



ISTRAŽIVANJE STAVOVA  
OPĆE JAVNOSTI

---

# Percepcija komunikacijske industrije

**hura!**

Ipsos, 2022.

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



## CILJ ISTRAŽIVANJA

---

Razumijevanje i percepcija struke tržišnog komuniciranja, privlačnosti rada u industriji te stavova o oglašavanju.

**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

## Reprezentativan uzorak hrvatske javnosti

<b>Spol:</b>	N	%
Muškarac	476	48%
Žena	524	52%
<b>Dob:</b>	N	%
16 do 35 godina	275	28%
36 do 55 godina	304	30%
55 +	420	42%
<b>Obrazovanje:</b>	N	%
Osnovna škola	241	24%
Srednja škola	551	55%
Fakultet	208	21%
<b>Radni status:</b>	N	%
Zaposlen/a	488	49%
Nezaposlen/a	127	13%
Učenik, student	84	8%
Umirovljenik/ica	297	30%



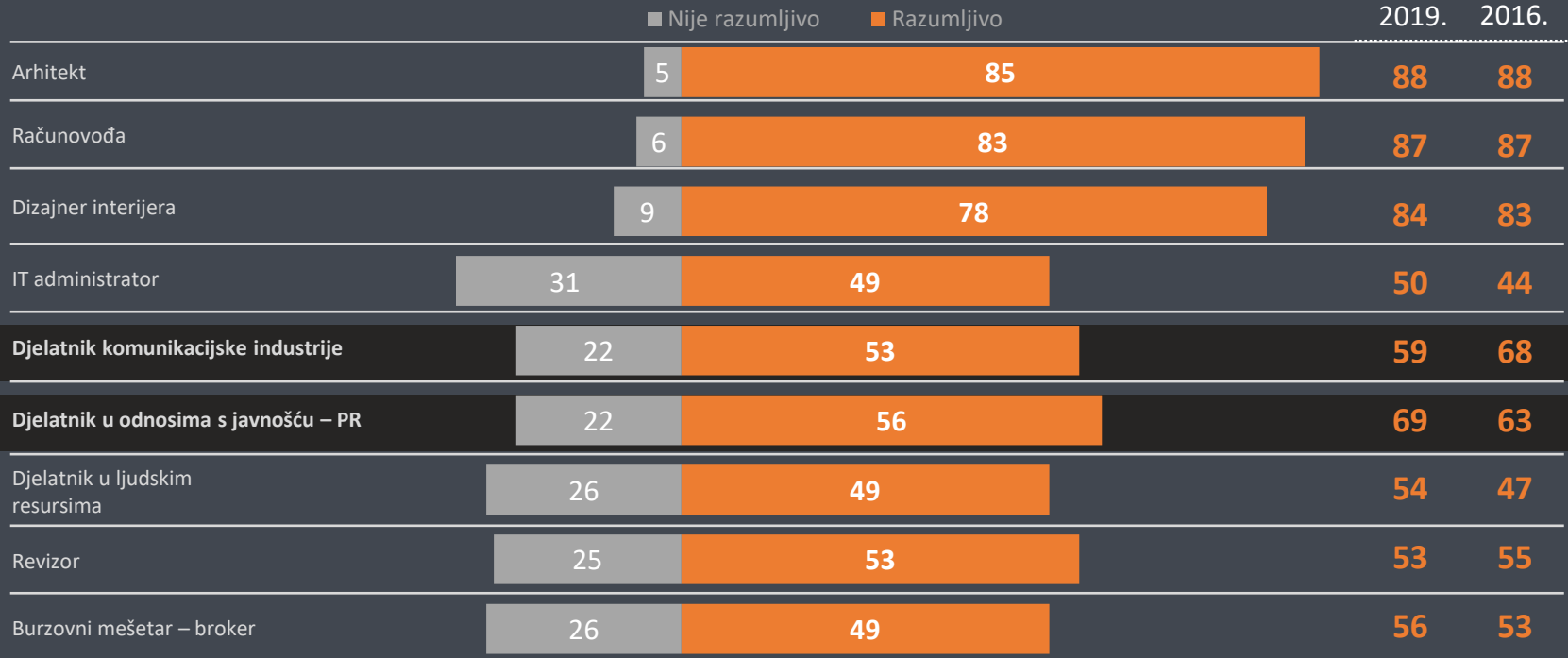
Imidž struke  
ocijenjen pozitivno

# 53%

ispitanika smatra da znaju  
što točno rade djelatnici  
komunikacijske industrije.

