



hizkuntza-kudeaketa Enpresan

IMH (Elgoibar) | 2009ko urriak 22

- [berrikuntza eta ikerketaren ikuspegia]



Makina Erremintan segmentazioaz euskara sustatu

IMH - Makina Erremintaren Institutua



**“Makina erreminta sektoreko eragileen segmentazioa,
balio eta gizarte-portaeren arabera,
euskarazko produktuak sustatzeko ”**

30 min
+10 te
glia

“Makina erreminta sektoreko eragileen segmentazioa,
balio eta gizarte-portaeren arabera, euskarazko produktuak sustatzeko”



Sustatzaile



Sustatzaile



GIPUZKO
AKO
FORU
ALDUNDI
A
Euskara
Saila

Diruz Laguntzaile



Ikerketa Taldea



“Makina erreminta sektoreko eragileen segmentazioa,
balio eta gizarte-portaeren arabera, euskarazko produktuak sustatzeko”

IKERKETA TALDEA

Daniel Hermosilla

Juan Jose Arrospide

Felix Yenes

Jose Valencia

Maria Jose Azurmendi

Iñigo Calvo

**Gizarte Psikologia eta Giza Portaera Zientzien Metodologia
Saila**

Psikologia Fakultatea. EHU-UPV

daniel.hermosilla@ehu.es / telefonoa: 94301675

30 min
+10 te
glia



Segmentazioa

Balioak eta
bizitza estiloak

Kontsumo
portaera



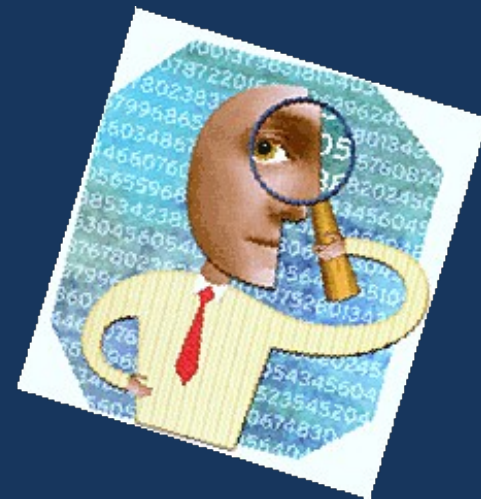
Non dago berrikuntza ?

“ Hizkuntza ERABILERA terminoetan aztertzen dugunean, zergatik ez aztertu KONTSUMO terminoetan ? “

ERABILI \approx KONTSUMITU

Zertan ikertu ?

“... hizkuntza- portaera aztertzeko, **merkatuen segmentazio ikuspegia**z baliatuko bagina, hau da, erabiltzailearen **hurbiltze psikologikoa eta soziala** kontuan hartuko bagenu “**kontsumo**” testuinguru zehatzean (erabilera), eta “**merkatu**” zehatz batean (erakundean) ... orduan...”





Xede nagusia

Merkatu-segmentazioaren ikuspuntutik makina erremintaren sektoreko eragileen **balioak eta gizarte-portaerak aztertu**, euskararen erabilera garatzeko **bide berriak** identifikatzeko, eta ikerketatik eratorriko diren aukerei oinarritzko bideragarritasun-azterketa egiteko



Ikerketaren ezaugarriak

2008ko urritik 2009ko maiatzera,
Makina Erremintaren Sektorean,
256 galdesorta.

Ikerketaren eremuak

Makina erremintaren sektoreko eragileen balioak eta gizarte-portaera – bizitzeko erak- ebaluatzeko, VALS Tipologiak (*values and lifestyles*; Meyers eta Slater, 1992) izan dira oinarria, balio, aspirazio, sinesmen, jarrera eta bizitza estiloak ebaluatzeko.

VALS tipologiaren azterketaren bitartez lortzen diren emaitzak hizkuntzaren ardatzetan kokatu eta erakundeetan hizkuntza sustatzeko Erakunde eta Pertsonen arteko aldagai nagusi batzuk sortu eta azertu behar izan ditugu Eredu Esplikatzaile bat sortuz .

