

A DIPLOMADOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

A Magyar Honvédség marketing tevékenységének elemzése, a katonai pálya fiatal generáció körében történő népszerűsítésének lehetőségei tükrében.

(HR-Marketing)

Cserjési Tamás

Marketing mesterképzési szak

Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Dr. Kovács Annamária, egyetemi docens

A Magyar Honvédség a civil szférához hasonlóan évek óta küzd a munkaerőhiány problémájával. Az eddigi jelentős erőfeszítések ellenére sem sikerült elég fiatal megszólítani és felkelteni érdeklődésüket a katonai pálya iránt, holott a honvédség technikai eszközállományának és fegyverrendszereinek fejlettsége mára a 21. századhoz méltó színvonalra emelkedett. A dolgozat célja, annak első felében kielemezni a létszámhiány mérséklése érdekében eddigiekben tett intézkedések hatását, továbbá a pályaválasztás háttérében meghúzódó pszichés és egyéb befolyásoló tényezőket, második felében pedig visszacsatolást nyújtani a honvédség eddigi marketing tevékenységének eredményességéről annak érdekében, hogy megtudjuk, hogyan lehetne hatékonyabbá tenni a toborzást és vonzóbbá tenni a katonai életpályát a fiatal generáció körében. Célja továbbá felmérni a honvédség jelenlegi társadalmi megítélését és a magyar lakosság fejében uralkodó képet annak egészét illetően. A kutatás félig strukturált interjúk, fókuszcsoportos vizsgálat és kérdőíves megkérdezés adatain nyugszik, melyek elemzését követően következtetések és javaslatok kerülnek megfogalmazásra egy későbbi marketing stratégia kialakításával összefüggésben.