**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



Glavnim se aktivnostima djelatnika komunikacijske industrije smatraju zadaci oglašavanja, reklamiranja, promocije te marketinga.



Imidž struke ocijenjen je pozitivno;  
iako polovica ispitanika nema želju za  
radom u marketinškoj agenciji, ukupno

47%

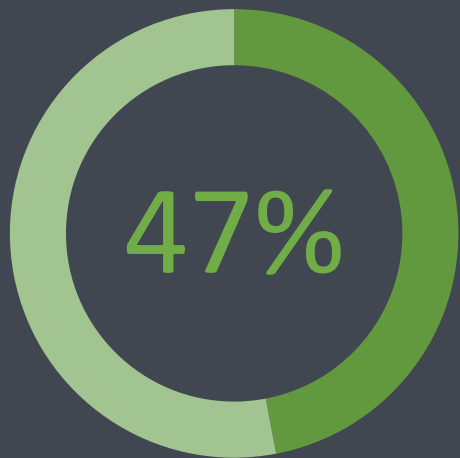
ispitanika preporučilo bi  
ga drugima.

**hura!**

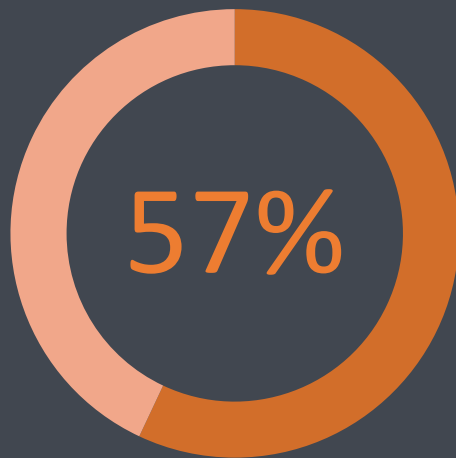
HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



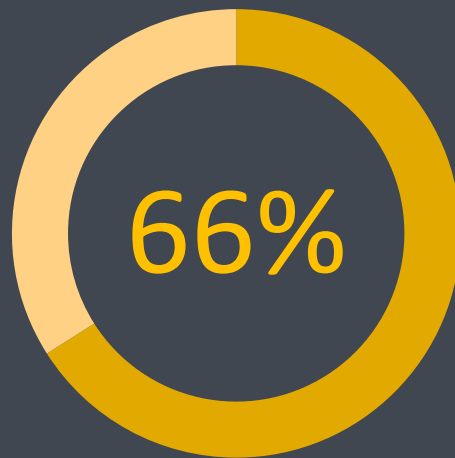
# Preporuka rada u komunikacijskoj industriji



2022.