1. “VALS Tipologia”

SRI Consulting -Business Intelligence

2. “ERABILERA Tipologia”

EHUko Ikerketa Taldea

3. SEKTOREKO EUSKARAZKO PRESTAKUNTZA BEHARREN IDENTIFIKAZIOA

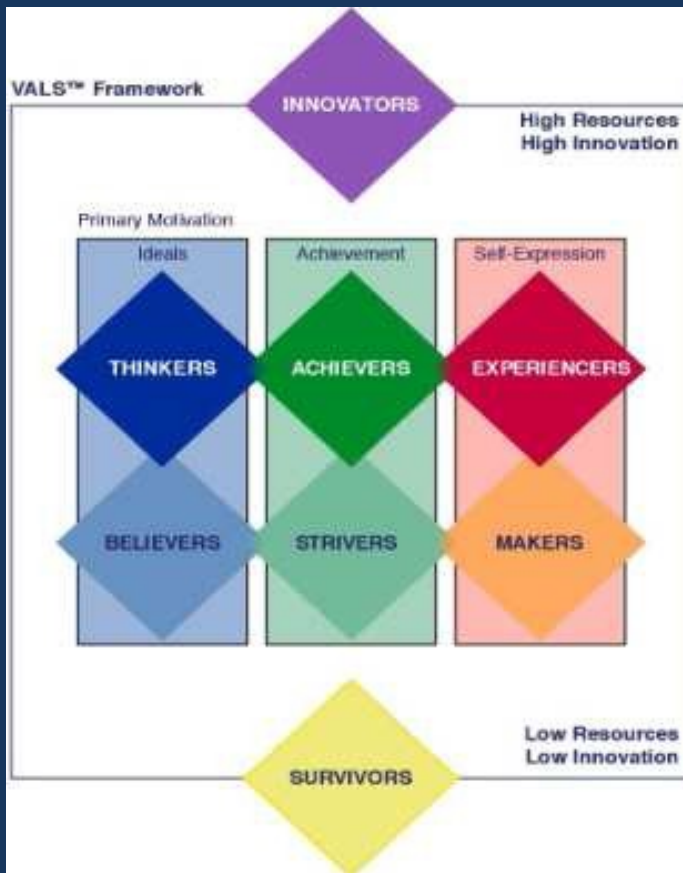
Makina Erremintaren Institutua - IMH

1. Vals Tipologia

35 item (Likert Eskala, 4 erantzun aukeraz)

“Kontsumitzailearen portaera bultzatzen duten pertsonalitate ezaugarrietan oinarriturik, merkatua segmentatzen du momentuko eta etorkizuneko merkatu aukera berriak identifikatzeko”

“Oinarrizko motibazioaren hiru dimentsiotan banatuta, VALS-ek 8 segmentu definitzen ditu, bakoitzak bere ezaugarri demografiko eta atributu psikologikoen konbinazio bakarrarekin, kontsumoaren aurrean pertsonen erabaki hartze prozesua azaltzeko.”



8 tipoak. Hiru aldagai nagusiak eta bakoitzeko tipoak:

IDEALAK (oinarri eta sinesmenak):

1. Erreflexibo
2. Sinesle

LORPENAK (estatusa):

3. Arrakastara zuzendutakoa
4. Ahaleginera zuzendutakoa

SELF- ADIERAZPENA (ekintza):

5. Esperientziara zuzendutakoa
6. Ekintzara zuzendutakoa

Hauetaz gain, berrikuntza maila eta baliabideen eskuragarritasunaren arabera, beste bi tipo kontuan hartzen ditu:

7. Berritzaile
8. Gain bizitzera bideratutakoa

2. Erabilera Tipologia

43 item (Likert Eskala, 4 erantzun aukeraz)

“Hizkuntza gizartean aztertzekeo aldagai klasikoak alde batera utzita, aukera egin dugu erakunde fenomenoen alde eta hauen konkurrentzia hizkuntzaren erabilera edo kontsumoarekin”

“Erakundeetan portaerak modu berezian baldintzatuta daude marko sozialen [kultura] ezaugarrien arabera. Subjektu bakoitzaren doikuntzan aldagai sendoak eta komunak parte hartzen dute (balioak, jarrera, rolak, irudikapenak, sinesmenak, ...) interakzioa produktua izanik., hau da eszenaratzea”

Erabilera Tipologia

10 tipoak. Lau aldagai nagusiak eta bakoitzeko tipoak:



SAREA (Hizkuntzaren marko soziala)

1. Partaide
2. Periferiko

ERAKUNDEA (Hizkuntzaren Egituraketa)

3. Uztartu
4. Ikusle

KONTSUMOA (Erabilera)

