelmet egy negatív jelenségre, mely hovatovább veszélyessé is válhat, s a gyári karakterek területén elért ered-



Hálószoba-összeállítás
Flamingó elemekből.
Tervező: Farkasinszky
Zoltán. Gyártó: Buda-
pesti Bútoripari Vállalat
BNV díjas

ményeket megkérdőjelezheti és uniformizálhatja. Több gyártónál (Kanizsa Bútorgyár, Zala Bútorgyár, Szatmár Bútorgyár stb.) jelentkeztek a Nyugat-magyarországi Fagazdasági Kombinát által gyártott, azonos színű, mintázatú fóliával bevont lapok a frontfelületeken és ugyanaz a fogantyú. Úgy véljük, e területen előrelépésre van szükség, bizonyos egyeztetésre, a fogantyúk területén pedig gyári típusok kialakítására. Nagy hiba lenne a gyártmányfejlesztés területén elért jelentős eredményeinket ilyen kényszerű uniformizálással veszélyeztetni.

A hazai bútoros kiállítók csaknem 4000 m² hasznos alapterületen gyárak szerinti elkülönítésben mutatták be termékeiket.

A **Budapesti Bútoripari Vállalat** kiállításáról az idén évek óta először hiányzott a legértettebb termékünk a Réka. Ezt indokoltnak látjuk, s azt is, hogy új típusokkal jelentek meg.

A Flamingó elemes bútorcsalád e néven másodszor mutatkozott be. (A korábbi kiállításokon Tip néven szerepel.) A bútor esztétikailag kiemelkedően jó, színei, arányai ehhez jelentősen hozzájárulnak. Problémája, hogy a megszokottnál komplikáltabb a szerelése s vitatható a felső ajtó sor felfelé nyíló megoldása, mely már-már a használhatóság rovására megy.

A Horizont bútorcsalád továbbfejlesztett változatként mutatták be a Panoráma elemes bútorcsaládot. Arányaiban, funkciójában, szerelhetőségében, esztétikai megjelenésében jó bútorregyüttes. A sorozatgyártás során esetleg más fóliák alkalmazása is indokolt lenne.

A Piramis bútorcsalád kicsit konzervatív megjelenésű, inkább a hagyományos szekrény sorokhoz áll közel. Magassága nem szerencsés, nem használja ki jól a kis alapterületű lakások terét. Variálhatósága korlátozott, s az alkalmazott fogantyúk is zavaróan hatnak. A bútor továbbfejlesztésre szorul.

A bemutatott többi korpuszbútor közül a Maya család tagjai funkcionálisan jó bútorok, s díszítésükkel, szerelvényeikkel jól újították fel e 15 éve készülő bútorcsaládot.

Kiemelkedően jó bútorokat mutatott be a BUBIV a különböző ülő- és fekvőbútorok területén is. Nagyon esztétikus, reprezentatív a Petra, a Bernadett, a Kamilla, a Szonja, a Molly II ülőgarnitúra, az Adél és Adrien fotel és az Álom-Lux franciaágy. Kierlelt típusok a kiállított ebédlőszékek, egyéb szülő székek és fotelek is.

Úgy véljük, egy területen kellene a BUBIV-nak még előbbrelépnie: a kárpitozott garnitúrák asztalai nem elég változatosak, túlságosan egyszerűek a reprezentatív garnitúrákhoz viszonyítva.

A Budapesti Bútoripari Vállalat eredményeit fémjelzi, hogy Flamingó elemes bútorcsaládjuk elnyerte a BNV díját.

A Bútoripari Egyesülés tagvállalatai egységes installációban és egységes rendezésben mutatták be váltakozó színvonalú szekrényeiket.

Az **Agria Bútorgyár** kiállításának fő helyén az Agria szekrény sor és kárpitozott garnitúrát mutatta be. A szekrény sor újdonsága az áthidaló rész, mely lehetővé teszi nagyméretű garnitúra szekrény sorba való behelyezését, ezzel az elemmel a szekrény sor értéke jelentősen emelkedett, és felhasználhatósági köre bővült. A kárpitozott garnitúra az átdolgozás során ugyancsak értékesebbé vált, merevségét oldotta a puhább és íveltebb kárpitozás és a kanapéra elhelyezett betét.

Adonisz garnitúrájuk és a Wally kényelmes, jó ülőbútor, melynek kiállítási értékét növelték a csempebetétes Páris asztalok, amelyek stílusban, formában jól illeszkednek a garnitúrákhoz. Jók voltak kiegészítőik az Agria faliképek és lámpák is. Ismert kiegészítő kisbútoraik mellett újdonságuk a Tokaj bútorcsalád svéd. A bútorcsalád igényes kivitelű, variálható svedfalból és ülőgarnitúrából, valamint azonos formajegyeket viselő bár-

garnitúrából áll. Kérdés, hogy a gyár szűk kapacitása, futó termékeik népszerűsége mikor engedi meg e termékek sorozatgyártását.

Az előző években megszokott magas nivójú kiállítást hozott a **Balaton Bútorgyár**. Egész kiállításuk magas, az európai színvonalat elérő nivót képviselt, s szinte valamennyi termékük igényes gyártmányfejlesztésről tanúskodott. E gyár szinte észrevétlenül egyik legjobb üzemünké vált, amit jeleznek az elismerések is, a korábbi BNV-díjak, a Rotonda bútorcsalád ez évi ipari formatervezési nivódíja, s jelentősen növekedő exportjuk is. Nagyon nehéz eldönteni, hogy a sok kiemelkedő termék közül melyeket emeljük ki. Igen tetszetek a Magor, a Balaton étkezők, a Rotonda asztalok és székek, a Karina asztal, a Richárd és Dominó székcsalád és még sorolhatnánk tovább a neveket.

Jelentős ellentmondások jellemezték a **Bácska Bútoripari Vállalat** kiállítását.

Szériában készülő, rusztikus jellegű, ismerten jó arányú Melódia szekrényeiket áthidalóval és kinyitható étkezőlappal bővítették, mely e bútor értékeit tovább emeli. Nem mondható már ilyen szerencsésnek a rusztikus állványszerkezetű Sugár elemes bútorcsaládjuk, mely igen sok stílusbeli és formai ellentmondást tartalmaz. Méretei elhibáztak, arányai rosszak. Kirívóan rossz bútor a Melódia rusztikál néven kiállított kárpitozott bútor. Embertelen méretek, rengeteg anyag, ebből következően hatalmas súly jellemzi; mindenképpen használhatatlan bútor, melyet nem lett volna szabad kiállítani.

Jelentősen előrelépett tavalyi kiállításához és sorozatban gyártott termékeikhez viszonyítva is a **Çardo Bútorgyár**.

A fehér felületű, házigyári lakások berendezésére kiválóan alkalmas Karina bútorcsalád érdekes megoldású szekrényágya sorozatgyártás esetén

hiánycikket pótolna, jók a kiegészítő kis korpuszok és a szekciós kárpit is.

Az Áron rusztikus tölgy lakószoba igen igényes kivitelű, gazdag funkciójú bútor.

Siena néven érdekes stílusú bútorokat (ülőgarnitúra és korpuszok) is kiállítottak; esztétikailag kiemelkedően jó bútorok ezek, de csupán ízelítők egy gyártmánycsaládból. Úgy véljük, ez a stílus hazai gyártásunkból hiányzik, és feltétlen szükség lenne a további elemek (étkezőasztal, szék, íróasztal stb.) gyártására is.

Teljesen új bútorokkal jelentkezett a **Debrecen Bútorgyár**. Hajdúság elemes korpusz programjuk állványos rendszerű, az újonnan épülő lakások belmagasságához igazodó bútorcsalád. A padló és a mennyezet közé behelyezhető állványok közé szerelhető polcok és korpuszok több arányproblémát vetnek fel. A sötét változat nagy összeállításának alsó elemei túl mélyek, az elemek közti állványok és az alsó sor között funkciótlán rész keletkezik, mely a takarítást is gátolja.

Az alacsony összeállítás (világos) arányai rosszak és az esztétikai megjelenés az állványok merev kiállása miatt csökkent értékű. Mindkét együttes csak jelentős átdolgozás után funkcionál jól. Kiállított kárpitozott bútoraik közül a Derű sarokelemes garnitúra jó együttes, míg az Ötlet nevű túlméretezett, ládaszerű.

Érdekes piackutatást végzett kiállításával az **Ipoly Bútorgyár**. Kolumbia állványos elemes programjukat három helyen állították ki: a sima, díszítés nélküli összeállítások szerepeltek a 46-os pavilon Domus kiállításán és az egyik házigyári lakásban, míg a gyári standon ennek rusztikus változata volt látható. Úgy tűnik egy kicsit, hogy a rusztikus változat bemutatásával még egy, a piacon be nem futott bútor konkurenciáját saját maguk



Rotonda székcsalád
Tervező:
Vásárhelyi János.
Gyártó:
Balaton Bútorgyár



teremtették meg, mert a rusztikus változat kivitele, megjelenése lényegesen jobbnak tűnt.

A Kolumbia program funkcióban gazdag, egységes stílusú jó együttes, s igen dicséretes kezdeményezés néhány kiegészítővel (íróasztal, akasztós szekrény) egyik legjobb állványos bútorcsaláddá válhat.

Az Ipoly másik újdonsága az Éden szisztém lapra szerelhető elemes bútor volt. A bútor arányai jók, de bizonyos konstrukciós problémák még jelentkezhetnek a bemutatott típuson. (Az alsó szekrényelem felső lapja és a hátfallemez közt nyitott hézag volt, a hátfallemez rögzítés nélkül lebegett.) A továbbfejlesztés során törekedni kell a nagyobb variálhatósági lehetőségekre, mert a bemutatott összeállítás inkább könyvtárjellegű volt.

A Pécsi Bútorgyár ismét bemutatta a tavalyi BNV-n már kiállított (s korábban más gyárak által többször variált) Doboz bútorcsaládját. A gyakorlat azt igazolja, hogy ezt a szétaprózott, a funkcionális követelményeket nem teljesítő, rossz színben kiállított bútorcsaládot a magyar piac nem igényli.

Natur tölgy felületekkel, díszlécekkel állították ki a Pannónia II. és Mecsek IV. szekrényeket, melyek a funkcionális követelményeket kielégítették, de esztétikailag újat nem hoznak.

Jó együttest képeznek a Zengő étkezőasztalai és székei, de a tálalószekrény túl egyszerű, jellegtelen. Továbbfejlesztésre szorul.

Igen nívós anyaggal, jelentős fejlődést mutat a Szekszárdi Bútoripari Vállalat.

Kiállításukon kiemelkedően jó volt futótermékeik továbbfejlesztett változataiként jelentkező ke-

ményfa csiga díszítésű Szirén IV. garnitúrájuk, s jó arányú, kényelmes bútor a Szirén V. is.

Formai újdonság Tiberisz garnitúrájuk, mely kétszemélyes ágyat rejt magában.

Gyerekbútor-szegény világunkban igen jelentősnek érezzük a 3 férőhelyes Öcsi ágycsaládot, mely sokak berendezési gondjának megoldásában segíthet.

Kiállításukat szerencsésen egészítették ki kiegészítő kisbútoraik.

Megszokott magas nívón állította ki termékeit a Garzon Székesfehérvári Bútoripari Vállalat.

Kiállításpolitikájuk évek óta konzekvens. A vállalat helyzetének és súlyának megfelelő kiállítási területükön rendszeresen kiállítják sorozatban gyártott termékeiket (az idén a Pólót, a Passzátot, a Barbát), s ezek mellett új termékekkel is jelentkeznek. Bútoraik általános jellemzője, hogy a szekrényösszeállítások aránya, az alkalmazott színkombinációk és az egész esztétikai megjelenés kiemelkedően jó. Újdonságaik közül kiemelhetjük a jól méretezett gyermek- és ifjúsági bútorok egyaránt használható Zsófi szobát; a Barba bútorcsalád funkcionális követelményeket magas fokon kielégítő középmagas sorát és igen praktikus íróasztalát, valamint a híradástechnikai méretezéseket maximálisan figyelembe vevő hi-fi-tornyot.

Kooperációban készülő bútort is állítottak ki, a Varadin I. és Varadin II. szekrényeket. A Varadin II.-t emeljük ki. Keretszerű frontkiképzéssel, igen ízléses fogantyúkkal, jó funkciókkal rendelkező, igen esztétikus bútor ez.

Fejlesztés alatt álló bútorként állították ki új irodabútorait, melyek jól elégitik ki a funkció-

Zsófia ifjúsági szoba
 Gyártó: Garzon
 Székesfehérvári
 Bútoripari Vállalat



nális követelményeket, megjelenésük pedig igen reprezentatív.

Évek óta megszokott helyén mutatta be sorozatban gyártott új termékeit a **Kanizsa Bútorgyár**.

Az előző évekhez viszonyítva kiállításuk egységesebb, kielégítőbb bútorok sorát mutatta be. Külön is dicsérendő, hogy az előző éveknél jobban törekedtek az otthonosságra. Elkerülték a zsúfoltságot, s a felhasznált díszítőelemeik jól illeszkedtek a bútorokhoz; magas esztétikai értékűek voltak, és jelentősen hozzájárultak az egész kiállítás tartalmi színvonalának emelkedéséhez. (A kiállítás tervezője, Tóth Tibor egy iparművész kollektívát kért fel a kiegészítő tárgyak elkészítésére.)

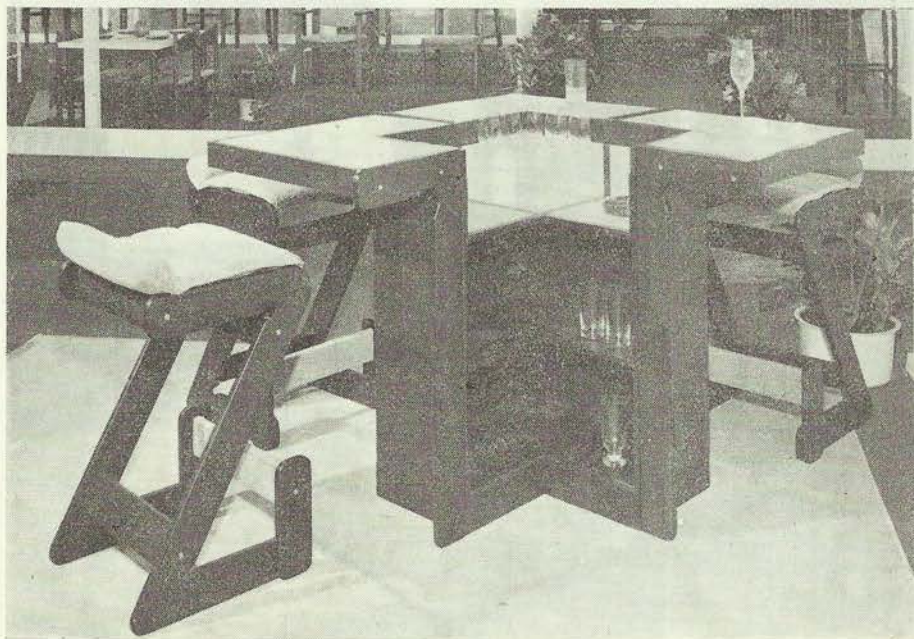
Kiállításukon egy külön házigyári részt is kialakítottak, s a Szonáta és Viktória elemes bútorcsaládjukkal bizonyították, hogy esztétikusan, szépen

és jól használhatóan is be lehet rendezni a szűk alapterületű házigyári lakásokat.

Kiállításuk nagy alapterülete, a bemutatott sokféle elemes bútor, szekrénysor, kárpitozott garnitúra valószínűleg mennyiségben elszakad a konkrét gyártási lehetőségektől, de ez nem von le abból a tényből, hogy törekedtek a legszelebb körű választék bemutatására.

Házigyári lakásban mutatták be a teak felületű, végigmenő húzókkal ellátott, Szonáta elemes bútorcsaládot, amely a korábbi Mozaik és Harmónia továbbfejlesztett változata. Jó arányú, jó funkciójú bútorcsalád, melyet jól egészített ki az újszerű formai megjelenésű Milady ülögarnitúra.

Ugyancsak házigyári lakásban kapott helyet a Viktória svédfal, melynek kiállítása nagyon jól sikerült.



Tokaj bárgarnitúra
 Tervező: Szigeti Katalin
 Gyártó: Agria Bútorgyár



Kolumbia rusztikus
elemes bútorcsalád
Gyártó: Ipoly Bútorgyár

A bemutatott új elemes családok közül a Rondó család (Rondó Póló, Rondó Junior, Rondó Rusztik) lapra szerelhető jó arányú együttes, melyet jobb fogantyúkkal, s a fóliák változtatásával még tovább lehetne gazdagítani.

A Montána család összeállításai közül a Szenior sor emelkedett ki vízszintes bema­rásokkal díszített zsalus hatású frontfelületével.

A bemutatott szekrény­sorok közül a jugoszláv kooperációban készült újszerű megjelenésű Admirál sort, a Hága és Teca III. rusztikus sorokat, a Hédit és a Hildát emelhetjük ki. Az ívelt sarkú réz­betétes, díszléces Hannibál sor is jó együttes.

Napjainkban jelentkező fogyasztói igény kielégítésére törekedtek a fehér frontfelületű, sötét mahagóni rátétes, rézhűzós Hajnal hálószoba bemutatásával.

Gazdag kárpitozott bútorválasztékukból kiemelhetjük a Toledót, a Janka és Michel sarokgarnitúrát, a Zita, Lídia, Viola, Máté együtteseket, valamint a már sorozatban gyártott Szabinát és Füle­st.

A Bútoripari Egyesü­lésből kilépett Szatmár Bútorgyár új helyen, a főközlekedési út mellett nagy alapterületen állított ki. Lehet, hogy itteni elhelyezésük véletlenül adódott, de egy kicsit jelképnek érezzük: ez a csendben fejlődött bútorgyár termékeivel is jelentősen előrelépett.

A gyár régi törekvésének megfelelően kiállításának központjába elemes bútorokat állított. A Máté bútorcsalád teljes elemskáláját új sötét fóliával kasírozott felülettel, végigmenő húzókkal mutatta be. Az elemek közt mai lakásunk funkcionális követelményeinek megfelelő elemek találhatók



Szonáta elemes bútor­
család és
Milady garnitúra
Tervező: Tóth Tibor
Gyártó:
Kanizsa Bútorgyár

Nárcisz konyhabútor

Tervező:

Rományi László

Gyártó: Tisza

Bútoripari Vállalat



(rövid és hosszú híd, szőlő íróasztal és ágyneműtartó is van a tároló bútorok mellett).

A Szabolcs ugyancsak elemes, elsősorban a fiataloknak készülő bútorcsalád. Úgy érezzük, itt a rendezés nem volt szerencsés, az egyes összeállítások zsúfoltnak hatottak (egy boxban, a sarok kihasználása nélkül több összeállítás), s a kicsit sápadt felületeket sem öltöztették fel kellően díszítő tárgyakkal. Hiányoltuk a tavalyi kiállításon nagy sikert aratott tételválasztó bemutatását.

Jelentősen előrelépett a Szatmár Bútorgyár a kárpitozott bútorok területén is, melyek közül az Anita, Flóra és Szamos minden vonatkozásban jó bútor. A Szabolcs elemes kárpitozott garnitúra több változatban mutatkozott be. Jó stílusú együttes. Leggazdagabb változata a sarokelemes. A Szatmár kiállításán szerepelt még a sorozatban készülő Szamos és Luxor szekrényesor, valamint a Bereg nevet viselő faragott étkező, amely export célkitűzéseket szolgál.

Az előző évek során megszokottnál lényegesen kisebb területen rendezte meg kiállítását a **Szék- és Kárpitosipari Vállalat**.

A csökkentett alapterületen az újdonságok aránya is csökkent. Kiemelkedően jók voltak a Thonet technikával készülő együttesek, s ezek minden régiségükkel is újszerűnek hatottak, de a kárpitozott bútorok területén többet vártunk. Tény ugyan, hogy minden évben e területen sem lehet nagyon sok újat hozni, de a Szék- és Kárpitosipari Vállalat a korábbi években mindig tudott hozni kicsattanóan nagy sikerű újdonságot, ami most elmaradt. Ezzel együtt azt mondhatjuk, hogy sok apró újítással, s néhány új bútorral igyekeztek tartani korábbi színvonalukat.

A bemutatott termékek közül néhányat külön is kiemelünk:

A Virág hálószoba új elemmel bővült, egyszemélyes ágya érdekes formaképzésű.

A Vivi heverő egyszerű szerkezettel jó, olcsó bútor lehet,

Igen praktikusak és jó formai megjelenésűek a Dódi és Gergő összecusukható székek.

A DH 84 hintaszék zárt, hajlított szerkezettel és különálló ülőkeként is használható láb-tartóval, igen szép együttes.

A Vivi hajlított ülőgarnitúra nádfonatos kar- és támlabetéttel készül, nagy ívekre épülő új forma.

A Sandra jó arányú, esztétikus megjelenésű fotelcsalád.

A gyártott termékek továbbfejlesztett változatai közül az Obelux kolonialisított garnitúrát és a rusztikus fakarbetétes Apolló Luxot emeljük ki.