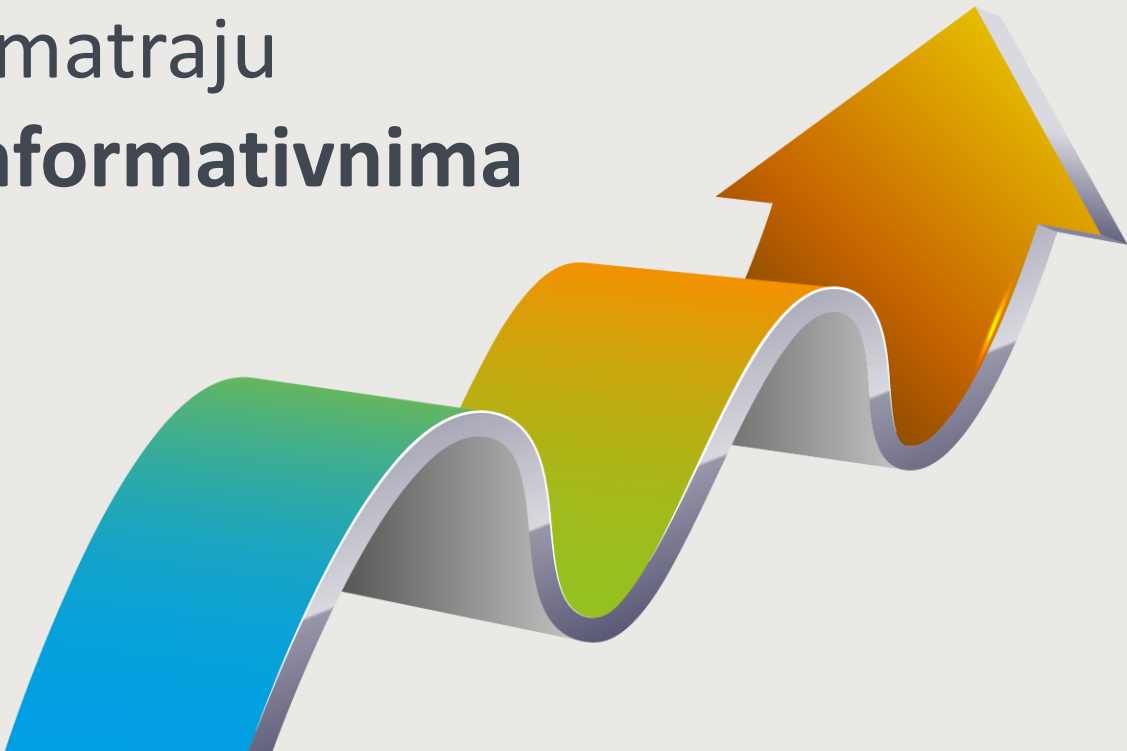
2019.