5. Aktibo
6. Emergente

ROLA (Eszenaratzea)

7. Aktore
8. Inprobisatzaile

Hauetaz gain, orokorrean erakunde bakoitzean ematen diren baldintza zehazten arabera, subjektu bakoitza sailkatze da bi hauen arabera:

9. Eraldatzaile
10. Hartzaile



3. PRESTAKUNTZA BEHARREN IDENTIFIKAZIOA

Datu sozio demografikoak:

sexua / adina / ikasketak / maila ekonomikoa / lan postua / euskara maila

SEKTOREKO EUSKARAZKO PRESTAKUNTZA BEHARREN IDENTIFIKAZIOA :

1. "Gai teknikoak euskaraz ikasteko aukera nahikoa dagoela uste dut"
2. "Nire lanean euskaraz ikasteko aukera nahikoa dudala iruditzen zait"
3. "Gai teknikoak euskaraz ikasteko aukera dudan bakoitzean, aukeraz baliatzen naiz"
1. "Nire neurriko ikasketarik euskaraz eskainiko balitz, parte hartuko nuke"
1. "Etorkizunean euskaraz lan egiteko, prest nago denbora inbertitzeko"
2. "Ezagutzen al duzu euskaraz eskaintzen duen erakunderik edo zentrorik ?"
3. "Euskaraz gai teknikoak eskaintzen duen erakunde edo zentrorik ezagutzen al duzu ?"
4. "Zein arlotan interesatuko litzaizuke gai teknikoak euskaraz ikasi



Emaitzak eta ondorioak



Emaitzak: PRESTAKUNTZA BEHARREN IDENTIFIKAZIOA

Datu sozio demografikoak

Sexua	Adina	Ikasketak	Maila ekonomikoa	Lan postua	Euskara maila
%81a Gizonezkoak dira	%70ak 29 urte baino gutxiago du	%60ak Goi Mailako LH egin du	%46ak 30 mila € baino gutxiago kobratzen du	%75a Ekoizpen teknikoan dago	%45ak Gutxienez EGA du



Emaizak: **PRESTAKUNTZA BEHARREN IDENTIFIKAZIOA**

1. “Gai teknikoak euskaraz ikasteko aukera nahikoa dagoela uste dut”: **%57ak EZ**
2. “Nire lanean euskaraz ikasteko aukera nahikoa dudala iruditzen zait”: **%43ak EZ**
3. “Gai teknikoak euskaraz ikasteko aukera dudan bakoitzean, aukeraz baliatzen naiz”: **%74a BAI**
 1. “Nire neurriko ikasketarik euskaraz eskainiko balitz, parte hartuko nuke”: **%85ak BAI**
 1. “Etorkizunean euskaraz lan egiteko, prest nago denbora inbertitzeko”: **%88ak BAI**
 2. “Ezagutzen al duzu euskaraz eskaintzen duen erakunderik edo zentrorik ?”: **%41ak EZ**
 3. “Euskaraz gai teknikoak eskaintzen duen erakunde edo zentrorik ezagutzen al duzu ?”: **%61ak IMH**
 4. “Zein arlotan interesatuko litzaizuke gai teknikoak euskaraz ikasi ahal izatea ?”:
%45ak, Diseinua, Fabrikazioa eta Mantentze-muntaia



Emaitzak eta ondorioak:

VALS Tipologia

BERRITZAILE: 33-54*

<i>IDEALAK</i>	<i>LORPENAK</i>	<i>SELF-ADIERAZPENA</i>
ERREFLEXIBO 37-56	ARRAKASTARA Z.** 26-46	ESPERIENTZARA Z. 28-48
SINESLE 25-46	AHALEGINERA Z. 28-46	EKINTZARA Z. 29-51

GAIN BIZITZERA ZUZENDUTAKOA: 33-56

*Tarte bakoitzean ezkerreko kopurua da profil edo segmentu bakoitzean erabateko adostasuna erakutsi dutenen kopurua. Eskuineko da nolabaiteko adostasuna erakutsi dutenena, beraz adostasun malgua erakusten dute.