Modul-Lux konyhabútor

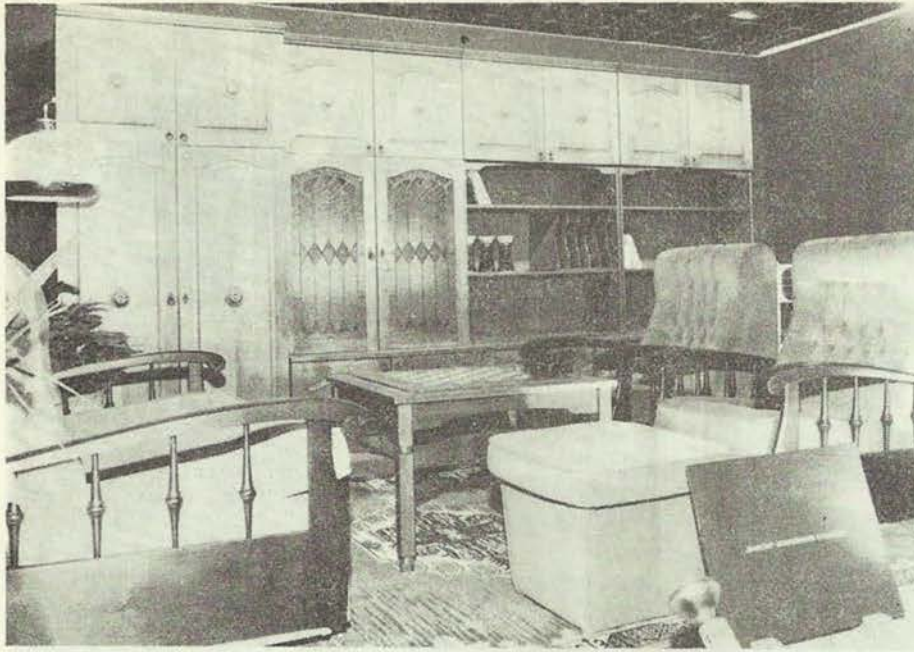
Tervező:

Rományi László

Gyártó: Tisza

Bútoripari Vállalat





A Szék. és Kárpitosipari Vállalat egész kiállításának legjobban sikerült darabjai a különböző étkező garnitúrák (Zsuzsa, Kaiser stb.) voltak, s nagyon reméljük, hogy a jövő évi kiállításon ezek nivójára emelt kárpitozott garnitúrákkal is találkozhatunk.

Az utóbbi évek kiállításain szinte állandóan változott a Tisza Bútoripari Vállalat bemutatójának a színhelye. Az idén új helyre kerülve, a főútvonalon az első kiállítóként jelentek meg, s ez talán termékeikre is jellemző volt, mert igen színvonalas és sok újat hozó volt kiállításuk.

Úgy tűnik, a vállalat nem használja ki monopolhelyzetét, nem elégszik meg az elért eredményekkel, hanem tervszerűen fejleszti gyártmányait. Úgy követi az európai divatot, hogy a hazai konyhaadottságoknak megfelelő, jól méretezett, az ergonómiai követelményeket figyelembe vevő konyhákkal jelentkezik minden évben. Idei kiállításukon a sorozatban készülő termékek, s azok továbbfejlesztett változatai mellett merőben új megoldásokkal is jelentkezett, s kiállításuk egésze a BNV egyik legjobb része volt.

Az étkezőlappal ellátott, sarokelemet is tartalmazó Nárcisz konyhabútorok tölgy rusztikus frontja újszerű volt. Arányai, egész megjelenése kiemelkedően jó.

A kerekített étkezőlapú és felső polcokkal is ellátott sarokelemes Boróka konyha funkcionálisan gazdag, esztétikus együttes volt, aminek nagyon elegáns a színösszeállítás. (Fehér korpusz, sötétbarna munkalap, drapp front, barna húzó.) Kivételesen szép alkotás éppúgy, mint az étkezőlappal, felső íves áthidaló polcokkal, beépített világítással megjelent Mályva, mely esztétikailag is kiemelkedett a bemutató anyagából.

A Fenyő rusztikus konyhánál nem sikerült egészen a színösszeállítás (natúr front, fekete láb, zöld lap, fehér korpusz), s így az egyébként jó arányú bútor nem érte el a többiek nivóját.

Újszerű alapfunkciójú bútorokat tartalmazó a Vikend konyha, melyet remélhetően tovább fogunk még fejleszteni.

Minden vonatkozásban jó bútorok a Délép számára készített K—2 és K—8 konyhák, s az egyéb szériatermékek közül a Moréna, a TR, a Deka és a Magnólia. Vitatkozhatunk viszont a Zemplén konyhával, mely eléggé kommersz típus. A piros frontfelület többek szerint konyhába nem ajánlott, s nem szerencsés a piros felületen jelentkező piros húzó sem.

Ha választani kellene a Tisza konyhái közül, nagyon nehéz lenne a döntés, de a Boróka, a Mályva és a Nárcisz mindenképpen a legjobbak közé tartozik.

A Zala Bútorgyár nagy alapterületű kiállításának egésze magas műszaki színvonalról tett bizonyosságot. Kiállításuk az elvileg olcsó, sima lapraszerelhető bútoroktól a fűrészáruval kombinált nagyon szépen kivitelezett mives elemes bútorokig át a stílusbútor felé törekvő Koloniál típusokig hatalmas skálát mutatott be, melyek láttán csak egy kérdésünk van, vajon mi a realitás a gyártás vonatkozásában. Úgy tűnik, a fentiekben vázolt 3 profil — nem beszélve még a gazdag kárpitozott választékról — sok egy gyár számára még akkor is, ha ez lenne az ideális.

Az egyszerű vonalvezetésű, lapraszerelhető E szekrény sorok összmegejelenése a gyár tíz évvel ezelőtti bútoraira emlékeztet. Nem kiérlelt, sok mélységi, magassági arányproblémát, konstrukciós ellentmondást tartalmaznak. A világos papírfólia még külön rontja az egyik összeállításnál az összhatást és teljesen stelázi jellegűvé változtatja a bútort. Úgy tűnik, a régebbi típusok megjelenése is jobb volt, s ebből a bútorból csak komoly áttervezéssel válhat szériatermék.

A Hetés szekrény sorok mindkét változata egyszerű, az alapfunkciókat jól kielégítő együttes.

A Béta hálószoba jó átlagot képvisel, legfeljebb elhelyezésén vitatkozhatnánk: mai lakásméreteket

Szírén kárpitozott
garnitúra

Tervező:
Heczendorfer László
Gyártó: Szekszárdi
Bútoripari Vállalat



figyelembe véve az öltözködőasztal és a komód más helyre kívánkozna.

A koloniál a gyár igen keresett és sorozatban gyártott — korábban BNV díjjal már kitüntetett — változatai a Verona háló, a Verona II., Verona III. szekrény sorok a funkcionális követelményeket jól elégítik ki, s saját stílusvilágukon belül egységesek.

Új koloniál bútoraik a H.I. és a H. II. gazdagon díszített változatok, melyek a magyar koloniál formajegyeit jobban magukon viselik. Ezek között újszerű a jól kihasználható alacsony szekrény sor és a dolgozószobában kiállított ülögarnitúra.

A tavalyi vásáron nagy sikert aratott, de sorozatban nem gyártott Magda bútorcsalád több új változata, elemes összeállításai igen impozánsak s igen magas esztétikai és műszaki munkáról tesznek bizonyosságot, éppen úgy, mint a Léda változatok. Ezek között is merőben újszerű a felső íves kiképzésű szekrényösszeállítás. Nemes arányú a hálószoba, s kiemelkedően szép annak alacsony szekrény sora. E bútorcsalád egyes elemeit a gyár a házigyári bemutatón is kiállította, s itt bizonyította, hogy a család elemei a kis alapterületű lakások berendezésére is alkalmasak.

A gyár bemutatójának egésze előkelő helyezést szerzett a kiállításon a Zala Bútorgyár részére, és méltán váltott ki nagy közönségérdeklődést, s indokoltan nyerte el Néró ülögarnitúrájuk a BNV-díjat is.

A megszokottnál valamivel kisebb területen került sor a **faipari szövetkezetek** bemutatójának megrendezésére. E bemutatót kettősség jellemezte, egyrészt törekedtek a várható export-érdeklődés kielégítésére, másrészt hazai felhasználásra is terveztek bútorokat. A kiállító szövetkezetek eltérő szakmai felkészültsége és az eltérő irányzatok az egységes értékelést lehetetlenné teszik, így csupán arra szorítkozunk, hogy röviden megemlítsünk

néhány — pozitív vagy negatív előjellel — kiemelkedő terméket.

A BNV díját az idén a Zalaszentgróti Faipari Szövetkezet koloniálnak mondott, de a koloniál díszítő elemeket csak részben tartalmazó, de jó arányú bútorcsaládjára nyerte el.

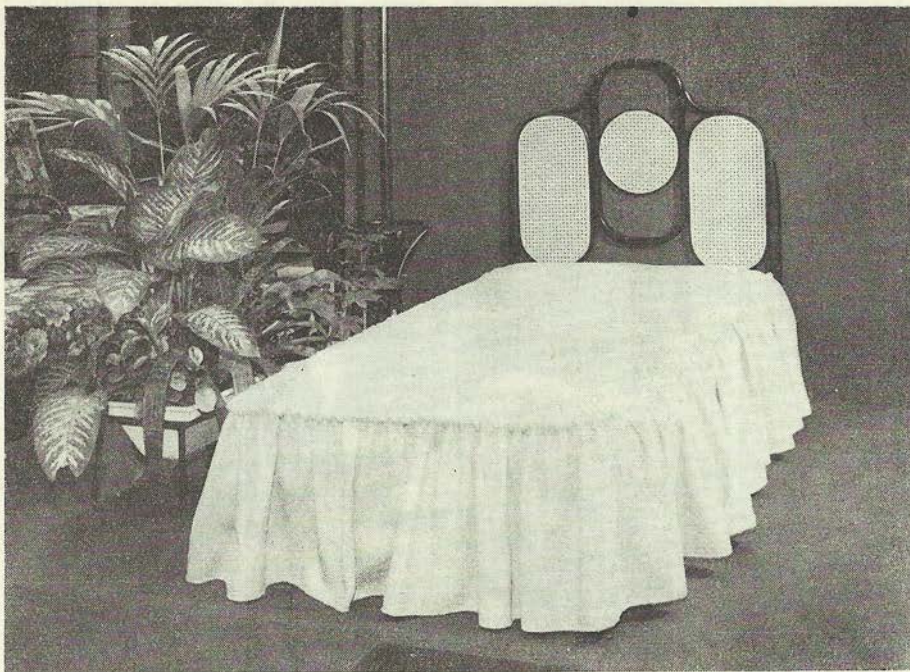
Teljes egészében a skandináv irányzatok jellemezték a Bajai Lakberendező Szövetkezet kiállítását. Termékeik közül a Friedland és Coppland kárpitozott garnitúrák és a Szigfrid család emelkedett ki. (A szövetkezet a vásár után Budapest belvárosában, a Fehérhajó utcában nyitott a Népművészeti Vállalattal közös, árusítással egybekötött bemutatótermet, mely iránt az első napokban hatalmas érdeklődés nyilvánult meg, bizonyítva a fenyő bútor iránti hazai érdeklődést.)

A Szegedi Bútoripari Szövetkezet anyagából a különböző rusztikus formájú jó arányú székek (Szonja, Amanda, Dóra stb.) mellett az OKISZ oklevéllel is kitüntetett, nagyon igényesen kivitelezett szekrény sorot emeljük ki.

Koloniál bútorral igényes kivitelben jelentkezett a Béke Szövetkezet (Emese szekrény sor), a Debreceni Asztalosipari Szövetkezet (Debrecen IV. szekrény sor és kisbútorok), a Bástya Bútorkészítő Kisszövetkezet (Bástya termékcsalád, szekrény sor, könyvszekrény, komód, falipolc, virágállvány) Neobarokk (dolgozószoba) bútort állított ki, a Soproni Bútoripari Szövetkezet, a Fejlődés Bútoripari Szövetkezet (Derby ebédlő) a Békéscsabai Bútoripari Szövetkezet (Csaba nappali szoba), a Szikra Műbútor és Faipari Szövetkezet (Terézia, Lukrécia komódok).

A rusztikus bútorok közül kiemelhetjük a Pécsi Faipari Szövetkezet E 32 rusztikus szekrényeit, a Veszprém megyei Bútoripari Szövetkezet (Zefir II. szekrény sorát).

A kárpitozott termékek között nagyon szép volt a Budapesti Kárpitos és Díszítő Szövetkezet Lord ülögarnitúrája, T 100/S modern sarokgarnitúrája,



Virág ágy

Tervező:

Perecsi Mariann

*Gyártó: Szék- és
Kárpitosipari Vállalat*

az Ülőbútor Ipari Szövetkezet Lujza garnitúrája, A Minőségi Kárpitosipari Szövetkezet Ili neobarrokk garnitúrája.

A Mezőkövesdi Asztalos Szövetkezet gyerekbútorcsaládja gyermekbútornak alkalmatlan, teljes félreértés.

A Ferromechanikai Ipari Szövetkezet elemes fürdőszoba családja nagyon gyenge munka, még az alapvető funkcionális igényeket sem elégíti ki, éppúgy, mint a Varia modul néven bemutatott együttesük.

A szövetkezeti bútorigar bemutatójának egésze a magyar kézműipar magas színvonalát és lehetőségeit szemléltette. Jó lenne viszont, ha szövetkezeteink több tervezőt foglalkoztatnának, mert a

tervezői munka hiánya nagyon sok bútoron érezhető volt.

Az őszi BNV bútorbemutatóját az újonnan alakult **Lágymányosi Faipari Vállalat** egészítette ki. MBL konyhabútor-családjuk, különösen paliszander zsalsus kivitelben aratott megérdemelt sikert.

Az őszi BNV bútorbemutatója minden valószínűség szerint a reálisnál jobb képet adott a magyar bútorigarról. Nem voltak a kiállításon érzékelhetők azok a problémák (alapanyag-ellátás, lakk, festék, hab), amelyek sajnos a mindennapi gyártás során jelentkeznek. Ezzel együtt az idén több volt a pozitívum, mint az előző években, s reméljük a bemutatott termékek döntő többsége bekerül a jövő évben a hazai üzletekbe.

HIRDESSEN A

Faiparban

A hirdetések az alábbi címre küldendők:

LAPKIADÓ VÁLLALAT HIRDETÉSI OSZTÁLYA,
BUDAPEST, XIV., ZICHY GÉZA UTCA 8.

Beszélgetés egy kitüntetés alkalmából

Szabó Pál

SÜMEGHY GÁBOR a Faipari Kutatóintézet tudományos osztályvezetője szeptember 30-án, Bábolnán ünnepi gyűlés keretében vette át az építésügyi és városfejlesztési miniszter, SZOT és az OTH által adományozott *Kiváló Feltaláló* kitüntetés arany fokozatát.

A kitüntető elismerést 1970 óta folytatott folyamatos feltalálói tevékenységéért nyerte el. 8 találmánya és Nyugat-Európában, valamint a tengerentúli fejlett ipari országokban elnyert szabadalmi között új ablakrendszerek, új faipari kötés-módok, építőipari célú anyagkombinációk és új ajtógyártási rendszerek szerepelnek.

A kitüntetés alkalmából a FATE Fűrész- Lemezipari Szakosztálya felkereste Sümeghy Gábort.

A faipart a köztudatban a hagyományos iparágak közé sorolják. Hogyan lehetséges, hogy Ön mégis e szakterületen 8 találmány és még ennél is több hazai és külföldi szabadalom megalkotója?

— Sajnos, elég hosszú időbe telt, míg megtanultuk, hogy az „új” belépésével a „hagyományos” nem szűnik meg, legfeljebb az arányok megváltozása következik be. A paneles építési mód sem szüntette meg a téglafalazást, a metró mellett még villamosok is járnak, és van már számtalan műanyag és kombinált anyagú ablakszerkezet is, ennek ellenére a faszerkezetek értéke semmit sem csökkent, sőt megbecsülni most tanultuk meg igazán.

Úgy ítéli meg, hogy a faiparban a fejlesztés lehetősége akár olyan mértékben is adott, mint a gépiparban, vagy az építőiparban?

— Igen... sőt! 15—20 évvel ezelőtt nehéz időszakot éltünk át. Nagyon sokan állították, hogy az ezredfordulóra ajtót, ablakot, bútort kizárólag műanyagból, illetve műfáéleségekből fogunk gyártani. Ez nem kedvezett a természetes fát feldolgozó faipari ágazat fejlesztésének. Ma egész más a helyzet, a fejlesztés ütemét is kell tartani, és a lemaradást is pótolni kell.

A faanyag gyenge minősége és korlátozott rendelkezésre állása nem akadály a fejlesztésnek?

— A fa természetes anyag. Mint ahogy két egyforma ember sem létezik, úgy két egyforma fadarab sem. Ez nagyon szép dolog, de egyesek számára ijesztő is. A legrosszabb minőségű faanyag legalább fele részben tartalmaz kiváló minőségű részt. A „jót” emberből-fából „kihozni” nehéz feladat, de megkerülni bűnös dolog. Ahol a gyengébb minőségű részek aránya nagyon magas, ott indokolt a farostlemez és forgácslap feldolgozásra gondolni, ahol azonban az arány kedvezőbb, ott más eljárásokat kell számításba venni. A fát csak olyan mértékben szabad kis egységekre bontani, amennyire az okvetlenül szükséges, mert minél kisebb egységekre bontjuk, annál nagyobb energia-befektetés szükséges, és az alaptulajdonságok sem javulnak. A mennyiség? A magyar erdőgazda-

ság évi 7—8 millió m³ fát termel ki, az éves lakásépítési programhoz 250 000 m³ kell. Egyébként még egy tény: a pvc előállítása 10 000 kWó/t, alumíniumé 17 000 kWó/t, az ipari feldolgozásra kész fűrészáru előállítása 900 kWó/t energiát igényel. A fa továbbfeldolgozása szerkezetévé még kedvezőbb képet mutat, mert a természetes faanyag megmunkálása igényli a legkevesebb energiát. Azt hiszem, a hazai faszerkezet-gyártás fejlesztésének indokoltságára nyomósabb érveket nem lehet felhozni.

Sokan hivatkoznak arra, hogy azért nem lehet minőségi faszerkezeteket gyártani, mert az alapanyag minősége rossz.

— Ezt a „direkt” feldolgozás makacs hívei állítják. Ha a kezdet kezdetén valaki azt mondta volna, hogy a nyersvas kemény, rideg, ezért „nem jó”, és ezt elfogadták volna, úgy sohasem került volna sor az edzési, ötvözesi stb. eljárások megvalósítására. Ebből mérhetetlen kár keletkezett volna. Szerencsénk, hogy elődeink a „gyenge minőségű” nyárfából már lassan egy évszázada kiváló minőségű rétegelt lemezt és bútorlapot tudtak csinálni. Ezt nem mint „korszerűtlent” elvetni, hanem továbbfejleszteni kellett volna, de figyelmünket elterelte a forgács- és farostlemezgyártás lehetősége. Nem ismertük fel, hogy ez a másik véglet. A két véglet között vannak lehetőségek, különösen nekünk, magyaroknak, akiknek sok fánk van, de „fajtája”, „minősége” sajátságosan „magyaros”, mindemellett azért még a rossz „minőségű” fa sem tekinthető önmagában rossz nyersanyagnak, sőt... Abba a hibába estünk, mint a bevezetőben mondtam, hogy az új megjelenésével a hagyományost kicsit „agyonütöttük”.

Konkrét példát is mondana?

— Igen. Egyik — Nyugat-Európában és tengerentúlon is — szabadalmazott találmányom a fafurnér és műanyag sajátságos kombinációján alapul. Én a mindnyájunk által szeretett fát a felületre tettem, és alulra a műanyagot. Sajnos, ez ma még fordítva gyakoribb. A felületi fa furnérozás, rétegelés-ragasztás még ma is a faipar leggazdaságosabb eljárása. Miért ne lehetne ezt alkalmazni sokkal több területen, hiszen ma már ismerjük a hossz- és szélességtoldás nagyipari módszerét és komplex, hatékony, a kor színvonalán álló eszközrendszerét. Szokványos fűrészáruink és furnéraink készülségi foka alacsony és stagnál. Az igen alacsony készülségi fokú fafurnér helyett ezért is inkább alkalmazzák a műfurnérokat indokolatlanul széles körben. Egyik találmányom tárgya éppen a fafurnér magasabb készülségi fokú (közvetlenül feldolgozható) termékváltozatának meghonosítása.

Ezek szerint gyengébb minőségű fa alapanyagot is fel lehetne dolgozni úgy, hogy a természetes fa jó tulajdonságai megmaradjanak?

— Állítom, hogy a gyenge minőségű fenyő fűrész-
árut és a legtöbb magyarországi fafaját fel le-
hetne dolgozni több-kevesebb munka- (energia)
befektetéssel a szerkezetgyártás biztonságos kiin-
duló alapanyagává.

Ez az energia minden esetben kevesebb lenne,
mint bármelyik műanyag, fém vagy agglomerált
lap létrehozása esetében. A tanulópénzt először a
gyenge minőségű fenyő feldolgozásával kellene
megfizetnünk. Szenet, olajat is bányászunk itthon,
nehezebb körülmények között (drágábban) mint a
világátlag, ezt a hazai favagyonnal is megtehet-
nénk, de itt előbb a közgazdászokon lenne a sor.

E téren külföldön hogy áll a helyzet?