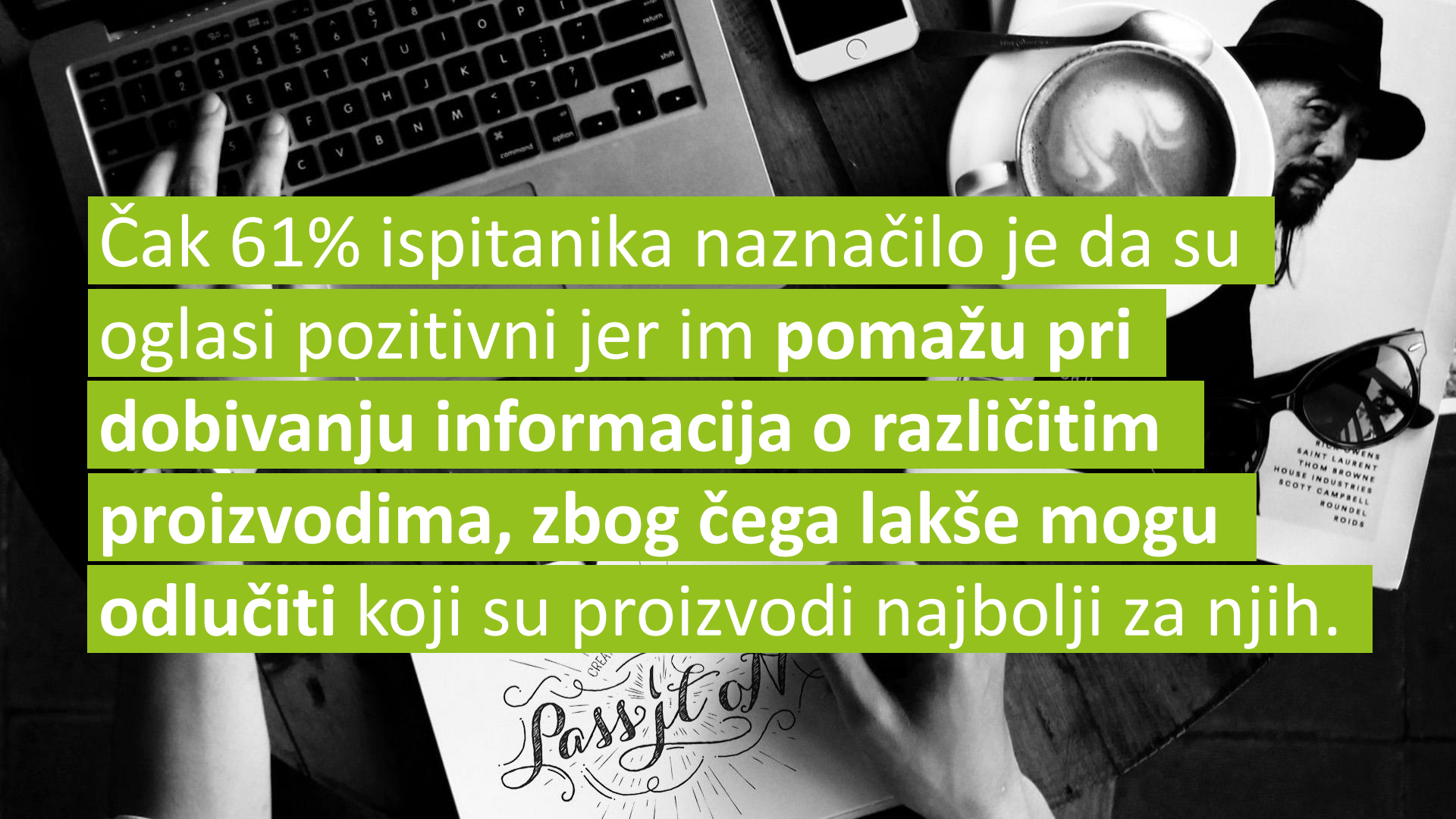


2016.