** Z. = Zuzendutakoa



Euskarazko prestakuntza kontsumitzeko / aukeratzeko, aurki ditzakegun patroiak :

1. Luza daitekeen eskaintzak funtzionala, baliogarria eta iraunkorra izan behar du. Ondo informatutako subjektuak ditugu eta informazioa kontrastatzeko portaera erakutsiko dute. Eta hau erakusten ez dutenak, erakusteko joera azaltzen joango dira.
2. Kontsumitzaile fidela izateko aukera handia dago. Aurretik jasotako prestakuntzak bere beharrak bete baditu honelako subjektuek, eskaintza berriaren aurrean parte hartuko dute.
3. Lanbide karrera indartzeko bakar- bakarrik efizientea den inbertsio egiteko prest daude.



4. Sektorean, oro har, nagusitzen den desiratutako profileraren iristeko edo gerturatzeko asmoa aspektu honetan islatzen da: egiten duten aukerak balio die adierazteko noren bidea jarraitu nahi duten. Esfortzua bideratzen da ez gain bizitzera, arrakasta izatera baizik.
5. Hizkuntzarekiko atxikimendu soziala baliogarria da nor bere adierazpena bideratzeko. Beraz aukera izanda, momentuko gogo-aldartea edo sentimendu zehatz bat (hizkuntzarekiko atxikimendua) betetzeko asmoa erakutsiko lukete.
6. Eskaintzaren aspektu funtzionala zorrozki ebaluatzen dute. Ez ba da betetzen modu esanguratsuan ez dute parte hartuko.



Emaitzak eta ondorioak: ERABILERA Tipologia

ERALDATZAILE: 41-61*			
<i>SAREA</i>	<i>ERAKUNDEA</i>	<i>KONTSUMOA</i>	<i>ROLA</i>
PARTAIDE 40-57	UZTARTU 33-54	AKTIBO 34-63	AKTORE 35-57
PERIFERIKO 20-57	IKUSLE 27-54	EMERGENTE 14-41	INPROBISATZAILE 23-58
HARTZAILE: 20-49			

*Tarte bakoitzean ezkerreko kopurua da profil edo segmentu bakoitzean erabateko adostasuna erakutsi dutenen kopurua. Eskuinekoa da nolabaiteko adostasuna erakutsi dutenena, beraz adostasun malgua erakusten dute.



Euskarazko prestakuntza kontsumitzeko / aukeratzeko, erabileraren ikuspuntutik patroiak :

1. Prestakuntza eskaintza identitatea garatzeko eta bere adierazpenerako bide bat da.
2. Eskaintzara erakartzeko komunikazio estrategia pertsonalizatuak eta egokiak erabili behar dira, baina eragin iturri nagusiak ez du pertsona izan behar. Erakundearen papera garatu behar da.
3. Erakundeak hizkuntzaren strategiaren uztarketa edo erakundetzea egiten duenean, balizko eskaintzaren balioa erakunde mailan konfirmatzen duten eragileak agertzen dira.
4. Eskaintzak frogatu behar du proposatzen denak isla praktikoa izango duela bere lan bilakaeran eta emaitza positiboak edo gainerakorrak ekarriko dituela. Praktikotasuna benetan bermatu arte ez dira gehituko proposamenetan beste batzuk, hau da erabiltzaile emergenteak .



5. Eskaintza egokitu behar da funtzionalitatea bermatzeko, kalitatezko hizkuntza estilo batetik abiatuta edo gehituz.
6. Eskaintzaren ezaugarri, baldintza edota kalitatearen arabera erantzungo dutenak badaude. Informazio Kanpaina klasikoak eraginkorrak dira, baina personalizatu behar dira.
7. Eskaintzak izan behar du helburu funtzionala, nor bere paper profesionala, hau da, bere rola indartzeko lagundu behar dio. Aberasten da papera betez, eta eskaintza aukera bat da.
8. Eskaintzak erakundearen bide formaletik etorri behar du, sinesgarritasun maila handia erakutsiz. Honen beharra erakusten du subjektu askok. Erakundeak sustatuta eta lan profila osatzeko bidea dela frogatuz edo erakutsiz egitea beharrezkoa da.



Aurrera begira

1. Tresna berri baten egokitzapenak.
2. Sektore segmentaziotik erakundeetara.
3. Langilearen hautematea eta bere kontsiderazioa.
4. Euskararen balio erantsia garapenean (pertsonala, soziala eta enpresarena), aktibo gisa.
5. Erakundearen papera.



ESKER ONA

GURE ESKER ZINTZOA INKESTAK BETETZEN
LAGUNDU ZIGUTEN ENPRESEI