— A magyar favagyon összetétele magyar sajátos-
ság. Nem várhatjuk senkitől, hogy a sajátos
feldolgozás műszaki feltételeit számunkra kidol-
gozza és a komplex eszközrendszert „tálcán kí-
nálja”. Résztechnológiák adaptációja lehetségesnek
látszik, de a fejlesztés javarésze ránk hárul. Nem
tudnám megmondani, hogy a jelenlegi felállás-
ban ez kinek az érdeke. Úgy hiszem, a gyengébb
minőségű fa eltüzelése jár még ma a legkevesebb
fáradtsággal és talán ezt kérik számon legke-
vesébé. Sajnos a köztudatban még a rendkívül gaz-
dag hazai fafajválasztékot hátránynak tekintik,
holott a változatos tulajdonságok (paraméterek)
kombinációi rendkívül nagy lehetőséget kínálnak.
Gondoljunk csak a szalagparkettára. Miért ne le-
hetne további különleges tulajdonságú alapanyagokat
(féltermékeket) előállítani a szerkezetgyártók
számára. Számos külföldi országban fordított a
probléma, pl. Svédországban gond a parketta
koptatórétegének létrehozása, mert nincs kemény-
lombos fa. Ez a feladatkör annyira speciális, hogy
semmiképpen sem „keveredhet” a szerkezetgyár-
tás önmagában szintén sajátos feladataival.

A faanyagellátás jelenlegi helyzete mellett in-
dokolt-e a fejlesztés?

— A több mint negyedszázados zökkenőmentes
fenyőellátottság elkényeztetett bennünket. A „di-
rekt” feldolgozás hívei igazolni vélték érveiket,
hangerejük nem is volt csekély.

Az a véleményem, hogy emiatt kimaradt az
építőipar (és általában a természetes fára alapoz-
ott faszerkezetgyártó ipar) „nehéziparának” meg-
teremtése. Analógiaként: nálunk az L és T „idom-
acélokat” (fa féltermékeket) még mindig „népi
kohók”-ban állítják elő. Sajnos bárki szabadon
befűrészselhet — szakértelem nélkül is — 3—500
Ft értékű pallóba, deszkába és képezhet a maga
feje szerint faszerkezetet.

Ennek egyenes következménye a rendkívül ma-
gas anyagvesztesség, illetve a rendkívül alacsony
fajlagos anyagkihozatal, a szakszerűtlen, alacsony
értékű szerkezet, az időállóságot nem is tekintve.
Ilyen szerkezetnek „nemzetközi értéke” nincs is,
inkább sokszor szégyellnünk kell.

Hogyan lehetne a fajlagos anyagkihozatalt javí-
tani, a rendkívül magas hulladékvesztéseket
csökkenteni?

— Az alacsony készülési fokú hengeresfát, pal-
lót, deszkát a felhasználási igények ismeretében

elő kellene munkálni. Szükség lenne a rétegel-
ragasztott fatermékek nagy választékára. Itt a
hazai fajták is jelentős részben helyet kaphatná-
nak. A gazdaságosan kialakított féltermékek léte
és rendelkezésre állása már önmagában szabá-
lyozná a gazdaságos szerkezetgyártást, mint ahogy
az pl. a gazdaságosan méretezett vasbetonelemek
gyártása során már az építészetben megvalósult.

Őn több, mint egy évtizede a Faipari Kutatóin-
tétet tudományos főmunkatársa, osztályvezetője.
Mi a véleménye, mint kutatónak és feltalálónak a
hazai fafajok feldolgozási lehetőségeiről?

— Tudományos szakkikkek, közlemények előadá-
sok és személyes megbeszélések során az utóbbi 8
évben sohasem mulasztottuk el felhívni a figyelmet
az import fenyő fűrészáru kiváltását szolgáló, elő-
készítő jellegű kutatások szükségességére, illetve
az elért kutatási eredmények hasznosítására. Már
8 évvel ezelőtt kidolgoztuk a gyengébb minőségű
fafajok — hosszoldás, rétegelés, ragasztás és ve-
gyi kezelés útján történő — stabilizálásának mód-
szerét. Amikor egy-egy évben a fenyő fűrészáru-
ellátás különösen jó volt, meglehetősen nehéz volt
szót érteni. Szükséghelyzetben viszont természetesen
mi nem tudtunk elég gyorsak lenni. Az általános
törvényszerűségeket — vagyis az európai
faminőség és választék tendenciózus romlását —
FAO adatok is alátámasztják. Hogy a változtatás
szükségességét és törvényszerűségét mennyire tet-
tem magamévá, az bizonyítja, hogy három ta-
lálmányom irányul a fa kombinációs, indirekt (sta-
bilizált félterméket eredményező) feldolgozására,
de részt vettem több intézeti kutatás kidolgozásá-
ban is, ami a kiinduló természetes faanyag készült-
ségi fokának növelését és paramétereinek stabili-
zálását célozta. Korszerű szerkezetgyártás csak
olyan alapanyagból indulhat ki, melyek paramé-
tereit ismertek és stabilak.

Gazdasági körülményeink között elképzelhető-e
gyors és előnyös változás?

— A természetes faanyag tömeges, minőségfeljavi-
tó előzetes megdolgozása inkább „nehézipar-jel-
legű”, mivel elsősorban ott lehet gazdaságos, ahol
a kiinduló anyag a legnagyobb halmazban áll
rendelkezésre és a legtöbb fajta alkatrész (félter-
mék) előállítására az igény. Fás-szabás nyelven:
ott, ahol legnagyobb az anyagmanipulációs lehetősé-
g.

Nem méretre vágott anyagra van szüksége a
szerkezetgyártóknak, már csak azért sem, mert
nincs egyetlen faipari üzem vagy műhely, ahol
a fűrészelés lenne a szűk kapacitás. Szükség van
viszont olyan alkatrész-alapanyagra (féltermékre)
és anyagfeljavító technológiára, mely magában
foglalja a nagyvolumenű szárítást, rétegelést-ra-
gasztást, hosszoldást és vegyvédelmet.

E technológián belül a számítógépek direkt al-
kalmazásának célszerűségét is igazoltuk a kuta-
tóintézetben.

A felmérések rendezőelvé, vagyis a szerke-
zetgyártásra gyakorolt előnyös hatása (gondol-
junk arra, hogy az acélipari féltermékek, pl. idom-
acélok miként „szabályozták” a termékgyártást,
más oldalról melyik gépgyártónak, szerkezetgyár-

tónak jutna eszébe idomacélt gyártani?) elsősorban akkor érvényesülhet, ha az ún. „kis gyártóhelyek” is hozzájárulhatnak a féltermékekhez, ez esetben pedig 150 ezer m³/év féltermékgyártókapacitás lehet az alsó határ. A nagyságrend és a kihatás egyaránt azt indokolja, hogy egy ilyen értelmű fejlesztés a központi célkitűzések között szerepeljen.

Természetesen lehetséges, hogy — különösen ott, ahol saját kitermelésű favolumen rendelkezésre áll — vállalkozó szervezetek rövidebb idő alatt is jó példával szolgálhatnak majd.

A találmányokkal összefüggő kérdéseink során Ön a válaszait lényegében a korszerű alkatrészgyártásra irányította. Miért?

— Nem elsősorban azért, mert igen jelentős importmegtakarításról van szó, hanem azért, mert természetes fát feldolgozó iparunk olyan determinált kiinduló anyaghoz (féltermékekhez) jutna, mely többek között megteremtené az alapját a szerkezetek szilárdsági méretezésének, a keresztmetszetek indokolt csökkentésének, létrejöttének a méretezésen alapuló tervezés feltételei a faszervezetgyártó iparban is. De a biztonságos „determinált” természetes fa alapú féltermékek teremtenék meg az alapját a szerkezetgyártásban a szabályozott paraméterekkel működő komplex eszköztárszerkezet alkalmazásának is. Itt az élőmunkaigény már egy nagyságrenddel csökkenhetne és helye lenne a speciális képzettségű mérnöknek, technikusnak, a mesterségbeli tudású szakemberek helyett. A Soproni Faipari Vállalatnál megvalósuló, réteges fára felépített ablakgyártás jó példával szolgálhat. Kár, hogy ezt még mindig a szerkezetgyártó fogja előállítani, és nem egy olyan „ütőképes” alkatrészgyártó hely, mely 20—25 kis- és középüzemet elláthatna réteges fával, így országos léptékben teremthetne meg az alapfeltétele a jó minőségű szerkezetgyártásnak.

Sajnos a napjainkban megvalósuló további korszerű ablakgyárak (ALBA-REGIA, DUTÉP) esetében is a szerkezetgyártó állítja majd elő saját kiinduló alapanyagát — nem lebecsülhető szakmai nehézségek és költségráfordítások mellett. Félő, hogy a biztonságos kiinduló alapanyag előállítására jelentős mértékben elvonja majd a figyelmet a szerkezetgyártás „kemény” problémáitól.

A műszaki paramétereket tekintve (méret, szilárdság, nedvességtartalom stb.) „determinált” kiinduló alapanyag tömeges előállítása a mérnöki alkotómunka (tervezés, mérnöki méretezés) egyik legfontosabb alapfeltételét is megteremtené (a természetes fát feldolgozó faiparban) és ezen keresztül hosszú távon további mérnöki alkotások — többek között újabb találmányok — forrása is lehetne.

Mindenekelőtt az építészethez való felzárkózás gyorsulhatna fel, ahol az ismert műszaki tulajdonságokkal rendelkező anyagválasztékon alapuló műszaki tervezés és méretezés már hosszú időszakra tekint vissza. Ugyanez a feltétel a faszervezetgyártó iparban még nincs meg. Az előbb említett lemaradás miatt azonban az építés- és faszervezet-tervezők között így a partneri kap-

csolatnak nincsenek még meg az alapfeltételei. Az összhang megteremtése már nem várthat sokáig magára.

Egy széles körű alkatrészgyártás megvalósulása mennyiben növelheti a szerkezetgyártás gazdaságosságát a természetes fa bázison dolgozó szerkezetgyártóknál?

— Magas készütségi fokú, természetes fa alapanyagválozatok (féltermékek) rendelkezésre állása esetén a szerkezetgyártás ténylegesen szerkezetgyártássá válhatna, mert ma még nem teljesen az. A szerkezetgyártó készítsen tartós, esztétikus, magas műszaki-minőségi értékű, a használati célt kielégítő szerkezeteket, jól felületkezeljen, kísérje végig termékét a használatbavételig, végezze szerkezetének karbantartását és anyagi erőforrásait ne terhelje, szakmai specializációját ne lazítsák és osszák meg az anyagelőkészítés (alapanyaggyártás) „alapvetően eltérő” speciális szakmai feltételeket igénylő feladatai.

A feltett kérdésre egyébként már hazai példával is lehet válaszolni. Hol tartana a hazai bútorigar műszaki színvonalbeli fejlettsége és termelése, ha kiinduló alapanyaga a természetes állapotú fa lenne?

Már konkrétan lemérhető, mekkora emelőként hatott a korszerű (determinált) lap-anyagokból történő gyártás megvalósulása a bútorigarban. Már csak egy kis lépés az analógia megtalálása: ami a bútorigarban a korszerű agglomerált lap, az a természetes fát feldolgozó szerkezetgyártónál a szárított, esetleg kombinált anyagú, növelt méretű féltermék,

Egy ilyen magas készütségi fokú, természetes fa alapú alapanyagbázis létrejöttével az eredmények hasonló nagyságrendűek lehetnének, mint a bútorigarban.

Különösen az ún. „kis gyártóhelyek” gazdaságossága növekedhetne, mert ma őket sújtják legjobban a „nehézipar-jellegű” terhek. Az alacsony nagyságrendű (mélyen optimum alatti) mesterséges szárítás problémájával szinte sehol sem tudnak megbirkózni, de rossz a kényszerűségből létesített iparvágányok, daruk, anyagterek, szállítóeszközök kihasználtsága is.

Az Ön szakmai-feltalálói tevékenységének nagy része — mint ahogy elmondotta — a természetes fát felhasználó ipar alapanyaghelyzetének megváltoztatására irányult, de Önnek több találmánya van a szerkezetgyártás területén is.

— Napjainkban korszerű termékek, gyártási eljárásnak az tekinthető, ha a termék alkatrészeit teljes értékűen készre gyártják, majd azokat működőképes terméké összerelik. Az összerelés közben és után az alkatrészek állapotát már nem módosítják.

Ilyen gyártás csak korszerű, magas készütségi fokú, teljes értékűen stabilizált alapanyagbázison érhető el. A korszerű alkatrész- és szerkezetgyártás tehát szoros összefüggésben van. Leghatékonyabb (alacsony élő- és holt-munka) a szerkezetgyártás akkor lehet, ha alkatrész állapotban felületkezelt alapanyagból indul ki, gondoljunk itt a felületkezelt lap-anyagokból történő bútorigyártás-

rő vagy a műanyag ablakgyártásra. Ezzel szemben a kézműves ipar természeti állapotú alapanyagból indult ki, a mesterember a szerkezeti elemeket „egymáshoz dolgozta”, (megfigyelte a munka közben változó anyagot és ennek megfelelően egymástól eltérő módon, eltérő eszközökkel avatkozott be) az összeépítő-szerelő és megmunkáló műveletek váltogatták egymást. Ehhez igazodott a gyártmánykonstrukció is.

Az előbbieket már behatárolják a tennivalókat: új gyártmányszerkezetet kell kidolgozni, így tehát a feladat

először:

az új, magas készletfokú alapanyagok (féltermékek) ismeretében új, mérnökileg méretezett alkatrészrendszerek kidolgozása,

másodszor:

új, szerelő jellegű kapcsolóelemek megalkotása, legyen az ablakszárny, sarokkötés vagy bútor korpusz összeépítésére szolgáló kötőelem.

Amilyen mértékben bővülnek az alkatrész alapanyag (féltermék) változatok, olyan vagy hatványozottabb lehetősége van korszerű faipari szerkezetek tervezésének és gyártásának.

Miben rejlenek a hatványozott lehetőségek?

— Hajlamosak vagyunk kizárólagosságokban gondolkodni: vagy csak fa, vagy csak fém, vagy csak műanyag stb. alapanyagú szerkezet, melyet szakmai tradíciók erősítenek, holott az előnyös tulajdonságok célszerű és kombinatív figyelembe vétele nagy jelentőségű eredményeket hozhat. Gondoljunk csak a vasbeton szerkezetekre (beton és acél) vagy a furnérozásra mint a faipar mindez ideig leggazdaságosabb eljárására.

A bútorigar megtette a lépést: nem a készterméket, hanem az alkatrészt felületkezeli.

A megjelent új műfajléteségek, lapok és lemezek, műanyagok, fémek, habanyagok stb. célszerű egybedolgozásának feltételét a korszerű ragasztók és ragasztási eljárások megalapozzák. Sajnos ma még az eltérő tulajdonságokat mutató természetes fa-

fajok célszerű egyesítése terén sem kielégítő az eredmények, holott kevés ország dicsekedhet olyan gazdag fafajválasztékkal, mint hazánk, (pl. gyertyán-nyár, bükk-éger, tölgy-fenyő). Tudományos szempontból pedig igazolt ezen eltérő fafajok tulajdonságainak (kombinációk) célszerű egyesíthetősége, de a gyakorlatunk sajnos eléggé lemaradt.

Akkor ismét visszatérünk az alapanyaghoz?

— Hát igen. A hazai faipar fejlesztésének és fejlődésének kulcsa a korszerű — a funkcionális termékeket, azok fejlesztését és fejlesztetőségét figyelembe vevő — alapanyaggyártás.

További tervei?

— Munkahelyemnek, a Faipari Kutatóintézetnek egyik legfontosabb feladata éppen a korszerű — bútorigari és építőipari igényeket figyelembe vevő — alapanyaggyártás fejlesztése. Ha jól tudjuk közvetíteni az alapanyaggyártók és szerkezetgyártók közötti igényeket, lehetőségeket, ezeket ismeretében megalapozott javaslatokat tudunk kidolgozni, akkor úgy gondolom, intézetünk jelentősen szolgálhatja mindkét ágazat mind gyorsabb ütemű fejlesztését.

Őn lényegében 20 éve folyamatosan folytat feltalálói tevékenységet. Mik a további tervei?

— A „Kiváló feltaláló” címet, annak arany fokozatát lényegében a folyamatos feltalálói tevékenységem alapján nyertem el. Munkahelyi körülményeim, lehetőségeim adottak arra, hogy ezt az utat tovább folytassam, de természetesen környezetemre is szeretnék hatni.

Az Intézetben célkitűzés, hogy a kutatók feladatukat — és ez egyben normájuk is — olyan színvonalon oldják meg, hogy az a jelenlegi nemzetközi színvonalat meghaladja. Osztályunkon sikerült elérni, hogy minden kutatónak legalább egy találmánya van, vagy annak részese. Remélem, hogy ez az út számukra is folytatódni fog. Remélem azt is, hogy a faipar fejlesztési céljainak megvalósítását még jó néhány évig magam is szolgálhatom.



HÍREK, ESEMÉNYEK, LAPSZEMLE

Rovatvezető: Szendrő Csaba

Poliuretánhab hulladékok ismételt feldolgozása

A poliuretánból előállított termékek gyártása esetén óhatatlanul olyan mennyiségű hulladék keletkezik, amit nem lehet figyelmen kívül hagyni. Általánosságban megállapítható, hogy a keletkezett hulladék a felhasznált anyagmennyiség 5⁰/₀-át teszi ki. Ezen felül a hulladéktárolás igen sok kézi és gépi munkaerőt, valamint rakfelületet igényel. Továbbá nem szabad megfelelni az ilyen jellegű hulladékok környezet-szennyező hatásáról sem.

A fenti problémák kiküszöbölése céljából kidolgoztak egy olyan, három lépcsőből álló eljárást, melynek segítségével a 300—700 kg/m³ vagy az annál nagyobb fajsúlyú poliuretánhab hulladékot kis szemcse nagyságú homogén porrá zúzzák. Ezt követően a poliuretánt más ásványi anyagokkal keverik. A második lépésben a fent említett keveréket 10—40⁰/₀ részarány-

ban polialkoholban vegyítik. Végül a betöltött polialkoholt egy magasnyomású egységben külön kezelésnek vetik alá. Azt az egységet egyéb töltetek kezelésére is alkalmazni lehet, ami csak növeli a berendezés sokoldalúságát és felhasználhatóságát.

Az ismertetett hulladékhasznosító eljárás segítségével a poliuretánt a hagyományos gyártási költség mindössze 20⁰/₀-áért lehet előállítani. További előnye az ismételt feldolgozásnak, hogy segítségével a termék felületéről 80—90⁰/₀ részarányban el lehet távolítani a légbuborékokat, meg lehet növelni a méretállóságot, optimalizálni lehet az öntőformák feltöltését és növelni lehet a termelékenységet. Például egy évi 200 ezer kg poliuretánt előállító üzem esetében a fenti eljárást megvalósító berendezés beruházási költsége körülbelül 1—2 év alatt térül meg.

(L'Usine Nouvelle, 7. sz. 1983.)

A marketing szerepe és jelentősége a vállalatvezetésben

Budaházy István

Bevezetés

A marketing a század elején az USA-ban keletkezett, mint a vállalkozói politika eszköze. A tőkés Európában a II. világháborút követő helyreállítás után kialakult piaci helyzet, vagyis a nagymértékű árukinálat folytán kiéleződött piaci verseny következtében terjedt el. Ennek eredményeként ma már sokszáz marketingre specializált folyóirat és kiadvány jelenik meg a különböző országokban. A tanulmány ezek alapján kíván a marketingről elvi-módszertani tájékoztatást nyújtani, leszögezve azonban azt, hogy a marketing sem csodaszer és ugyanúgy nem mentheti meg a kapitalizmust, ahogy a tőkés világban most divatos management és egyéb szervezési módszerek, de — tudományosan megalapozott vélemények szerint is — továbbélését elősegíti.

Az iparvállalati marketingnek éppenúgy, mint a marketing fogalmának nincsen általános elfogadott definíciója. Marketing gyűjtőnévvel illetik általában az üzletpolitikát megvalósító tevékenységek összességét. Ebből kiindulva célját és feladatát a következők szerint lehet megfogalmazni: a marketing a termelés és a fogyasztás, illetve a kínálat és a kereslet közti összefüggéseket a matematika, a statisztika, a pszichológia stb. módszereivel vizsgálja és von le hasznosítható következtetéseket a tervezés, az üzletpolitika kialakítása és megvalósítása tekintetében. A módszer három alapvető feltétele:

- marketingkonceptió kialakítása,
- a marketingstratégia meghatározása és
- a marketingtevékenységek megszervezése.

1. A marketingkonceptió kialakítása

A marketingkonceptió piac- és nyereség-orientáltságot, valamint az üzletpolitikai célok alapját képező megfontolásokat jelenti. E három ismérv szorosan kapcsolódik egymáshoz.

A marketingkonceptió az iparvállalat lehetőségeinek és a piacról szerzett sokrétű információinak szintéziseként születik meg, kijelöli a főbb értékesítési célkitűzéseket, az üzletpolitika, a gyártandó és kifejlesztendő új termékek termelési és eladási programját, vagyis meghatározza a vállalat piacon való megjelenésének feltételeit, magatartását és ezzel jövőjét is. Ennek megfelelően magában foglalja a vállalati rövid, közép- és hosszú távú feladatait.

A marketingkonceptió alapján készül el — többek között — az iparvállalat:

- termelési,
- kooperációs,
- fejlesztési és beruházási,
- forgalmazási és
- nyereségterve.

Míndezek kialakításánál figyelembe kell venni a piac dinamizmusát; ugyanis a műszaki fejlődés, az életszínvonal változása, az új verseny-

társak megjelenése, a külforgalmi lehetőségek módosulása és a nemzetközi politika alakulása stb. egyik évről a másikra megváltoztathatják a piaci helyzetet.

Ez óhatatlanul megköveteli a marketingkonceptió folyamatos felülvizsgálatát, s ha szükséges, módosítását is. Különösen fontos feladatnak tekintik a marketingkonceptió „karbantartását” az ún. „divatiparokban”, de a tartós fogyasztási cikkek nagy részénél is: például bútor, gépkocsi, televízió, hűtőgép stb., hogy a keresletben a rövidebb periódusokban bekövetkező divat-, forma- és konstrukcióváltozásokat is figyelembe véve, a gyártmányfejlesztés, a formatervezés és a termelés területén gyors és rugalmas intézkedésekkel biztosítsák a vállalat versenyképességét és a piaci lehetőségek minél optimálisabb kihasználását mind belföldi, mind nemzetközi vonatkozásban.

2. A marketingstratégia meghatározása

A marketingstratégia a vállalati tevékenységi körök részére — az együttes üzletpolitikai célok elérése érdekében — kialakított eszközök és módszerek rendszere, amely kiemelt fontosságú része a vállalati stratégiarendszernek és a különböző vállalati

- vezér- vagy fő-
 - növekedési,
 - termék-,
 - pénzügyi,
 - piaci és stb. stratégiák
- egy vagy több fajtáját foglalja magában.

2.1 A vezér- vagy főstratégia tartalmazza a vállalat feladataiban bekövetkező valamennyi módosítást, továbbá azokat a célokat, politikát, sajátos eszközöket és módszereket, amelyeket a tőkés cégeknek — a piaci körülmények várható változásaihoz igazodva — ki kell fejleszteniük.

2.2 A vállalati növekedési stratégia változatainak, elvi, egyszerűsített matrixát példaszerűen az 1. ábra szemlélteti.

2.3 A termékstratégiák főbb területei:

- formatervezés,
- a gyártmányfejlesztés és
- a minőségjavítás.

		Piac	
		RÉGI	ÚJ
Termék	RÉGI	1. STRATÉGIA: a piaci behatolás fokozása.	2. STRATÉGIA: új piacokra való behatolás
	ÚJ	3. STRATÉGIA: új termékek kibocsátása.	4. STRATÉGIA: diverzifikáció.

1. ábra

2.4 A pénzügyi stratégiák kiterjedhetnek:

- az ügyfelek részére nyújtott hitelek vagy egyéb vásárlási könnyítések bővítésére,
- a pénzügyi alapok felkutatására és
- bizonyos befektetések likvidálására.

2.5 A piaci stratégia főbb területei általában azonosak magukkal a marketingtevékenységekkel. Ezek a következők:

- a piackutatás,
- a termék-,
- az értékesítési,
- a vásárlásösztönzési és
- az ármarketing.

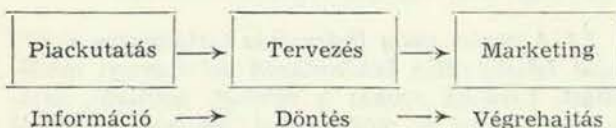
A marketinget a szokásos kereskedelmi tevékenységtől főleg a piackutató és a termékmarketing funkció gyakorlása különbözteti meg. Az utóbbi ugyanis ezeket nélkülözi.

3. A marketingtevékenységek és módszerek jellemzése

A továbbiakban a marketingtevékenységek feladat körét, egymáshoz való viszonyát és az alkalmazott munkamódszereket ismertetjük:

3.1 A piackutatás

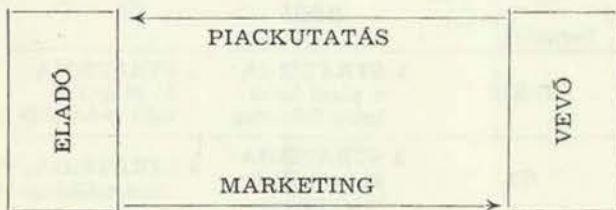
A legfontosabbnak tartott marketingtevékenység a piackutatás, amely részletes tájékoztatást nyújt a piacról és az azon várható változásokról. A piacfelmérő munka során szerzett ismeretek alapján a tőkés cégek tervet készítenek a feladatokról és marketing munkával hatnak a piacra, hogy az a vállalat által ajánlott termékeket felvegye. A piackutatás, illetve a marketingmunka három fázisát szematikusan a 2. ábra vázolja fel.



2. ábra

Míg tehát a piackutatás ismeretszerző, addig a marketing az alkalmazkodást és az aktív befolyásolást célzó tevékenységek sorozata. A kettőt a döntés, illetve a döntés alapján készített tervek kapcsolják össze.

A piackutatás által feltárt piaci események tehát hatnak az eladóra, a marketingmunka eredményeként viszont az eladó elképzelései hatnak a piacra, amit a 3. ábra szemléltet.



3. ábra

Valamennyi marketingtevékenység közül leginkább a piackutató és elemző munkában mutatkozik meg a kettős sajátosság, vagyis hogy:

- önálló és komplex kutatási eredményeket szolgáltat és
- ugyanakkor más marketingfunkciók részére is információkat nyújt.

A piackutatás tehát olyan közgazdasági elemző munka, amelynek célja, hogy konkrét termékekre, berendezésekre és szolgáltatásokra vonatkozóan vizsgálja és feltárja:

- a piaci helyzetet, vagyis a kereslet és kínálat alakulását, illetve az ezt befolyásoló tényezőket,
- a piacon jelentkező tendenciákat és ezek összefüggéseit,
- a piac pillanatnyi és várható felvevőképességét,
- az értékesítési és a beszerzési lehetőségeket és mindezek alapján kidolgozza a vállalat számára az értékesítési és a beszerzési variánsokat.

Ebből egyértelműen megállapítható a mikroökonómiai szintű, vagyis az iparvállalati piackutatás önálló és kiegészítő feladatainak kettőssége, azaz:

- egyrészt információk biztosítása a legfontosabb vállalati tervezési funkcióterületek, így a tervcél megelőző szakasz, a tervcél kidolgozása, valamint a rövid, közép- és a hosszú távú tervezés számára,
- másrészt a felsorolt funkcióterületekhez szükséges, megfelelő tartalmú és formájú piaci információk biztosítása a döntések meghozatalához. Természetesen a döntések kialakítása nemcsak ezektől a tájékoztatásoktól függ, hanem egyéb jövedelmezőségi tényezőket is figyelembe kell venni, így: a gazdaságos sorozatnagyság, önköltség, nyereség stb.

Itt tájékoztatásul megjegyezzük, hogy a makroökonómiai, vagyis a társadalmi, illetve nemzetgazdasági szintű piackutatás önálló kutatási területei a tőkés országokban a következők:

- a pénzpiac, vagyis a hosszú és rövid lejáratú hitelek piacának vizsgálata,
- a munkaerőpiac, elsősorban a beszerzési oldal kutatása,
- a szolgáltatások piacának feltárása,
- az értékesítés és a beszerzés piacának felmérése.

A 4. ábrán látható, hogy a tőkés iparvállalat milyen kritériumok alapján szervezi meg piaci információs rendszerét.

3.2 A termékmarketing

A termékmarketing az iparvállalati marketingstratégia megvalósításának egyik igen fontos eszköze. Önálló feladatköre: a kifejlesztendő és gyártandó termékekre, valamint ezek műszaki paramétereire vonatkozó ésszerű döntések előkészítése. E döntések a marketingstratégián keresztül kapcsolódnak a vállalati vezérstratégiához.

- A termékmarketing főbb területei a következők:
- új termékek bevezetésének vizsgálata,
 - életgörbe kutatások,
 - termékdiverzifikációs elemzések és
 - egyéb termékmarketing-tevékenységek.

Sorszám	Piaci információs szolgáltatás	Az információ tartalma
1.	műszaki-tudományos információk	az adott ipari alágazatok műszaki fejlesztési szervezetei, kutatási programok, elért kutatási eredmények
2.	műszaki trendek	gyártmányfejlesztési irányzatok, termelési részarány-változások, új alkalmazási területek
3.	diverzifikációs jellegű információk	gyártmány-, értékesítési és piaci diverzifikáció
4.	potenciális felhasználók köre	üzemstatistikai adatok, potenciális vevők termelési és műszaki fejlesztési tervei
5.	új termékek kifejlesztése	az adott gyártmányok előállításához szükséges anyagok vagy eljárások, illetve a kifejlesztett anyagok vagy eljárások alkalmazhatósága
6.	kínálatkutatás	a konkurensek termelésfejlesztési koncepciói, az adott piacon jelentkező kínálat, versenyző termékek
7.	általános piaci információk	országos vagy területi ipari termelési, értékesítési, részesedési, piaci egyensúlyi adatok
8.	konkrét piaci információk	speciális, illetve kereskedelmi forgalmat képező termékekre vonatkozó rövid, közép- és hosszú távú igények, például: behúzási programok, rekonstrukciók stb.
9.	államtanulmányok	<i>általános</i> , például: terület, lakosság, államforma, gazdasági szerkezet, <i>funkcionális</i> , például: kereskedelmi, vámjogi előírások, adók, <i>vagy termékspecializáció</i> , például: óra-, gépko-szigyártás stb. <i>területét érintő információk</i>
10.	beszerzések	nemzetközi információk a vállalati szintű ipari együttműködésről, a konkrét árubeszerzési lehetőségekről

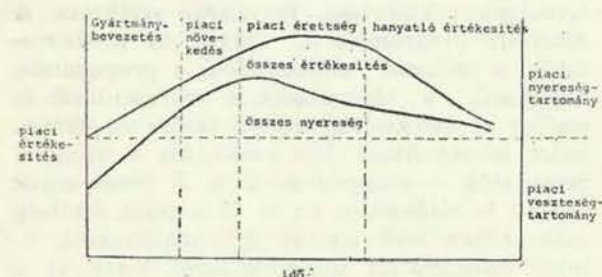
4. ábra

Az új termékek bevezetésének vizsgálata a gyártmányfejlesztést alátámasztó termékmarketing-tevékenység. Tipikusnak tekintendő területei az alábbiak:

- = a jelenlegi gyártmányokról alkotott vélemények és a fejlesztés alatt álló termékekre vonatkozó nézetek megismerése, valamint a további elképzelések kialakítása,
- = a gyártmányfejlesztés és kutatás meglévő színvonalának felülvizsgálása, további újabb fejlesztési koncepciók összegyűjtése,
- = a gyártmánycsaládok bővítése, illetve újabbak kifejlesztésére vonatkozó vizsgálatok,
- = a kiegészítő fejlesztési berendezésekkel, szerelvényekkel és egyéb tartalékokkal kapcsolatos igények felmérése.

Az életgörbe kutatásokkal az új termékek műszaki igényének, keresletének, értékesíthető mennyiségének időbeni vizsgálatát és elemzését végzik.

Valamely gyártmány életének főbb szakaszait, vagyis az összes piaci bevételt, illetve az összes piaci hasznot — az idő függvényében — az 5. ábra szemlélteti.



5. ábra

Egy gyártmány életének főbb szakaszai a következők:

- = a gyártmány bevezetése,
- = a piaci növekedés,
- = a piaci érettség és
- = a hanyatló értékesítés.

A gyártmánybevezetés szakaszának marketingtevékenységei a következők:

- a piaci kibocsátás megszervezése,
- az értékesítés előmozdítása és
- a gyártmány további fejlesztése.

Ebben a szakaszban — a sokféle költségtényező miatt — az új gyártmány még veszteséges is lehet.

A piaci növekedés fázisában az árbevétel gyorsan nő és a vállalat — a gyártmány újdonság jellege következtében — eléri a nyereségmaximumot.

A piaci érettség időtartama alatt már megjelennek a versenyttermékek. Még növekszik ugyan az árbevétel, de a növekvő reklám-, propaganda- stb. költségek következtében már csökken a nyereség.

A hanyatló értékesítés minimálisra csökkenti a nyereséget és a vállalat beszünteti a gyártmány előállítását.

A termékdiverzifikációs elemzések azokat a felmérő, értékelő és ellenőrző vállalati tevékenységeket foglalják magukban, amelyek a döntési elemek mérlegelésétől kezdve a döntések meghozataláig, illetve azok megvalósításáig terjednek. Ezek vonatkozhatnak:

- = szűkebb értelemben véve egy ún. második terméksor kialakítására és
- = bővebben értelmezve a vállalat tevékenységi körének módosítására vagy termékstruktúrájára

nak megváltoztatására, illetve új tevékenységek bevezetésére.

A termékdiverzifikációs elemzések résztemái ki-terjedhetnek:

- az értékesítési stabilitásának,
- a felhasználási terület expanzivitásának,
- az új termékek bevezetése műszaki-jövedelmezőségi tényezőinek,
- a vállalati szervezet rugalmasságának és
- a kutatási és fejlesztési feltételeknek stb. vizsgálatára.

Az egyéb termékmarketing-tevékenységek közé tartoznak:

- = a gyártmányötlet-vizsgálatok,
- = a termék-,
- = a márka-,
- = a csomagolás- és
- = a reklámtesztek.

3.3 Az értékesítési marketing

Az értékesítési marketingtevékenység elsőrendű fontosságú része a marketingstratégiának. Jelentős szerepe van a vállalati nyereségcélok elérésében, vagyis az üzletpolitika megvalósításában. Feladatai a következők:

- az értékesítési csatorna kiválasztása, azaz a termelő és a fogyasztó közötti közvetlen, illetve közvetett forgalmazás (vertikálisan) illetve a különféle csatornák alkalmazása (horizontálisan) feletti döntések előkészítése,
- az értékesítési csatornák vertikális kooperációinak kialakítása az iparvállalati, valamint a különböző kereskedelmi csatornák értékesítési szervezetei között,
- a termékek terítésével összefüggő elemzések, ezen belül elsősorban a raktározással, elosztással, szállítással, és az eladási formával (például csomagküldő áruházak) kapcsolatos kutatások,
- az eladóhelyek telepítésének vizsgálata.

Az értékesítési csatornák:

- a vállalat saját kereskedelmi szervezete és
 - a különböző közvetítői vállalkozásfajták.
- Az értékesítési közvetítői vizsgálatfajták a következők:

- = a kereskedői típusú közvetítők tevékenységüket saját számlájukra folytatják, vagyis megszerzik az áru tulajdonjogát és nyereségüket az árrésből biztosítják (nagy-, kis- és termelőszköz-kereskedelmi vállalatok),
- = az ügynöki típusú közvetítők jellemzői, hogy tevékenységüket a megbízó számlájára folytatják, nem válnak az áru tulajdonosává és nyereségüket jutalékból biztosítják (képviselői, ügynöki, alkuszi és bizományosi vállalkozások),
- = a közös vállalkozásokat a termelő és az elosztó együttesen hozza létre. Tevékenységüket az alapító vállalatok közös számlájára folytatják és nyereségüket — a közvetítés jellegétől függően — az árrésből vagy jutalékból biztosítják.

Az értékesítési marketingtevékenységi körök közé sorolható a kereskedelmi diverzifikáció, vagyis új forgalmazási módok alkalmazása, mint például: a kereskedelmi láncok, katalógus alapján szállító, ill. diszkont áruházak.

3.4 Az értékesítés, illetve a vásárlás ösztönzése (Röviden: promóció)

A marketingstratégiai célkitűzések megvalósítását előmozdító speciális iparvállalati marketingtevékenységek a következők:

- a műszaki-kereskedelmi propaganda,
 - a reklám,
 - a public relations,
 - a komplex vevőszolgálat,
 - a kiállítások és vásárok,
 - a kereskedelmi dolgozók képzése és ösztönzése,
 - a kereskedelmi módszerek fejlesztése.
- = *A műszaki, kereskedelmi propaganda* célja a vállalat népszerűsítése, például: fejlett technológiájának, vezetési színvonalának ismertetésével. Elsősorban céljában különbözik a reklámtól és eszközeiben a public relationstól.
- = *A reklám* célja az értékesíthető javak és szolgáltatások eladásának fokozása érdekében történő információterjesztés. Kumulált hatása arra irányul, hogy áruk, szolgáltatások, cégek szolgáltatásainak igénybevétele iránti kíváncsiságot idézzen elő, vagyis növelje a keresletet.
- = *A public relations* alatt a közvéleménnyel kapcsolatot fenntartó, azzal való érintkezést ápoló tevékenységet értik. A kapcsolat két fő formája: a vállalatvezetés kapcsolata a közvéleménnyel — közvetlen és közvetett úton —, és a vállalat egészének kapcsolata a közvéleménnyel a vállalat dolgozóin és működési jellemzőin keresztül. Célja, hogy a szakma és a szélesebb közvélemény elismerését és bizalmát megnyerje. Legfontosabb eszközei: a sajtókapcsolatok, a presztízshirdetések, a különkiadványok és nyomtatványok, az ún. „szórányanyagok”, fényképek, filmek, konferenciák, vendéglátás, üzemlátogatás, kiállítások, címre szóló levelek, személyes kapcsolat stb. Eszközeit abból a célból is felhasználják, hogy a vállalat minden alkalmazottja beavatottként a vállalat lehetőségeinek, céljainak, gondjainak ismeretében tudatosan reagáljon a vezetés kívánságaira és képessége legjavát nyújtsa.
- = *A komplex vevőszolgálatra öt fő tevékenység ellátása hárul*: a műszaki tanácsadó szolgálat, az üzembe helyezés, a szerviz, a karbantartás és a házhoz szállítás.
- = *A kiállításokkal és vásárokkal kapcsolatos főbb feladatok*: javaslattevés a részvételre és a bemutatásra kerülő termékekre, a termékek tervezésének, kivitelezésének, legyártásának megrendelése és a teljesítés ellenőrzése, az elkészült termékek raktározása, helyszínen szállítása. A részvétel programjának, vagyis: az árubemutatók, a szakmai tájkoztatók, a propaganda, fogadások, a tárgyalások, a reprezentáció és esetleg az értékesítés megszervezése és színvonalas lebonyolítása. Ide sorolhatók a vállalati bemutatók és szimpóziumok is. A tőkés cégek ezeken is elsősorban az új és a piaci érettség szakaszában levő sikeres gyártmányaikról, illetve szolgáltatási újdonságaikról kérik ki a vásárlók véleményét.

- = Az üzemlátogatások szervezésével összefüggő feladatok: az alkalmak meghatározása és a meghívandók kijelölése, a kísérők képzése, a látogatók fogadásának előkészítése, a látogatás befejezésének megszervezése, a látogatás utáni kapcsolatok biztosítása.
- = A vállalati kereskedelmi dolgozók képzésének és anyagi ösztönzésének biztosítása, amelynek részterületei a következők: a kereskedelem-politikai, a műszaki-gazdasági és a szervezési témájú képzés és továbbképzés, valamint a prémium- és jutalékrendszerek fejlesztése.
- = Az eladási módszerek tanulmányozása és fejlesztése a promóció-marketingtevékenység folyamatos feladata. Célja — az általános módszerek és a módszertani kutatások eredményeinek megismerése, továbbá a hagyományos és a modern módszerek elemzése alapján — javaslattétel olyan új módszerek bevezetésére, amelyek a vállalat piacon való leghatékonyabb működését elősegítik.

3.5 Az ármarketing

Az ármarketing általános módszerei a következők:

- a termelési árakon,
- a piaci árakon,
- a piaci áron alul és
- a konkurrencia árainál magasabb árakon való értékesítés.

A módszerek alkalmazása szoros összefüggésben van a vállalati ár- és piacpolitikában meghatározott célkitűzésekkel.

- = A termelési árakon való értékesítés az ún. „vezérvállalatok” módszere, amelynek célja meghatározott jövedelmezőségi arány elérése és biztosítása nagy mennyiségű ún. „katalógustermék” piacra dobásával.
- = A piaci árakon való értékesítés módszerét az árháborúk és a konjunktúrális hullámzások elkerülése céljából alkalmazzák. Ennek érdekében — az árak stabilizálásával — a vezérvállalatok osztoznak a piacon az adott iparághoz tartozó konkurrens vállalatokkal.
- = A piaci áron aluli értékesítés a konkurrenciához való felzárkózás módszere, amely a teljesítményt a versenytársak eredményeihez viszonyítja. Célja a piaci részesedés növelése.
- = A konkurrencia árainál magasabb árakon történő értékesítés módszerét a konkurrenciától való lemaradás csökkentésének céljából alkalmazzák. Ebben az esetben a vállalatok áraikat az ún. „vezető árakhoz” igazítják.

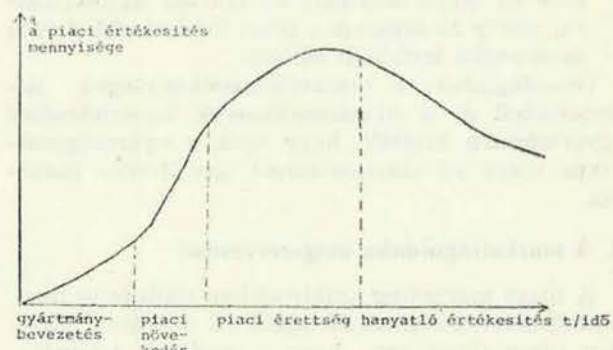
Annak következtében, hogy a tőkés cégek piaci kapcsolataiban meghatározó szerepe van az áraknak, az ármarketing összefüggése a legszorosabb valamennyi marketingfunkcióval és döntő fontosságú eszköze a marketingstratégia sikeres megvalósításának.

Az ármarketing és a termékmarketing kapcsolata elsősorban az életgörbe (6. ábra) segítségével elemezhető:

- a gyártmánybevezetés szakaszában használatos árpoltikák; a konkurrencia jelentkezése

előtt a haszon maximális leförlése, vagy éppen ellenkezőleg a piac elözlésével a konkurrencia elbátortalanítása és minimális haszon elérése,

- a piaci növekedés fázisában követendő árpoltikák: a maximális leförlés mértékének csökkentése, vagy további minimális haszon biztosítása mellett a piaci helyzet konszolidálása,
- a piaci érettség és a hanyatló értékesítési időszakának árpoltikája: az árak konkurrenciához képest minimális szinten való tartása, mivel ezekben a szakaszokban növekednek a reklám, propaganda stb. költségek és csökken a jövedelmezőség.



6. ábra

Az ármarketing és az értékesítési marketing kapcsolata többoldalú:

- az új termék piaci sikere nagymértékben függ az ipari felhasználásnál vagy a magánfogyasztónál kifejtett erőfeszítések minőségétől, mindez azonban növeli a termék eladási árát,
- azonos termékek esetében gyakran alkalmaznak különböző értékesítési csatornákat, ezek különböző jutalékokat jelentenek, így az ármódosítások eltérő hatásokat váltanak ki,
- maga az ár is befolyásolja az igénybevehető értékesítési csatornákat, például: szaküzleteket, viszonteladókat.

Az ármarketing és a promóció kapcsolata. Az ármarketing és az értékesítési, illetve vásárlásösztönzési tevékenységek összefüggései sztohasztikusak és kétféle módon vizsgálhatók:

- a promóciós költségek hatása az árakra. Rövid időtartam alatt elhasználandó termékek esetében a költségek miatt az árak elveszíthetik versenyképességüket. Az árak versenyképessége gondos tervezéssel hosszú távon biztosítható,
- az ár jelentősége a promócióban. Kutatási témák, például: milyen keresleti hatást gyakorol az árak a különböző reklámsztozókban való nyomatékos kiemelésé? Milyen összefüggés van az árak tulajdonított fontosság és az alkalmazott reklámsztozójajta között?

3.6. Egyéb marketingfunkciók

A marketingmódszerű vezetésben az egyéb marketingfunkciókra igen fontos kutató, elemző, értékelő és ellenörlő munka, továbbá összefoglaló tanulmányok készítésének feladata hárul. Ilyenek:

- a földrajzi elemzések, amelyek a területi munkamegosztás, a szállítási lehetőségek és akadályok, a zónaárak problematikájával foglalkoznak,
- az országtanulmányok, amelyek az állami rendelkezések, törvények és előírások, például: a diszkrimináció, a kartell és a versenykiírásokról adnak részletes tájékoztatást,
- információk feldolgozása, amelyekben a vállalati gazdálkodást befolyásoló tényezők és intézkedések várható következményei is szerepelnek,
- értékelemzések és nemzetközi összehasonlítások készítése,
- javaslatok üzletpolitikai koncepciók kidolgozására és olyan stratégia és taktika kialakítására, amely az áraknak a piaci törekvésekkel való összhangba hozatalát célozza.

Összefoglalva: a marketingtevékenységek jellemzéséből és a munkamódszerek ismertetéséből egyértelműen kitűnik, hogy ezek a nyereségcentrikus tőkés vállalatvezetésnek igen fontos eszközei.

4. A marketingmunka megszervezése

A tőkés marketing szakirodalom több fajta marketing szervezeti modellt ajánl. E források azonban rámutatnak arra, hogy a modellek adaptálását megelőzően alaposan át kell tekinteni, illetve meg kell vizsgálni a marketing szervezetre háruló feladatokat.

A marketing szervezet feladatainak teljesítése — vagyis az előző fejezetben részletesen felsorolt és jellemzett tevékenységek megvalósítása — két fő fázisban és pedig:

- a marketing kutatási, illetve
- a marketing-végrehajtási szakaszban történik.

A marketing kutatási fázis fő feladatai:

- = statisztikai beszámoló jelentések készítése a piaci helyzetről, az ügyfelekről, az értékesített mennyiségekről, az eladás utáni vevőszolgálat működéséről,
- = helyzetfeltárás és elemző tanulmányok kidolgozása a potenciális értékesítési lehetőségekről, a konkurrenca tevékenységéről, a piac várható alakulásáról,
- = a marketing programok végrehajtását megalapozó módszertani útmutatók összeállítása az értékesítés előmozdításának egyes tevékenységeihez például: a propagandához, a reklámkampányhoz,
- = hatékonysági vizsgálatok eredményeinek bemutatása a különböző marketingtevékenységek költségvetésének elkészítéséhez, illetve utólagos elemzése céljából.

A marketing-végrehajtási szakasz fő feladatai:

- = a vállalaton belüli kereskedelmi vagy műszaki-kereskedelmi szervezet korszerűsítése,
- = a vállalat kereskedelmi partnereivel való kooperáció korszerűsítése.
- = az elosztóhelyek vagy központok rendszerének célszerű kialakítása,

= a komplex vevőszolgálat szervezeteinek megfelelő működtetése.

A marketing szervezet létrehozásánál, működtetésénél és továbbfejlesztésénél a következő főbb hibák adódhatnak:

- a szervezet nehézkes, rugalmatlan működése,
- a „funkcionalizmus”, vagyis a hivatalnoki szellem kialakulása,
- a feladatok párhuzamos elosztása,
- az egyes részlegek között ellentétek keletkezése.

E hibák jórészt elkerülhetők, ha a feladatokat konkrétan meghatározzák, célszerűen csoportosítják és megfelelő képzettségű és képességű szakemberek között osztják szét, vagyis:

- = a marketing kutatási és prognosztikai feladatokat a kutató típusú és matematikai-statisztikában jártas személyekre,
- = a marketing szervezetek létrehozását és fejlesztését az operatív munkát is jól ismerő és a munkatársakra lelkesítő hatást gyakorló szakemberekre,
- = a marketingtevékenységek elemzését és ellenőrzését az illetékes vállalati vezetőkre bizzák.

A személyi kiválasztást követően, a vállalati marketing vezetésnek gondoskodnia kell:

- a marketing munka megtervezéséről, racionális megszervezéséről és ellenőrzéséről,
- az információk biztosításáról, hogy a szervezet minden tagja jól megismerje, megértse és végrehajtsa a rá rótt feladatokat,
- a munkamenet koordinációjáról és rugalmas irányításáról, hogy azt hivatali súrlódások, fékek és ellentétek ne zavarják,
- a munkatársak anyagi és erkölcsi elismeréséről, mert csak így valósítható meg a szervezet dinamikus működése és a benne rejlő lehetőségek hatékony kiaknázása.

A tőkés vállalatok adottságaiból, vezetési koncepciókból és irányítási módszerükből kiindulva — a marketing munka sikeres megvalósítása céljából — különböző szervezési modelleket alkalmaznak.

A következőkben a leggyakrabban alkalmazott modellek három típusát:

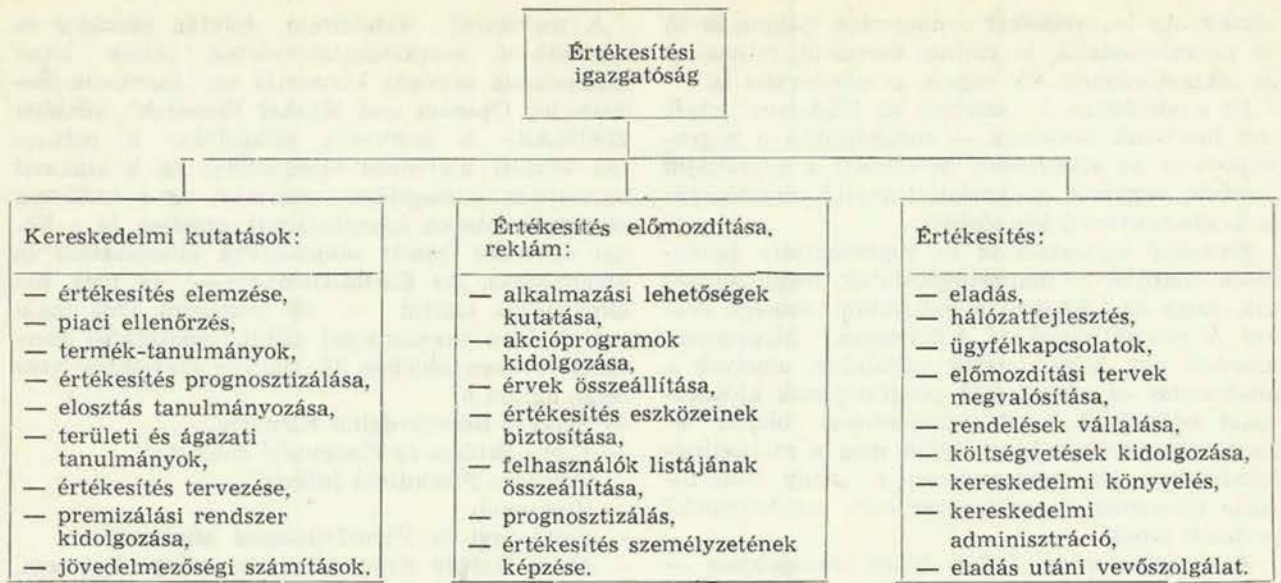
- az egymást követő feladatok szerinti szervezet,
- a nagy funkcionális csoportok szerinti szervezet és
- a centralizált szervezet modelljét mutatjuk be és részletesen ismertetjük szervezeti tagozódásukat.

4.1 Az egymást követő feladatok szerinti szervezet modellje

E szervezeti megoldásban — amelyet a 7. ábra szemléltet — minden szervezeti egység egy másik csoport munkáját segíti elő.

Az értékesítési igazgatóság irányelveket ad, vezet az egész szervezetet, jóváhagyja munkájukat és javaslataikat, elrendeli azok megvalósítását, ellenőrzi eredményüket.

Ez a szervezet lehetővé teszi a vertikális munka hatékonyságát és minimálisra csökkenti a szervezeten belüli ellentéteket. A szervezet ugyanakkor



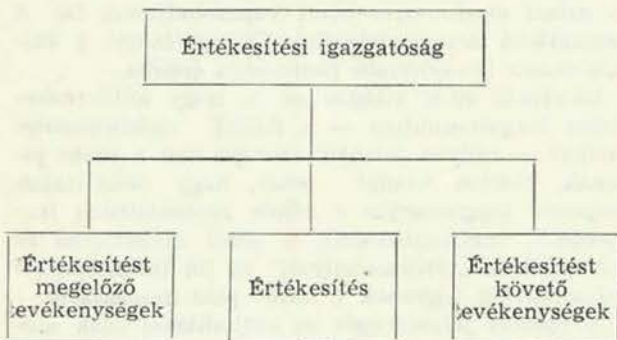
7. ábra. Az egymást követő feladatok szerinti szervezet sémája

nehézkésen működik, mert az egymást követő funkciók ellátását közvetlenül kell irányítani és ellenőrizni kell a feladatok végrehajtását.

4.2 A nagy funkcionális csoportok szerinti szervezet modellje

Az előző modellhez képest e szervezeti megoldásnál — amelyet a 8. ábra szemléltet — a következő változások tapasztalhatók:

- az értékesítést megelőző tevékenységek közé tartoznak: a „kereskedelmi kutatások”, az „értékesítés előmozdítása” és a „reklám”,
- az értékesítéshez tartozik: a „kereskedelmi könyvelés” és a „kereskedelmi adminisztráció”.



8. ábra. A nagy funkcionális csoportok szerinti szervezet sémája

E szervezeti modell alkalmazása esetén, minden csoport külső szervezetek közreműködésével biztosítja saját belső és külső feladatainak (kutatásoknak, tanulmányok készítésének, továbbá különböző tevékenységeknek és ellenőrzéseknek) elvégzését.

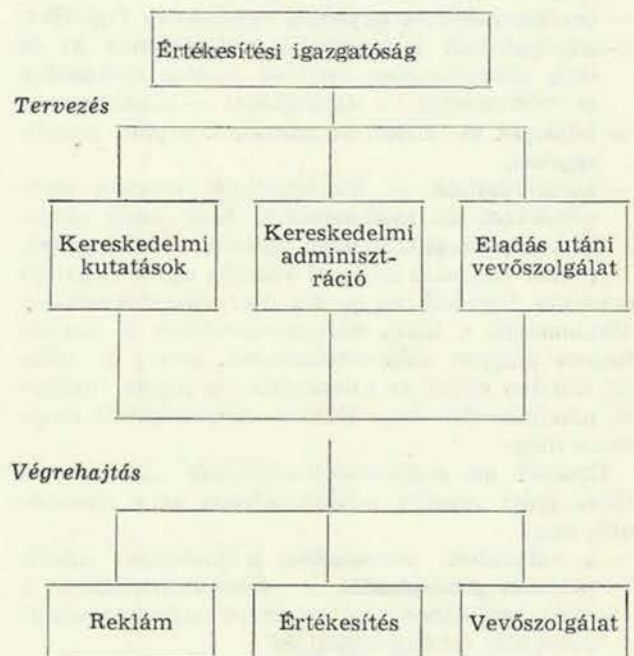
Az értékesítési igazgatóság, irányítja, támogatja a kezdeményezéseket és elbírálja az eredményeket.

A szervezet egyszerű, ésszerű, könnyen előfordulhatnak azonban nehézségek a külső csoportok közreműködésében.

4.3 A centralizált szervezet modellje

Ez a modell (9. ábra) kétszintű feladatmegoldást mutat, éspedig:

- a vezetés, tervezés, elvi irányítás, a koncepciók megfogalmazása, a kutatási és fejlesztési irányok meghatározása, illetve
- a gyakorlati irányítás.



9. ábra. A centralizált szervezet sémája

A tervezés szintjén csoportosított feladatok az értékesítési igazgatóság köré koncentrálódnak és az igazgatóság agytrösztyét — vezérkarát — kép-

viselik. Az irányelveket e csoportok dolgozzák ki és az információk is rajtuk keresztül jutnak el az igazgatósághoz. Ők végzik az ellenőrzést is.

Ez a struktúra — amelyet az USA-ban „staff and line”-nak neveznek — megkönnyíti a végrehajtást és az ellenőrzést, de elveszi a végrehajtó szervek, vagyis a gyakorlati irányítás önállóságát és kezdeményezési lehetőségét.

Szakmai tapasztalatok és reprezentatív felmérések alapján a marketingkutatók megállapították, hogy az USA-ban a vállalatok többsége ezeket a modell típusokat alkalmazza. Megjegyzik azonban azt, hogy vannak vállalatok, amelyek a piackutatás és a promóció programjának kidolgozását szakosított külső szervezetekre bízják és azokkal együttműködve oldják meg a marketing-feladatokat. Ez természetesen a „nagy funkcionális csoportok szerinti szervezet modelljének” pozícióit erősíti.

A nyugat-európai fejlett tőkés országokban — annak ellenére, hogy a vállalatok a marketing-munka koncepcióját és módszereit már több évtizede elfogadták, illetve alkalmazzák — mégsem vették át az előzőekben ismertetett szervezeti modelleket, és a marketingszakemberek még ma sem töltnek be olyan pozíciót a vállalati hierarchiában, mint az USA-ban, legtöbb esetben az értékesítési főnök segítőként szerepelnek. Nagyon valószínű, hogy ebben változások fognak bekövetkezni, amint a világpiacon verseny tovább fokozódik.

5. A marketing térhódítása

A „marketingtanok” elterjedése nagymértékben elősegítette azt, hogy a tőkés vállalatok vezetői: — megismerjék a piac törvényeit,

— tevékenységüket egységes rendszerbe foglalják, — üzletpolitikai koncepciókat alakítsanak ki és ezek megvalósítása céljából sajátos eszközöket és módszereket — stratégiákat — alkalmaznak, — feltárják és jobban kihasználják a piaci lehetőségeket,

— korszerűsítsék és tökéletesítsék vezetési szervezeteiket és módszereiket, hogy azok olajozott fogaskerékrendszer gyanánt működjenek.

A siker hatására az ipari vezetők egyre nagyobb számban fogadták el és ma már világméretben alkalmazzák a tőkés vállalatvezetésnek a marketingelv alapján való értelmezését, amely a vállalat minden célját és intézkedését a piacra irányuló gondolkodás és cselekvés szemszögéből határozza meg.

Ezekből az alapkövetelményekből kiindulva a tőkés ipari vezetők következetesen arra törekednek, hogy

— a vállalatok vezetésében a komplex üzletműszaki gondoskodás, a termelésirányításban a piaci helyzethez való gyors és rugalmas alkalmazkodás érvényesüljön és

— olyan általános felfogás és munkahelyi szemlélet honosodjék meg, amelynek lényege az, hogy a vállalat minden dolgozójának — a vezérigazgatótól a portásig — a meghatározott üzletpolitikai elv érdekében kell tevékenykednie.

A marketing térhódítása folytán országos és nemzetközi marketingszervezetek jöttek létre, amelyeknek európai központja az „European Society for Opinion and Market Research”, röviden ESOMAR. A szervezet célkitűzése a nemzetek közötti kölcsönös tájékoztatás és a szakmai művelődés elősegítése, valamint az e területen végzendő munka színvonalának emelése és a közös nevezőre hozott munkaelvek elterjesztése és alkalmazása. Az ESOMAR-nak — az 1982. évi almanachja szerint — 49 országból 1785 tagja van. A nem kormányzati szintű nemzetközi szervezet tevékenységében 11 magyar szakember vesz részt, akiket a:

- Magyar Kereskedelmi Kamara,
- Konjunktúra- és Piackutató Intézet,
- Országos Piackutató Intézet,
- Hungexpo,
- Építésügyi és Városfejlesztési Minisztérium,
- Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem,
- Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskola,
- Lignimpex,
- Magyar Divatintézet,
- MŰM Országos Vezetőképző Intézet és a
- Reanal Finomvegyeszergyár delegált.

Konklúziók

Ismert tény, hogy jelenlegi gazdaságpolitikánk tengelyében a népgazdaság egyensúlyi helyzetének rendbehozatala áll, ami mindekelőtt — mivel hazánk szerkezetileg nyitott gazdaság — a külgazdaság egyensúlyának javításával érhető el. Ennek megvalósítása érdekében — miután ez létkérdés — a 80-as években fokozott export-erőfeszítéseket kell tenni. Nem kell tehát külön részletezni azt a problémát, hogy hazánknak milyen jelentős érdekei fűződnek ahhoz, hogy vállalataink exportképességüket — főként minőségi oldalról — növeljék és minél eredményesebben kapcsolódjanak be a nemzetközi kereskedelembe. Ez egyébként a vállalatoknak is elsőrendű fontosságú érdeke.

Mindenki előtt világos az is, hogy külkereskedelmi forgalmunkban — a KGST elsődlegessége mellett — milyen jelentős szerepe van a tőkés piacnak. Fontos feladat tehát, hogy vállalataink alaposan megismerjék a tőkés kereskedelem természetét, mechanizmusát, a piaci magatartás és üzletpolitika „játékszabályait” és jól megalapozott információik legyenek a tőkés piac mozgásáról.

A feladat jelentőségét és aktualitását csak aláhúzza:

— egyrészt az, hogy a piackutatók jelzései és prognózisai szerint ebben az évtizedben az export növelése érdekében vállalatainknak rendkívül kemény nemzetközi feltételekkel kell megbirkózniuk,

— másrészt az, hogy nálunk a vállalati marketing-tevékenység az amerikai vagy nyugat-európai vállalatoknál megvalósított színvonalhoz képest még „gyermekcipőben jár”.

Ezeket figyelembe véve a marketingstílusú vezetés bemutatásának az a célja, hogy a vállalati vezetők — különösen a fiatal szakemberek — komp-

lex kereskedelmi-műszaki gondolkodásának fejlesztését elősegítse és az ismertetett elveknek és módszereknek — ha nem is az egy az egyben történő — felhasználása megkönnyítse a mai piacorientált és dinamikus forgalmazási szituációkban való eligazodásukat, s ezáltal növelje munkájuk hatékonyságát.

Források

[1] *Festinger, L.—Katz, D.*: Research methods in the behavioral science. — USA 1966.

[2] *Kotler, P.*: Marketing management, analysis, planning and control. — USA 1966.

[3] *Luck, D. J.—Wales, H. G.—Taylor, D. A.*: Marketing research. USA — 1970.

[4] *Jana Sereghyova*: Konkurencia és koordináció a világpiacon. CSSK. — 1974.

[5] *Dr. Szabó L.—Kelemen Z.*: Marketing-tevékenységek és szervezeti formái a tőkés nagyvállalatokban. MNK — 1974.

[6] *Kotler, P.*: Marketing-Strategien aus den USA. DBR. Textilbetrieb — 1977.

[7] Handbook Annuaire 1982. of Marketing Research.

[8] Szakmai sajtópublikációk.

[9] Tapasztalatok.

MI ÚJSÁG A KÁRPITOS SZAKMÁBAN?

Rovatvezető: Kiss Sándor

Új rovat jelentkezik

A bútoringatlan szakosztály kárpitos szakcsoportja a FAIPAR szerkesztőségének támogatásával új rovatot indít. A rovatnak azt a feladatot szánja, hogy hírek, szemelvények, tájékoztatók közreadásával a kárpitos szakma hazai és külföldi eseményeinek krónikása legyen. A rovat természetesen nem pótolhatja a kárpitos szakirodalom évtizedes, tartós hiányait, arra viszont vállalkozhat, hogy a szakma figyelmét egy-egy szakkönyvre vagy szakcikkre irányítsa, sőt a szakírókat is munkára ösztönözze.

Hogyan válhat ez a szakkronika színésszé, sokrétűvé? Csak a szakmájukat szerető szakemberek kollektív munkájával. A rovat ezért minél gyakoribb jelentkezését várja.

Sokoldalú tájékoztatást adnak a kárpitos szakcikkek kivonatai és fordításai

Az elmúlt néhány évben tetemesen megnőtt a külföldi szaklapokban közreadott kárpitos szakcikkek száma. Nemcsak hazánkban, hanem külföldön is fokozódott tehát a szakterület iránti érdeklődés, s ez a szakírókat a korábbinál gyakoribb publikálásra készítette. Ennek köszönhető, hogy a Bútoringatlan Fejlesztési Intézet a kárpitos szakcikkek-

ből bő kivonatgyűjteményt állíthatott össze, alkalmat adva a szakembereknek az érdeklődésük szerinti tallózásra.

A Bútoringatlan Fejlesztési Intézet kívánságra elvégzi a kivonatokban bemutatott cikkek fordítását is.

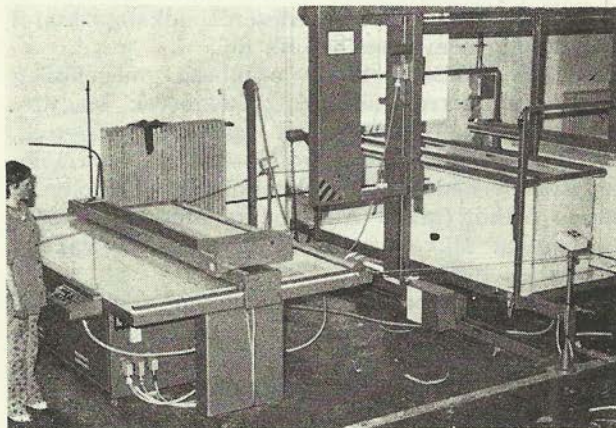
Új szakkönyvvel bővül a kárpitos szakirodalom

A Matlák Zoltán—Szabó Miklós szerzőpáros átadta kéziratát a Műszaki Könyvkiadónak. A Bútorkárpitozás című szakkönyv megjelenése 1984. közepére várható. A szak-

könyv a hagyományos technológia elemeire felépítve bő teret szentel az új kárpitos anyagok és technológiák ismertetésének. A számos rajzot és táblázatot tartalmazó kiadvány várhatóan a kárpitos szakemberek fontos, gyakran forgatott kézikönyve lesz.

PUR-hab formavágás Ajkán

Az UNIPACK Ipari Szövetkezet ajkai telepén üzembe állított automata géprendszer a poliuretán habszivacs méretpontos formavágására képes.



A 3M módszer alkalmazása a fűrészipari termelés kézi műveleteinek megszervezéséhez

Dr. Hargitai László
okleveles faipari mérnök,
egyetemi adjunktus

A legújabb gépesített fűrészüzemekben is több műveletet kell kézzel végezni a fa inhomogén felépítése és az abból adódó tulajdonságai miatt. Ezek a műveleti helyeken a folyamatos termelési technológia megköveteli a racionális munkamódszer megtervezését, leírását, kialakítását.

A munkamódszer tanulmányozására, megtervezésére több eljárás ismert, amelyek alkalmazásával lényegesen javíthatók a manuális tevékenységek színvonala. Ezen módszerek közül a 3M a termelékenységnövelés egyik hatékony eszköze, amely az ember által befolyásolt kézi mozgásfolyamatokat alapmozdulataira bontja. Minden alapmozdulathoz egy olyan időérték tartozik, amelynek nagysága a befolyásoló tényezők eseti sajátosságaitól függ. Az eljárás pontosságát érzékelteti időegysége, a TMU (Time Measurement Unit). $1 \text{ TMU} = 3,6 \cdot 10^{-2} \text{ s}$.

Az eljárást eredetileg műszerek, órák sorozatgyártásához fejlesztették ki, azt követően terjedt más, elsősorban szerelő tevékenységek elemzésére, munkamódszer kialakítására. Az utóbbi években alkalmazási területe tovább bővült, és pl. Hollandiában olyan kevésbé standardizált körülmények között dolgozó területeken is találkozunk alkalmazásával, mint a mezőgazdaság [1]. A bútorgyártásban a lengyel [bútoripari (MTM—BMP) Badanie i mierzenie pracy: munkavizsgálat és mérés] rendszer alaptáblázataiban szereplő mozdulatok, mozdulatsorok az iparágra jellegzetes összetevő mozgásokat is tartalmaznak az amerikai alapmozdulatokra épülve [6].

A 3M módszer ismereteire 1981-ig körülbelül 2000 szakembert képeztek ki. A hazai alkalmazások többnyire sikeresek voltak, ennek ellenére az eljárás széles körű elterjedéséről, alkalmazásáról még mindig nem beszélhetünk [5].

A 3M módszer hazai oktatását megelőzően MTM* módszerrel külföldi szakemberek Magyarországon néhány vállalatnál szervezést végeztek, melynek eredményeként 70–100%-os termelékenységnövekedést értek el többletlétszám felhasználása nélkül (MMG Automatika Művekben 70%; Mechanikai Művekben 95%; a veszprémi Bakony Művekben 100%).

Hazai szakemberek eredményesen alkalmazzák szerelésnél és csomagolásnál. Faipari alkalmazása hazánkban eddig — néhány próbálkozást leszámítva — nem terjedt kellő ütemben. Ennek okát a következőkkel lehet magyarázni:

- még mindig kevés a faiparban a módszert alkalmazói szinten ismerő szakember,
- a faipari munkafolyamatok egy része ma még

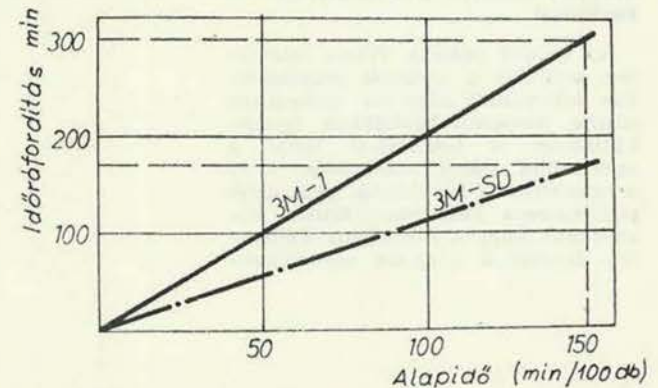
sokkal szervezetlenebb, mint pl. a gépgyártásban,

- az eljárás anyagi feltételei miatt a gazdasági vezetők részéről tartózkodás tapasztalható.

A módszer bútorigipari alkalmazására 1978-ban és 1979-ben kísérleteket folytattam [2, 3]. Megállapítottam, hogy az alapeljárás felhasználásával a faipar sajátos műveleteire is ki lehet dolgozni olyan állandó időértékeket, amelyek alkalmazásuk lehetnek — az alkalmazás korlátainak figyelembevételével — munkamódszer vizsgálatára, tervezésére, javítására. Alkalmazásával kidolgozható a munkahely, a gyártóeszköz, a szerszám, ill. a berendezés, valamint az anyagáramlás és a termék kialakítása.

Többféle — a fűrésziparban is rendszeresen előforduló — bútorigipari tevékenység vizsgálata után megállapítható, hogy azokon a műveleti helyeken, ahol anyagmozgatás, kézi megmunkálás történik, illetve azokon a gépi műveleti helyeken, ahol az ütemet az emberi kiszolgálás befolyásolja, a 3M eljárással javítani lehet a munkamódszert. Feltárható a szűk keresztmetszetet kiváltó okok. Legtöbb esetben a nagy időigényű testmozdulatok kiküszöbölésével, minimális költségráfordítással, célszerű munkaeszköz- és munkahely-kialakítással jelentős időmegtakarítást lehet elérni a kieső idők megszüntetésével.

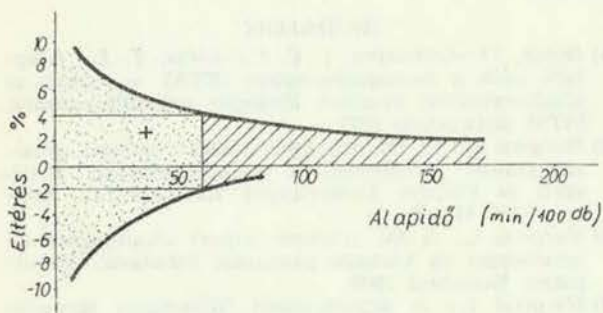
A kedvező bútorigipari tapasztalatok után vizsgáltam a módszer alkalmazásának lehetőségeit a FÜRLEMHO szolnoki fűrészüzemében és a NEFAG nagykorösi kárpitkeret üzemében [4]. A minél kisebb hibaelőfordulás érdekében az elemzéseket 3M—1 módszerrel végeztem. A 3M—1 (alpmódszer) nagyon időigényes és a fűrészipari műveletekre talán felesleges is túlzott pontossága, azonban véleménykialakításhoz szükséges volt alkalmazása. Az alpmódszer a mozdulatok sűrítésével továbbfejleszhető fűrészipari tevékenységekre is anélkül, hogy pontossága lényegesen csökkenne.



1. ábra. A 3M—1 és a 3M—SD alkalmazási időszükségletének összehasonlítása azonos műveleti alapidő esetén

* MTM (Methods Time Measurement) eljárás Magyarországon 3M (Mozdulatelemzéses Munkatanulmányozás és Munkakialakítás) néven került adaptálásra.

A mozdulatok sűrítésével ún. standard adatok képezhetők, amelyekkel az alkalmazás időszükséglete körülbelül 50%-kal csökkenthető (lásd 1. és 2. ábra). A 2. ábra lefutásából látható, hogy a rövid ciklusos műveleteknél a 3M—1-gyel összehasonlítva a műveleti időérték eltérések nagyobbak, mint a hosszú ciklusos munkaműveleteknél. Körülbelül az 1000 TMU/db-tól kezdődően elfogadható a különbség, ami itt +4 és -2%.



2. ábra. A 3M—SD időértékeinek százalékos eltérése a 3M—1 módszer időértékeihez képest, azonos műveleti alapidő esetén, a Deutsche MTM Vereinigung után

Ismeretes, hogy a fűrésziparban inkább a hosszabb ciklusos műveletekkel találkozhatunk, amelyeknek időértéke 1000 TMU (36 s) feletti, ezért javasolható a fűrésziparra 3M—SD (standard) adatok alkalmazása az 1., 2. és a 3. táblázatban megadott időértékekkel.

A 3M—SD módszer fűrészipari alkalmazásához a távolságtartományok és az általános gépészeti alkalmazásra kidolgozott kiegészítő standard értékek (súlypótlék, utánfogás, erőalkalmazás, szétválasztás, hajtókar forgatás, nézési funkciók stb.) változtatás nélkül használhatók. A kódjelek a mozdulatsor megnevezése, az ellenőrzési szükséglet, a kezek száma (egy kéz, két kéz) szavainak kezdőbetűjéből és a távolságok cm értékeiből állnak. A FELVENNI építőelem (mozdulatsor) ugyanazokból az alapmozdulatokból áll a fűrésziparban is, mint a gépgyártásban. Mégis az egységes betűjel biztosítása érdekében ennek az építőelemnek a kódjeleit megváltoztattam, de az időértékeket változatlanul hagytam. Időértékeit az 1. táblázat tartalmazza. Az ELHELVEZNI építőelem a fűrésziparban speciális elemeket tartalmaz, ezért azokat a 3M—1 alpmódszer felhasználásával le-

FELVENNI 3M—SD időértékek fűrészüzemi műveletekre

1. táblázat

Távolság-jel	Érintő	Könnyű	Közepes		Nehéz		Marékka	
	FÉE	FK6E	FK _z E 1 kéz	FK _z K 2 kéz	FNE 1 kéz	FNK 2 kéz	FME 1 kéz	FMK 2 kéz
02	2	6	7	11	13	27	16	33
05	4	8	9	13	17	31	18	35
15	8	13	14	17	21	35	23	40
30	13	17	18	22	25	39	27	44
45	17	21	22	26	29	43	31	48
60	21	25	27	30	33	48	35	52
75	25	29	31	34	37	52	40	57

ELHELVEZNI körülbelüli helyzetbe 3M—SD időértékek fűrészüzemi műveletekre

2. táblázat

Távolság-jel	Másik kézbe EMO	1 kéz EK ₁ E 10 kp	2 kéz EK ₁ K 10 kp	2 kéz EK ₁ K 20 kp	2 kéz EK ₁ K 30 kp	2 kéz EK ₁ K 40 kp	2 kéz EK ₁ K 50 kp	2 kéz EK ₁ K két fő 60 kp
02	4	226	220	223	229	232	236	240
05	6	228	221	224	230	234	238	242
15	11	231	234	228	234	238	242	246
30	15	236	229	233	240	244	249	253
45	19	241	234	238	245	250	256	260
60	22	247	237	243	251	257	262	267
75	26	252	243	248	257	263	269	274

ELHELVEZNI pontos helyzetbe 3M—SD időértékek fűrészüzemi műveletekre

3. táblázat

Távolság-jel	Egy kézzel EPE 10 kp	Két kézzel					
		EPK 10 kp	EPK 20 kp	EPK 30 kp	EPK 40 kp	EPK 50 kp	EPK két fő 60 kp
02	167	163	167	172	177	182	186
05	171	167	171	177	182	187	191
15	177	172	177	184	189	194	199
30	183	178	182	190	196	202	208
45	189	183	189	197	204	210	216
60	195	189	195	204	211	218	224
75	202	195	202	211	219	226	233

hetett meghatározni. Az ELHELYEZNI körülbelüli helyzetbe időértékeit a 2. táblázat, míg az ELHELYEZNI pontos helyzetbe időértékeit a 3. táblázat tartalmazza.

Mint minden eljárás, a 3M eljárás is csak ott szolgáltat megfelelő eredményeket, ahol azt helyesen alkalmazzák. A 3M—1; 3M—2; 3M—3 ill. a 3M—SD eljárások közül az adott körülményekre legmegfelelőbb eljárás kiválasztásának módját az alkalmazó szakemberek ismerik. A kiválasztott módszerrel fűrészüzemekben a következő kézi műveletek elemzése, szervezése végezhető el.

Fűrészcsernokok és továbbfeldolgozó csernokok:

- fűrészgépek ellátása alapanyaggal,
- fűrészgépektől a termékek elszedése,
- anyagmozgató berendezések kiszolgálása,
- különféle termékekből egységákat kialakítása,
- munkahelyek kialakítása,
- helyes munkamódszer kialakítása,
- normaalapok meghatározása.

Készáruterek:

- egységákat kialakítása és bontása,
- termékek osztályozása,
- tárolási terület helyes kialakítása,
- gőzölők, szárítók ellátása anyaggal,
- fűrészipari termékek felterhelése járművekre.

Karbantartás:

- a gépek és berendezések tervszerű megelőző karbantartási idejének meghatározása,
- rendszeresen előforduló géphibák elhárítására végzett munkákhoz időnorma kidolgozása,
- munkahely kialakítása.

Bízom abban, hogy a most közreadott időértékekkel sor kerül a 3M módszer fűrészipari alkalmazására is, amelyhez ez úton is felajánlom segítségemet.

IRODALOM

- [1] *Bosch, D.—Gersisten, I. C. C.—Liem, T. L.:* Alapvető idők a mezőgazdaságban (ETA) — eszköz az állattenyésztési munkák idejének meghatározására. MTM tájékoztató 1977.
- [2] *Hargitai L.:* A 3M munkaszervezési módszer alkalmazásának lehetőségei a bútorgyártásban. Erdészeti és Faipari Tudományos Közlemények. Sopron 1979. 51—58. o.
- [3] *Hargitai L.:* A 3M módszer faipari alkalmazásának lehetőségei és várható gazdasági kihatásai. Tanulmány. Budapest 1980.
- [4] *Hargitai L.:* A szinkronizált folyamatos termelés megvalósításának és a korszerű kézimunkaszervezés alkalmazásának lehetőségei a hazai fűrészüzemekben. Műszaki doktori értekezés. Sopron 1981.
- [5] *Ternovszky F.—Kaucsek Gy.:* 3M a termelési rendszerek szervezésében. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest 1983.
- [6] *Tóth S.:* Munkaszervezés MTM módszerrel. Faipar XXIV. évf. 213—217. o. 1974.



Depresszió a háztartási gépek és lakásberendezések francia piacán

A Cétélem, a legnagyobb francia csoport, amely lakberendezési hitelekre és magánszemélyeknek nyújtott pénzügyi szolgáltatásokra specializálódott, piaci felmérést készített a televízió és a képmagnó, a hűtőszekrények, a konyhaberendezések és a bútorok francia piacáról. A televíziókészülékek és képmagnók fogyasztása 20 százalékkal nőtt, 27,7 milliárd frankot ért el 1982-ben. A háztartási gépek piaca 12,8 százalékkal, az áremelkedést is figyelembe véve 5 százalékkal bővült. A konyhafelszerelések eladása értékben 6,9 százalékkal nőtt, volumenben azonban 1,7 százalékkal csökkent.

A vevők előnyben részesítik a kisebb egységárú, gyengébb kivitelű, egyenként is megvehető lakberendezési tárgyakat, az elemes, bútorokat, a nem beépített konyhákat. (Déprime générale sur le marché de l'équipement domestique = Les Échos, 1983. okt. 26.)
(Világkereskedelmi Szemle Mintaszám V.)

Mint a világ számos országában, **Finnországban is megnőtt a kis- és középüzemek szerepe.** Ennek több oka van: a vállalkozási kedv, a szerkezeti rugalmasság, az adaptációs készség növekedése, a tartományi, helyi tervekbe való beilleszkedés gyorsasága mind-mind olyan fontos tényező, amely az utóbbi években a kis- és középüzemek javára billenti a mérleget a nagyokkal szemben.

Az ipari üzemek ágazatonkénti megoszlásának elemzése jó képet ad azokról a változásokról, amelyek a méret nagyság vonatkozásában mentek végbe az utóbbi 10 esztendőben. Ebben az időszakban a kis- és közép vállalatok száma közel 50%-kal nőtt a fémfeldolgozó, a fa- és bútorigarban. 25%-os növekedés volt

megfigyelhető a nyomdaiparban és a kapcsolódó ágazataiban, a gépgyártásban és az elektronikában.

(VG XVI. évf. 2. sz.)

Az idén harmadszor hirdetik meg az „**Ésszerű anyag-takarékosság megvalósítása**” c. pályázatot.

A cél a gazdaságos anyagfelhasználás és technológia korszerűsítési kormányprogram megvalósításának elősegítése, az eredményesen alkalmazható eljárások bevezetésének és elterjesztésének segítése.

Az új pályázati feltételekről, valamint a korábbi pályázatok eredményeiről dr. Juhász Ádám, az Ipari Minisztérium államtitkára tájékoztatta január 6-án az újságírókat. Elmondta, hogy a KGST-országok, közöttük Magyarország is a világ legnagyobb anyagszállítói, exporttermékekben ugyanis lényegesen nagyobb az anyaghányad, mint a világátlag.

A benyújtandó műveket három kategóriában lehet elkészíteni:

- Az első kategóriába azok a művek tartoznak, amelyeket valahol már megvalósítottak. A hangsúly a módszer elterjesztése.
- A második kategóriába tartozó művektől viszonylagos újdonságot jelentő javaslatot várnak.
- Harmadik kategóriába a nagyobb horderejű, nagyobb beruházást igénylő, de relatíve gyorsan megtérülő módszerekre tehetnek javaslatot a pályázók.

A pályázatok beküldési határideje: 1984. május 28.
Cím: MTESZ Szakértői Iroda (Kossuth Lajos tér 6—8.).
Eredményhirdetés előreláthatóan 1984. szeptember 20-ig.

A benyújtott művek díjazására közel 2 millió forint áll rendelkezésre. Ezenkívül különböző szervek külön díjakat is kifizettek az arra érdemes pályaművek szerzői részére 900 ezer forint értékben.

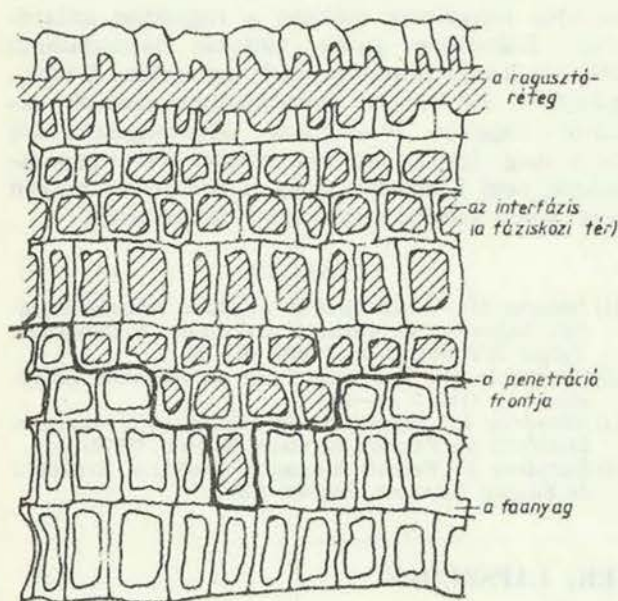
(VG XVI. évf., 5. sz.)

Ragasztóanyagok penetrációjának hatása a ragasztási szilárdságra


Jakál László

A ragasztás a faipar egyik legfontosabb alapléte. A ragasztók és a ragasztási eljárások tökéletesítésével egyre jobb minőségű ragasztott kötések kialakítása vált lehetővé. Mindez komoly nemzetközi kutatómunka eredménye. A modern ragasztási technológiák bevezetésével hazai viszonylatban is megnövekedett az érdeklődés a ragasztott kötésekkel kapcsolatos elméleti kérdések iránt [1]. Az alapösszefüggések egyre tökéletesebb feltárásával ugyanis biztonságosabbá válhat az alkalmazott technológia, és könnyebbé válik a még mindig gyakori ragasztási hibák okainak felderítése, illetve megelőzése.

A fa — mint jellegzetes porózus anyag — a felvitt ragasztó kisebb-nagyobb hányadát magába szívja. A *gyantapenetráció* eredményeképpen a ragasztott szerkezetekben különböző méretű és alakú közbülső vagy más néven interfázis jön létre. (1. ábra)



Jelmagyarázat:

 a ragasztóanyag

1. ábra. A ragasztóanyag penetrációjának sematikus ábrázolása

Az interfázis a tiszta ragasztóból és a tiszta faanyagból álló rétegektől eltérően mindkét komponens egyaránt tartalmazza. Az interfázis nagyságrendekkel kisebb méretben porusmentes anyagok ragasztásakor is kialakul. Erre a felület mindenkor egyenetlensége ad lehetőséget, ami feldurvítással szükség esetén fokozható. Mindez arra vall, hogy a penetráció jelentőségének korábbi lebecsülése, egyes elméletek kialakítása kapcsán egyoldalú szemléletnek bizonyult. Ezt támasztják alá azok a legújabb kutatások, amelyek a ragasztás szilárdsága és a penetráció közötti összefüggések felderítésére irányultak [2].

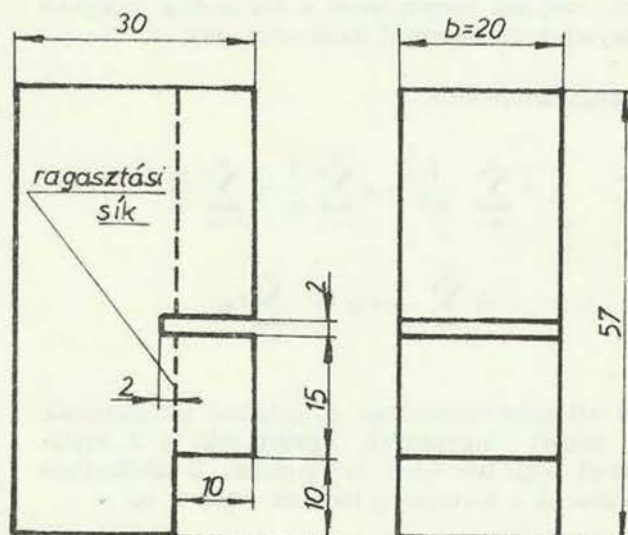
A ragasztási szilárdság és a mechanikai adhézió kapcsolatának tisztázása céljából a faminták pórusait eltöltöttük, és a mechanikai adhéziót ily módon kiiktatva az alábbiak szerint ragasztási kísérletet állítottunk be. Ragasztóként AMIKOL 50 márkanevű karbamid-formaldehid polikondenzációs műgyanta ragasztót használtunk. Ammónium-kloridból 25%-os oldatot állítottunk elő, melyből 100 g AMIKOL 50 ragasztóhoz 3 g-ot adagoltunk. Így az edző koncentrációja a ragasztóban — a gyári előírásoknak megfelelően — 0,75%-os volt. A ragasztó jellemző paraméterei:

viszkozitás: 50—200 mPas

sűrűség: 1,18 g/cm³

katalizátorérzékenység: 7100 s

A vizsgálatokhoz az Erdészeti és Faipari Egyetem Mechanika Tanszéke által kidolgozott nyírószilárdsági próbatesteket alkalmaztuk. (2. ábra)



2. ábra. A nyírószilárdság meghatározásához használt ragasztott próbatestek

A vizsgálatba öt lombos és két fenyő fafajt vontunk be. A kapott szilárdsági értékeket az 1. táblázatban tüntettem fel. A táblázat a nyírófeszültségek középértékét (τ), valamint a korrigált empirikus szórásokat (s_τ) tartalmazza.

1. táblázat

A ragasztási nyírófeszültségek értékei a különböző fafajok esetén

Fafaj	τ (N/mm ²)	s_τ (N/mm ²)
Akác	2,50 10 ⁶	4,3 10 ⁵
Bükk	2,96 10 ⁶	5,2 10 ⁵
Csertölgy	2,62 10 ⁶	3,8 10 ⁵
Gyertyán	2,41 10 ⁶	4,2 10 ⁵
Kocsányos tölgy	2,74 10 ⁶	4,6 10 ⁵
Erdeifenyő	1,62 10 ⁶	3,6 10 ⁵
Vörösfenyő	1,85 10 ⁶	2,9 10 ⁵

A ragasztási szilárdság és a penetráció mértéke között meghatározott függvények együtthatói

Fafaj	Az $y = a + (b/x)$ görbe együtthatói		A korrelációs együttható
	a	b	
	Akác	9,22	
Bükk	8,30	-243,74	0,8
Csertölgv	9,01	-279,46	0,8
Gyertyán	9,05	-207,89	0,8
Kocsányos tölgy	9,68	-454,19	0,9
Erdeifenyő	5,87	-262,79	0,8
Vörösfenyő	6,71	-330,12	0,8

A mérési eredmények az irodalomból ismert értékeknél rendre kisebbek, ami azt bizonyítja, hogy a penetráció csökkentése kedvezőtlenül befolyásolja a ragasztási szilárdságot. Lényegében a mechanikai adhézió szerepének csökkenéséről van szó, de csökkent mértékben juthat érvényre a molekulaközi erők hatása is, ami a diszperziós, az elektrosztatikus és az indukciós elmélettel jó összhangban van. A pórustömítéssel ui. kisebb lett a ragasztási felület, megváltozott az interfázis, illetve a határfelület szerkezete, tehát a molekulaközi összetartóerők kialakulására kisebb valószínűséggel számíthatunk.

A további vizsgálatok a penetráció és a ragasztási nyírószilárdság közötti összefüggés felderítésére irányultak. Úgy jártunk el, hogy különböző penetrációs értékeknél meghatároztuk a nyírószilárdsági értékeket.

A mérési eredményeket statisztikai módszerekkel értékeltük, és meghatároztuk a két változó közötti kapcsolatot legjobban leíró regressziós függvényt. A mérési eredmények alapján az összefüggés az $y = a + (b/x)$ alakú függvényel tudtuk leírni, melynek paramétereit a Gauss-féle legkisebb négyzetek módszerével határoztuk meg.

A paramétereket a

$$b \sum_{i=1}^n \frac{1}{x_i^2} + a \sum_{i=1}^n \frac{1}{x_i} = \sum_{i=1}^n \frac{y_i}{x_i}$$

$$b \sum_{i=1}^n \frac{1}{x_i} + n a = \sum_{i=1}^n y_i$$

normál egyenletrendszer megoldásai szolgáltatották. A kapott függvények együtthatóit a 2. táblázatban foglaltuk össze fafajonként. E táblázatban megadtuk a korrelációs indexek értékeit is.

A mérések és a matematikai elemzések igazolták, hogy a behatolási mélység növekedésével a nyírószilárdság is növekszik. Ebből a mechanikai adhézió növekedésén kívül arra is következtethetünk, hogy a penetráció kedvezően befolyásolta a nedvesítési viszonyokat, mert csak ezáltal válhatott nagyobbá a ragasztás szempontjából aktív felület.

A hiperbolikus összefüggésből végül megállapítható, hogy alacsonyabb penetrációs értékek felé haladva rohamosan csökken a ragasztási szilárdság. Különösen gyors változás tapasztalható 100 μm körüli behatolási mélység esetén. E tartományban 10 μm -nyi behatoláscsökkenésnek fafajtól függően 10–17%-os szilárdságcsökkenés felel meg. Így az iparban alkalmazott ragasztásoknál nem közömbös, hogy a penetráció milyen mértékben közelíti meg a fenti határértéket.

IRODALOM

- [1] Dalocsa G.: A szintetikus anyagok felhasználásának helyzete és várható alakulása a faiparban. Faipar XV. évf., 3. sz. (1965.) 61–66.
- [2] Sharpe L. H.: The interphase of adhesion. Adhesion 4. 1. (1971.) 51–64.
- [3] Szendrey I.: Ragasztó és felületkezelő anyagok. Erdészeti és Faipari Egyetem, Sopron (1972)
- [4] Szendrey I.: Faipari kémiai technológia. Erdészeti és Faipari Egyetem, Sopron (1981)



EGYES ÜLETI HÍREK

A MTESZ Központi Anyagmozgatási Bizottság 1983. évi irodalmi díjak odaítélése során a főiskolai kategóriában Viski Tamás EFE anyagmozgatási tárgyú diplomatervét a FATE ajánlására III. díjjal tüntette ki.

Fa- és farostipari technológiai folyamatok automatizálása címen nagyszerű tudományos ülészakot rendezett 1983. december 15—16-án. Drezdában a **Drezdai Egyetem és a Technikusi Kamara**.

A tudományos ülészakon 23 előadás hangzott el a faipari folyamatok automatizálásáról, amelynek célja az volt, hogy áttekintést adjon a tudományos eljárásokról és tapasztalatokról, egyben információcserére is lehetőséget adjon.

Magyarország részéről dr. Friedl Vilmos (NYFAG) kandidátus tartott előadást „Egy számítógépes vezérlésű felületkezelő berendezés felépítése és tapasztalatai” címen.

Az Erdészeti és Faipari Egyetem részéről dr. Molnár Sándorné egy. adjunktus, a FATE részéről dr. h. c. dr. Szabó Dénes ny. egy. tanár és Chronowsky Ferenc (Székesfehérvári Bútorgyár) vett részt az ülészakon.



Az **AGROINFORM** Szaktanácsadási Bizottságának Erdészeti, Faipari és Vadgazdálkodási Szakbizottsága 1983. november 18-án a Gyufaipari Vállalat (Bp., XXII.) kultúrházának tanácstermében, munkaértekeztetet tartott. Megnyitót mondott dr. *Gencsi László* tszkv. egy. tanár, EFE, a szakbizottság elnöke.

Előadásokat tartottak:

Dessewffy Imre osztályvezető, MÉM EFH, a szakbizottság elnökhelyettese, a faipar helyzetéről, különös tekintettel a szaktanácsadásra.

Lédeczi József iparjogvédelmi előadó, a Gyufaipari V. innovációs tevékenységéről.

Az előadásokat hozzászólások és vita, majd üzemlátogatás követte.

125 éves a Szegedi Gyufagyár

Barna József

Az 1800-as évek elején elkezdődött a régi tűzszer-számok alkonya.

Az 1820—1830-as években tömegesen elterjedt kénezett és robbanó fejjel ellátott fapálcikákat nevezzük jobb kifejezés hiányában „ősgyufának”. Az ősgyufának két fő típusa terjedt el: a mártó- és a dörzsgyufa.

A mártógyufánál a szálakhoz külön mellékeltek a tömény kénsavat, amelybe belemártva a szálát, az erős fröcsköléssel lánggra lobbant. A dörzsgyufa pedig érdes felületén szikrázva, pattogva, robbanásszerűen gyulladt meg.

Az 1830-as években új szakasz kezdődött a tűzgyújtó eszközök fejlődésében. Irinyi János 1836. december 18-án, Bécsben — mint főiskolai hallgató — feltalálta a robbanás nélkül gyulladó gyufát. (Amit nem ő szabadalmaztatott). Találmányának jelentősége: a fejben kén helyett sárgafoszfort alkalmazott, ezáltal a gyufák meggyújtáskor nem robbantak, lágyan égtek.

Irinyi tanulmányai befejezése után, 1839-ben Pesten gyufagyárat alapított. Itt készült a sárgafoszforos gyufa mellett az első kén nélküli, paraffinba mártott „szalongyufa” is. Az alkalmazott sárgafoszforszór káros hatást fejtett ki a szervezetre, súlyos megbetegedéseket idézve elő (foszfor-nekrózis). A gyufaipari munkások megbetegedési aránya lényegesen magasabb volt, mint az egyéb ipari átlag.

Az 1867-es kiegyezés után a magyar gyufaipar gyors fejlődésnek indult. Új gyárak létesültek, amelyek már korszerű technikával és technológiával tudtak indulni. Megjelentek a gyufaszál berakó gépek. A 70-es években feltalálták a hámozógépet, így elkezdődhetet a nagyüzemi gyufaszálgyártás és a fadoboz készítése.

A múlt századi technikai forradalom hatása a gyufagyártásban is érezhető volt. Megjelentek az erőgépek, az elektromos meghajtások, a gőzkazánok stb. Kialakult egy széles körű munkamegosztás — több gyufaszál (fasodrony) gyár létesült, a kisebb üzemek dobozt, papírt, címkét vásároltak készen. A foszforos gyufa gyártásánál fellépő nagyfokú tűzveszély miatt mártógépet, töltőgépet stb. alkalmazni nem lehetett.

A sárga foszfor okozta megbetegedések csökkentésére több intézkedést hoztak. (Pl. 15 éven aluli gyermek munkaerőt nem lehetett alkalmazni, étkezési tilalom a munkahelyiségekben stb.). A foszforos gyufa betiltásáért a XX. század elején Európa-szerte nagy tömegmozgalmak alakultak ki. Magyarországon az 1911. évi V. törvénycikk 1913. január 1-től megtiltotta a sárgafoszforos gyufa gyártását, 1913. július 1-től pedig a forgalmazását. A sárgafoszforos gyufa gyártásának megszüntetésével a tűzgyújtó eszközök fejlődésének egy szakasza lezárult. A gyárak foszforszeszszulfidos és vörösfoszforos gyufák gyártására tértek át. A foszforszeszszulfidos gyufát „rózsaszalon”-nak nevezték.

Hazánkban a XIX. században már készítettek vörösfoszforos gyufát, amelynek alapanyagai az emberi szervezetre nem károsak. Biztonsági gyújtónak vagy svéd gyufának nevezték. Ennél a gyufánál a fej és a foszfor külön volt választva, lehetővé téve a nagyobb fokú gépesítést, csökkentve a tűzveszélyt is.

A gyufagyártásra Szegeden — régi cégbirosági iratok szerint — Neubauer József kapott engedélyt 1858. szeptember 11-én. Neubauer ekkor 32 éves volt és 6 éves gyufagyártási gyakorlattal rendelkezett, amit Csongrádon szerzett meg. Ebben az időben Neubaueren kívül még két gyufagyár működött Szegeden. Az 1867-ben megtartott orvosi vizsgálat mindkettőt bezáratta, Neubauer is átalakításra kényszerült.

A gyár következő tulajdonosa 1877-ben Preier Miksa lett, ő telepítette a gyárat Rókusra. Az 1879-es árvíz a gyufagyárban is nagy károkat okozott, de az új gyár beindulásakor 130—150 főt foglalkoztatott.

Az üzem 1882-ben Pálfi Lipót, majd 1895-ben Pálfi Lipót és veje tulajdonába ment át. A Pálfi család ezzel Szeged egyik leggazdagabb tőkés családjává vált. Modernizálták a gyárat, amelyben a földszinten volt a szalongyufa-gyár, a raktár, a vegyszeti laboratórium, az iroda és a munkások étkezőterme. Az emeleten gyártották a kénes gyufát és itt voltak a szárítókamrák is. Az épületnek nagy része jelenleg is áll, kultúrterem, tanácsterem található benne.

Az 1881-es Szegedi Kereskedelmi és Iparkamrai jelentés szerint a környéken a szegedi gyufagyár készíti a legtöbb és legkorszerűbb gyufát, mivel viszonylag modern berendezéssel dolgozik.

A magyar gyufaipar kialakulásának kezdetétől több, mint egy fél évszázadon át hazai tőkével, főleg egyéni vállalkozások formájában fejlődött. A monopolkapitalizmus kialakulásának idején, a századforduló körül a magyar gyufaiparban tőkeerős részvénytársaságok alakultak, majd megkezdődött a külföldi tőke behatolása is.

A külföldi érdekeltségű gyárak 1904-ben megalakították a Gyufagyarak Elárúsító Irodáját.

1909-ben Pálfi Lipót és veje a Szegedi Gyújtógyárat eladta. A gyár Szegedi Gyújtógyár Rt. néven részben külföldi tőkével üzemelt tovább és tagja lett az Elárúsító Irodának.

A Gyújtógyár Rt. történetében a következő év, az 1910-es, feketével irandó; a bekövetkezett kazánrobbanás az akkori üzemet teljesen elpusztította. A halálos áldozatok száma 11 fő volt, közöttük sok gyerek.

Az újra felépült gyárban, a rendelkezéseknek megfelelően 1913-ban megszűnt a sárgafoszforos gyufa gyártása.

A külföldi érdekeltségű gyárak 1915 végén a SOLO konszernhez kerültek. Magyarországon a szegedi gyáron kívül a budafoki, a győri és a temesvári gyár a SOLO tagjai. A SOLO-ban a magyar gyárak „Szikra” Gyújtógyarak Rt. néven külön csoportot alkottak.

A Szikra Gyűjtőgyár Rt. 1921—22-ben a szegedi régi gyártelepet korszerűsítette, a korábbi gyufagyártó gépeket teljesen kicserélte és helyette az akkori legkorszerűbb gépeket szerezte be. A gépek egy része (mártó-töltő, néhány fagemunkáló gép) ma is üzemel.

A 20-as évek közepén a gyufaiparban nagy koncentráció kezdődött el. A Szikra megvásárolta a bajai és a gyulai gyárat. Tervbe vették a többi gyufagyár bekebelezését is, de számításukat a magyar kormány keresztülhúzta. A kormány 1927-ben elhatározta, hogy a gyufagyártás jogát eladja a svédeknek. A szerződés 1928 májusában kötött, a Svenska Tandsticks Aklebolaget (röviden: STAB) céggel. Ennek értelmében a szerződés hatályba lépte után 50 évig a STAB-on kívül más cég gyufagyártási engedélyt nem kaphat.

A svéd—magyar szerződés 1928. augusztus 5-én lépett életbe. A szerződés hatálybalépése után két központ volt a gyufagyárakon belül: az egyik a Szikra Magyar Gyufagyár Rt., amely a tulajdonosokat tömörítette magába. A másik központ a Magyar Általános Gyufaipari Rt., amely a gyufagyárakat, mint bérlő üzemeltette.

A Magyar Általános Gyufaipari Rt. a Szikra Gyűjtőgyár által felszerelt gépparkot dobozkészítő gépekkel kiegészítette. Két új mártógépet — Ideal — hoztak és korszerűsítették a fagemunkáló üzemrészt is.

Az új gyárépületben elhelyezett géppark növekedése és korszerűsítése ugrásszerűen megemelte a termelést és a termelékenységet. Ettől az időtől kezdve a felszabadulásig lényeges változások a gyár fejlesztésében nem történtek. A termelés mennyiségét minden esetben a kereslet szabályozta.

1944—45-ben, a háború alatt a gyufagyárakat, köztük a szegedit is, hadiüzemmé nyilvánították. A felszabadulás után szovjet katonai parancsnokság alá került a gyár, két héten belül megindult a termelés. A személyi feltételek adottak voltak, mivel a szolgálati lakásokban annyi munkás, vezető lakott, hogy azokkal a termelést meg lehetett kezdeni.

1946-ban — akkor még svéd érdekeltségű volt a gyár — bevezették az üzemi étkeztetést, bölcsődét és napközi otthont építettek és egy régi raktárhelyiségből kultúrtermet hoztak létre.

A szegedi gyufagyárat 1949. december 29-én államosították. Az államosítás rendben, zavartalanul történt, ellenállást, szabotálást senki nem tanúsított.

Az államosítás után Szekeres II. István lett az igazgató.

A gyárnak két hivatalos neve is volt: Államosított Magyar Általános Gyufaipari Részvénytársaság szegedi üzeme, vagy Szegedi Gyufagyár Nemzeti Vállalat.

Az államosítást követően a Szegedi Gyufagyár termelése rohamosan növekedett. Az üzem 1949-ben 111,4 millió doboz gyufát állított elő, míg 1950-ben 130,4 millió dobozt, az emelkedés 17⁰/₁₀-ot tett ki. Szembetűnő, hogy a 17⁰/₁₀-kal magasabb termelést 13 fővel kisebb létszámmal érték el.

A szegedi üzem 1951-ben a „Szikra” gyufa termelésére tért át, ennek ellenére 27,5 millió dobozzal termelt többet, mint az előző évben. (A rövid szálú „Szikra” gyufa 30 filléres, a hosszú szálú „Béke” gyufa 40 filléres áron került a fogyasztókhoz.)

A következő években a szegedi üzem a fogyasztói kereslethez igazodva időszakonként „Béke” gyufát is termelt. „Szikra” gyufát 1971-ben gyártottak utoljára. A „Szikra” gyufa gyártását a dobozadagoló gépek beállítása után meg kellett szüntetni, ugyanis az adagológépek nem tudták fordítani a kis küldobozokat.

A Szegedi Gyufagyár 1952. április 1-től 1954. szeptember 30-ig önálló vállalat volt, az önállósága idején is jól dolgozott. A mennyiségi termelés mellett főleg az anyagtakarékosság terén elért jó munkájáért 1952. III. és IV. negyedévben elnyerték az *Élüzem* címet.

A Gyufaipari Vállalatot az 1310/T. sz. határozattal a könnyűipari miniszter alapította 1954. október 1-én. A vállalat a budafoki, a kecskeméti és a szegedi gyufagyárak összevonásával jött létre. A Gazdasági Bizottság 1959. első félév végén a 10 180/1959. sz. alatt elrendelte a kecskeméti gyár leszerelését.

A Gyufaipari Vállalat szegedi üzeme az elmúlt közel 29 év alatt töretlenül fejlődött. A hazai három, majd később a két gyufagyár között munkamegosztás jött létre. A budafoki üzem a lehetőségekhez mérten exportra is termelt, ezért a hazai szükséglet zömét a szegedi gyárban állították elő. Esetenként a szegedi üzem is termelt export árut. Ezenkívül jelentős mennyiségű egyéb terméket is gyártottak, pl. fogvájó, ládaelem, fadugó stb.

Az elmúlt 29 év műszaki-technológiai fejlődése is zökkenőmentes volt. Minden munkaterület részére készítettek vagy vásároltak új gépeket. A műszaki-technológiai fejlődése a Gyufaipari Vállalat 1974—1976 között megvalósított rekonstrukciójával kiteljesedett. A rekonstrukció hivatalos befejezése után a szegedi gyár műszaki-technológiai fejlődése folytatódott. Jól példázák ezt a rekonstrukció óta készített új gépek és berendezések. Például: a rönkfosztolás korszerűsítése, a festő-csomagoló modernizálása, az új levélgyufakészítő helyiség kialakítása és berendezéseinek felújítása, új hulladéktüzelésű kazán üzembehelyezése stb.

A Gyufaipari Vállalat a közel 29 év alatt 13 alkalommal kapott *Élüzem* vagy *Kiváló Vállalat* címet. Az elismerések odaítélésénél minden esetben értékelték a szegedi kollektíva munkáját is.

A felsorolt kitüntetésekén túl egy esetben — vállalati hatáskörben — a szegedi üzem külön is elnyerte az *Élüzem* címet.

A szegedi kollektíva legnagyobb elismerése a 100. évforduló alkalmából kapott Munka Vörös Zászló Érdemrend.

Kívánjuk, hogy a magas kitüntetéshez méltóan munkálkodjon a jövőben is az üzem valamennyi dolgozója.



HÍREK, ESEMÉNYEK, LAPSZEMLE

EGYES ÜLETI HÍREK

Az Egyesület Végrehajtó Bizottsága 1984. január 27-én tartott ülésén a következő témákkal foglalkozott:

- 1983. évi munkaterv értékelése, összehasonlítva az elfogadott munkaterv előirányzataival. A tájékoztatót Szvetkó Nándor elvtárs adta meg a Végrehajtó Bizottságnak; a beszámoló szövegét az áprilisi számban fogjuk közölni.
- Az országos elnökségi ülés határozataiból adódó feladatok végrehajtásának jelenlegi helyzetéről adott ismertetőben dr. Dalocsa Gábor főtítkár javasolta, hogy még ez év elején tartsunk az összes titkár részére titkári értekezletet, ahol ismertetjük az Egyesület 1984. évi célkitűzéseit és tájékoztatást adunk az Egyesület jelenlegi munkájáról. Tájékoztatta továbbá a VB tagjait, hogy a „Vasalatok, szerelvények” című anyagot megküldték az illetékeseknek, ahol ez jó visszhangra talált.
- A végrehajtó Bizottság foglalkozott a FAIPAR című lap felelős szerkesztőjének kérdésével. A Végrehajtó Bizottság Rieperger László elvtársat saját kérésére felmentette felelős szerkesztői megbízatása elől, megköszönve eddigi munkáját és kérve, hogy hasznos tapasztalatait adja át az új szerkesztőnek. Ezt követően a Végrehajtó Bizottság, a főtítkár javaslatára egyhangúan elfogadta Lele Dezső elvtársat a FAIPAR felelős szerkesztőjének, azzal, hogy lehetőséget kapott a szerkesztőbizottság újjászervezésére, figyelembe véve a szakosztályok és központi bizottságok javaslatait. A VB felkérte Lele Dezsőt, hogy a februári VB ülésre készítsen javaslatot a FAIPAR című lap további eredményes és tartalmas megjelenítésére.
- Ezután a Végrehajtó Bizottság egyéb ügyeket tárgyalta.

A Faipari Tudományos Egyesület és a 1984. március 14-én, 10 órakor, Bútoripari Fejlesztő Vállalat, a Gutenberg Művelődési Otthon (Budapest, VIII., Kölcsey u. 2.)

helyiségeiben együttesen —, az ipar általános és részletes problematikáját átfogó — rendezvényt szervez. Az alábbiakban részletesen ismertetett program érdekessége, hogy a résztvevők az érdeklődésüknek megfelelő konzultáción vesznek részt, és e gyakorlati módosítással kívánják a különféle igényeket a leghatékonyabban kielégíteni.

A rendezvény programja

9.30—10.00 óra között gyülekezés, a meghívottak fogadása.

10.00 órakor: Üdvözlés és tájékoztató

Tartja: Dr. Petri László.

15.15 órától: Konzultációk (elkülönülő helyeken)

— a Faipari Tudományos Egyesület és az ipar

— a gyártmánytervezés és -fejlesztés

— a bútorszerelvények fejlesztése, gyártása

— az energiagazdálkodás, takarékos segédüzemi fejlesztés

— a termelés szervezése, racionalizálása

— termelésirányítás, számítástechnika

— faipari forgácsolószerszámok gyártása, fejlesztése

— faipari szerszámkarbantartás, felújítás

— munkavédelem, ergonómia tárgykörben

Tartják: a szakterületek vezetői.

Filmvetítések: (nonstop filmprogram)

Otthon Kiállítás 20 perc

Forgácsolószerszámok karbantartása 15 perc

BÜROTÉKA bútorcsalád 5 perc

Bútorszerelés 12 perc

Faipari üzemek telepítése Afrikában 6 perc

Képmagnó-program.

Személyi számítógépes bemutató

Befejezés kb. 14 órakor.

OKLEVELES KÖZGAZDÁSZT
vezetői szintű munkakörbe,
OKLEVELES FAIPARI MÉRNÖKÖT
vagy
ÜZEMMÉRNÖKÖT

faipari üzemeink gyártó- és gyártmányfejlesztő feladatainak szervezésére és irányítására keresünk.

Fizetés megegyezés szerint, gyakorlattól függően. (Legalább 5 éves középszintű vezetői gyakorlat ipari termelés területén.)
Lakás megoldható!

Cím: UNIÓ Ipari Szövetkezet

Személyzeti Csoport

Dombóvár, Köztársaság u. 10. 7200

Tel.: 10-14, 13-73, 15-13

Távhívás: 74-16-378

Telex: 13-319

KÉZI ABRIKTER, – japán, 16 000 fordulatszámú – eladó. Érdeklődni: 366-815.

GYÖNYÖRŰ BÚTOROK PÉCSRŐL

Jó minőségű, esztétikus bútorok – határidőre, XIV. Lajos korabeli bútorok, hófehér barokk fésülködő asztal, rusztikus szekrény, koloniál franciaágy, gótikus székek sakkasztallal, mives sakkasztallal és figurákkal, tetszetős, praktikus kisbútorok, rokokó szekreter.

Szemet gyönyörködtető bútorok a katalógusokban és a fotókon – valamennyi a Pécsi Faipari Szövetkezet terméke.

– 1949-ben, a Kisipari Szövetkezetek megalakulásakor jött létre vállalatunk is, faipari gyártásra. Jelenleg a tömörfa-megmunkáló és stílbútorokat készítő hazai vállalatok sorában az elsők között vagyunk, egyébként közepes nagyságú, ötszáz főt foglalkoztató szövetkezetünkkel – határozta meg helyüket a bútoripari hierarchiában vendéglátónk, Deák János áruforgalmi fősztályvezető.

– Milyen bútorokat gyárt a szövetkezet?

– Termelési értékünk nyolcvan százalékát a stíl-, további hányadát a modern kiegészítő kisbútorok képezik. Tavaly 147 millió forintos termelési értéket realizáltunk és bútoraink hatvanöt százalékát tőkés piacokon adtuk el. Két évtizede exportálunk bútorokat, elsősorban Nyugat-Európába és a tengerentúlra, tizenhárom országba.

– Mi a titka a piaci versenyképességüknek?

– Igyekezünk mindig jó minőségű, esztétikus bútorokat gyártani és azokat lehetőleg határidőre szállítottuk kereskedelmi partnereinknek. Korszerű üzemeinkben – Pécsen és a megye városaiban, községeiben működő tíz telephelyünkön – bármelyik bútorstílust tudjuk gyártani, a gótikustól a modernig, a barokktól a rusztikusig. Jó szakembergárdával rendelkezünk, akik évente három-négyféle stílbútorcsaládot, ezenkívül egyedi kisbútorokat készítenek a legújabb technológiákat tudó, nagy átbocsátóképességű, famegmunkáló gépsorainkon – mondta a fősztályvezető.

– Saját tervezőink a várható piaci igények ismeretében fejlesztik – a meglévő géptechnológiákra – újdonságainkat. Piackutatással külföldi szakirodalomból, utazások alkalmával, kiállítások, vásárok látogatásával, illetve az azokon való részvételünkkel tájékozódunk a bútoriparban divatos tendenciákról, az ízléskultúra változásának irányáról. Így tudunk versenyben maradni a legigényesebb tőkés piacainkon is – hangsúlyozta Deák János.

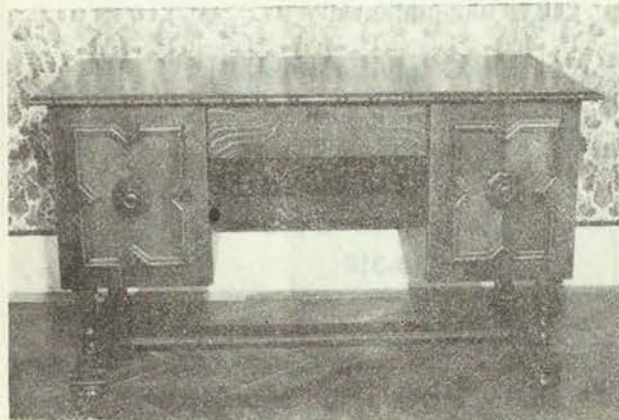
– A Pécsi Faipari Szövetkezet számos intézmény, szálloda berendezésében jeleskedett. Említene néhányat korábbi és mai megrendeléseiből?

– A többi között a budapesti Inter-Continental és a Thermal Szállodákat, valamint a brüsszeli Manhattan Hotelt is mi rendeztük be. Jelenleg a győri Vendégház bútorait gyártjuk. Exportkötelezettségeink mellett szívügyünk hazai megrendelőink és a vásárlóközönség igényeinek kielégítése. Pécsen, a Kossuth Lajos utca 50. szám alatt, saját üzletet tartunk fenn, ahol vevőink minta utáni értékesítés keretében vásárolhatják meg a kiválasztott bútorokat.

– Hogyan biztosítják szakember-utánpótlásukat?

– A megye bútorasztalosait házon belül képezzük, évente átlagosan harminc szakmunkástanulónk végez a hároméves képzés után. 1983-ban avattuk fel önálló tanműhelyünket, ahol korszerű eszközökkel és módszerekkel folyik a jövő szakmunkásainak kinevelése.

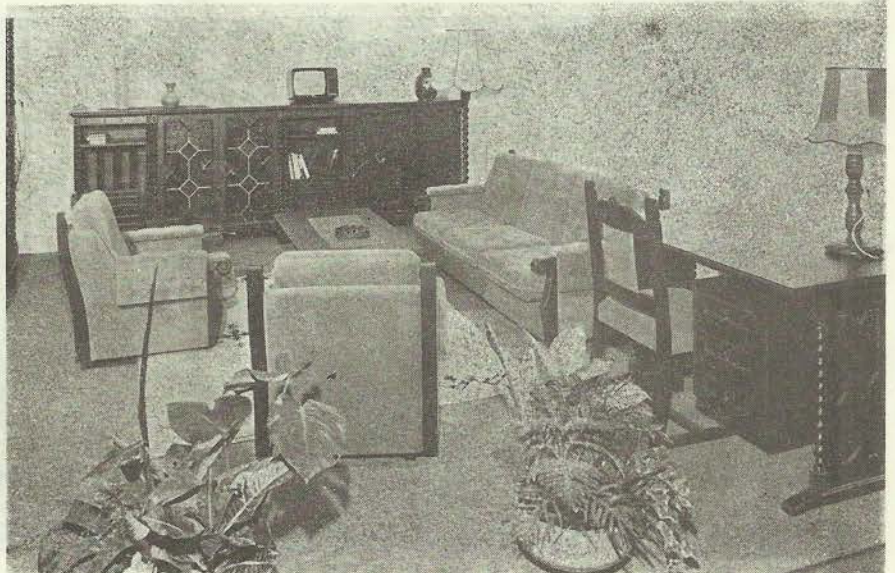
Szentkúti Eszter



Bútorok Az 1983. évi ősz BNV-n



Panoráma elemes bútor-
család. Tervező: Bánáti
János. Kivitelező: Buda-
pesti Bútoripari Vállalat



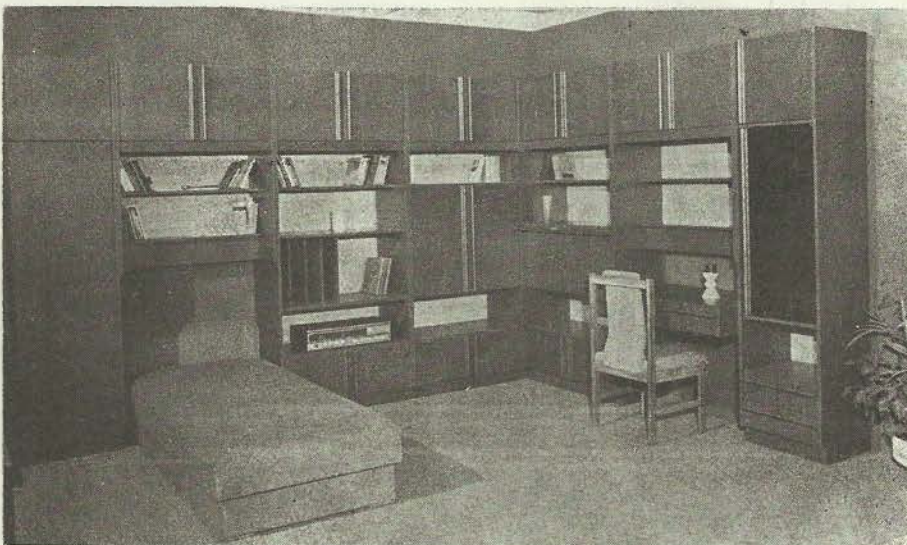
Koloniál bútorok.
Tervező:
Heczendorfer László.
Gyártó: Zala Bútorgyár



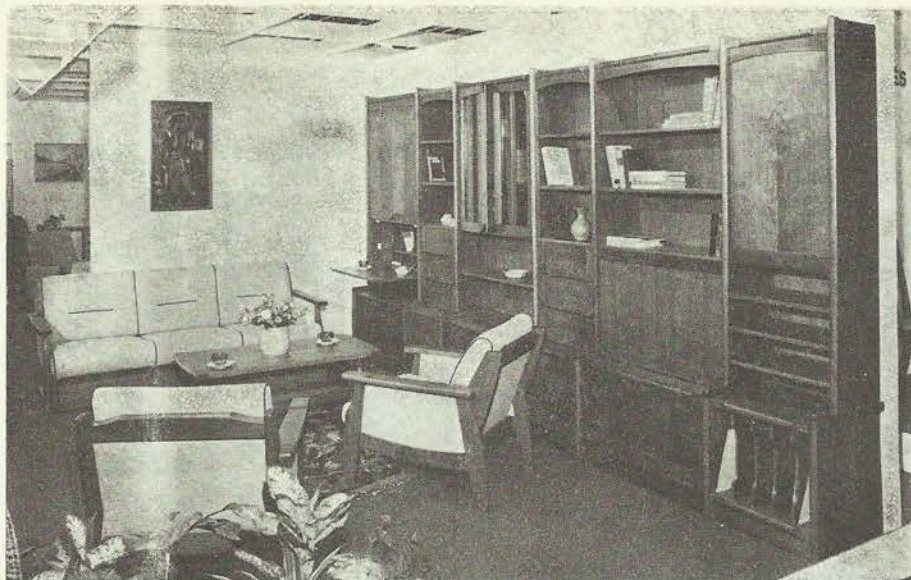
Néro ülögarnitúra
Gyártó: Zala Bútorgyár
BNV-díjas termék



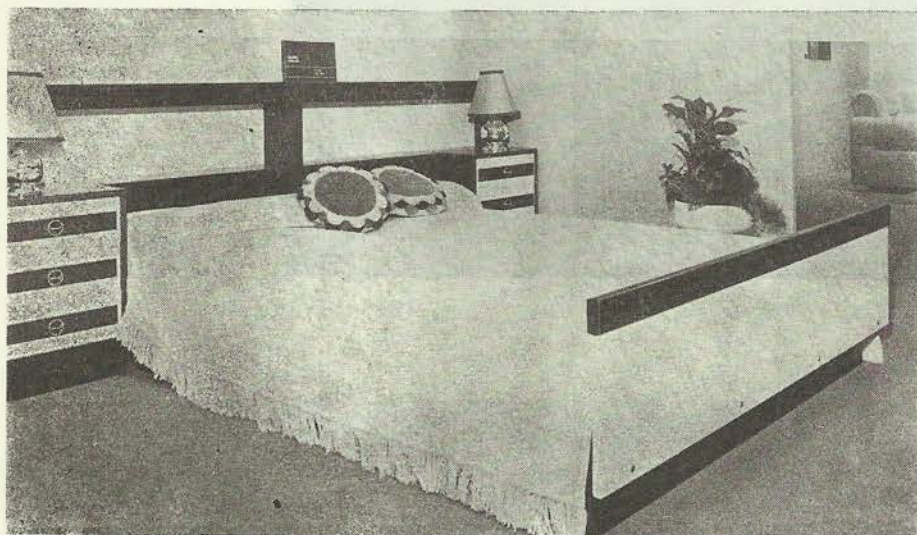
Bereg kárpitozott
sarokgarnitúra.
Tervező:
Heczendorfer László.
Gyártó:
Szatmár Bútorgyár



Máté elemes bútor
Tervező:
Heczendorfer László
Gyártó:
Szatmár Bútorgyár.



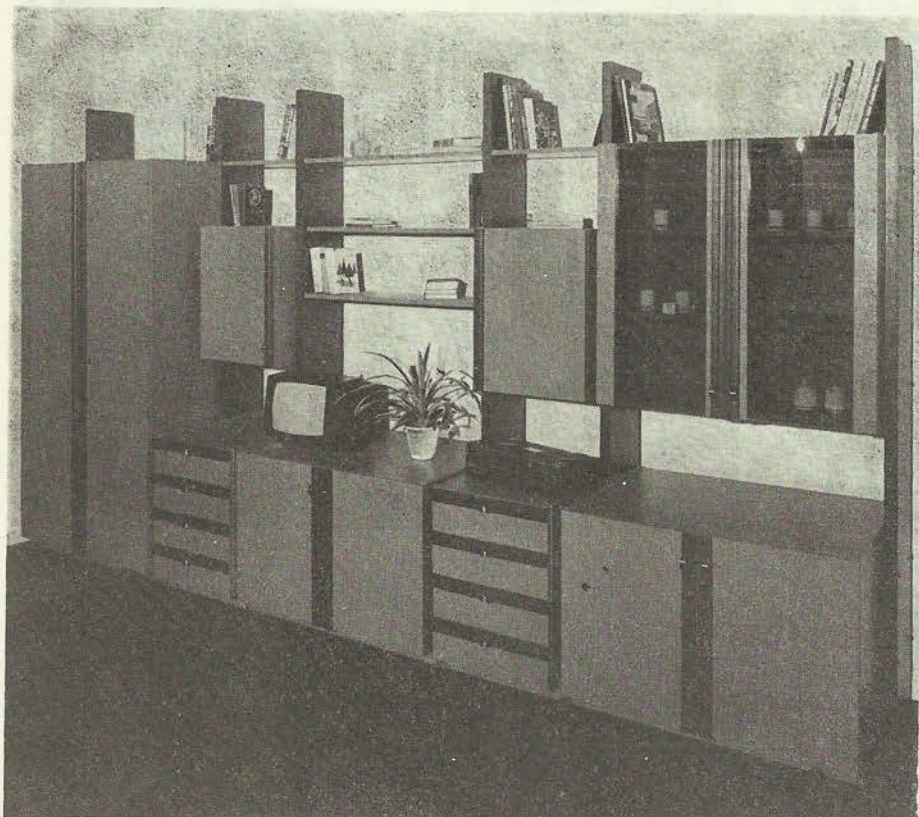
Aron lakószoba
 Tervező:
 Vásárhelyi János.
 Gyártó:
 Cardo Bútorgyár



Hajnal hálószoba
 Tervező: Tóth Tibor
 Gyártó:
 Kanizsa Bútorgyár



Siena bútorok
 Tervező:
 Heczendorfer László.
 Gyártó:
 Cardo Bútorgyár



Hajdúság
elemes-bútorok
Gyártó:
Debreceni Bútorgyár



Magor étkezőgarnitúra
Tervező:
Vásárhelyi János.
Gyártó:
Balaton Bútorgyár

MAGOR
ÉTKEZŐ GARNITÚRA
TERVEZŐ: VÁSÁRHELYI JÁNOS