STABILNOST POZITIVNE PERCEPCIJE  
OGLAŠAVANJA

Hrvati oglase smatraju  
**pozitivnima, informativnima  
i korisnima**

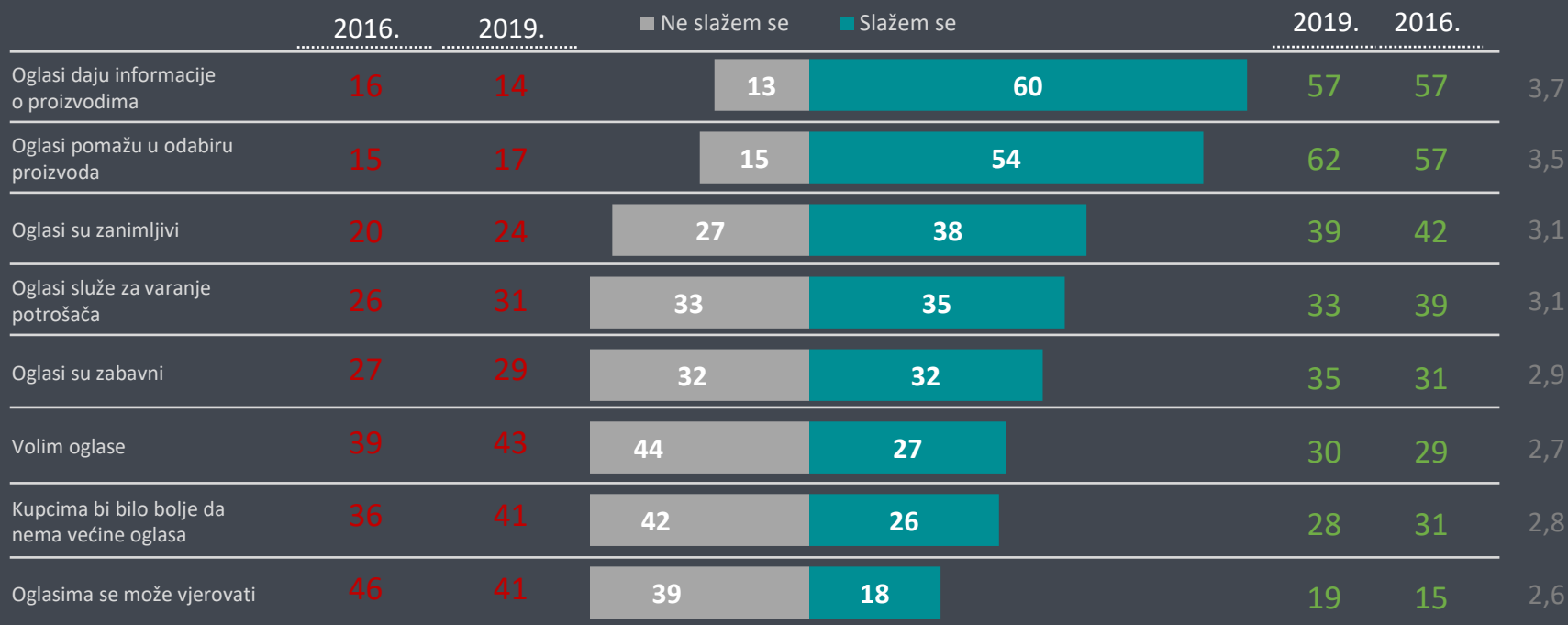




Čak 61% ispitanika naznačilo je da su oglasi pozitivni jer im pomažu pri dobivanju informacija o različitim proizvodima, zbog čega lakše mogu odlučiti koji su proizvodi najbolji za njih.

CREA  
Passion

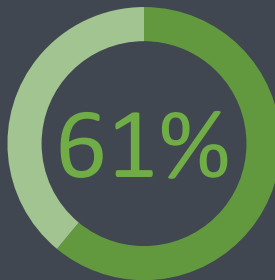
RICH OWENS  
SAINT LAURENT  
THOM BROWNE  
HOUSE INDUSTRIES  
SCOTT CAMPBELL  
RONDÉL  
ROIDS



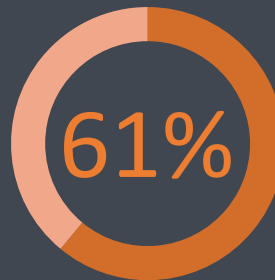
# Mišljenje o oglasima

Oglasi su **pozitivni** jer mi pomažu da dobijem informacije o različitim proizvodima pa lakše mogu odlučiti koji proizvod je najbolji za mene.

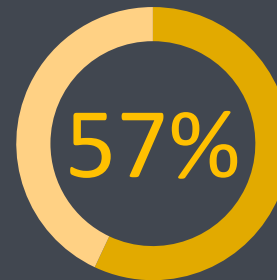
2022.



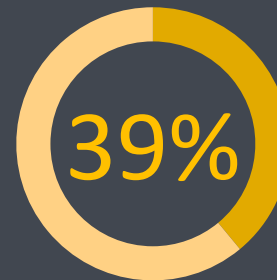
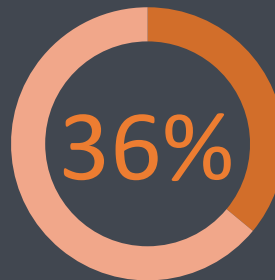
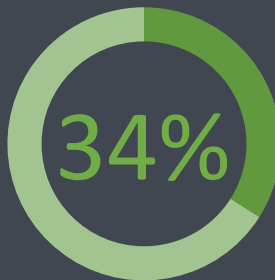
2019.



2016.



Oglasi su **negativni** jer nameću mišljenje potrošačima.



Iako je negativan stav da oglasi potrošačima nameću mišljenje još uvijek prisutan, primjetan je trend pada takvog stava – 34% ispitanika smatra da su oglasi negativni, dok čak

61%

oglasa doživljava pozitivnima i korisnima, što ukazuje na stabilnost ugleda industrije.

**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

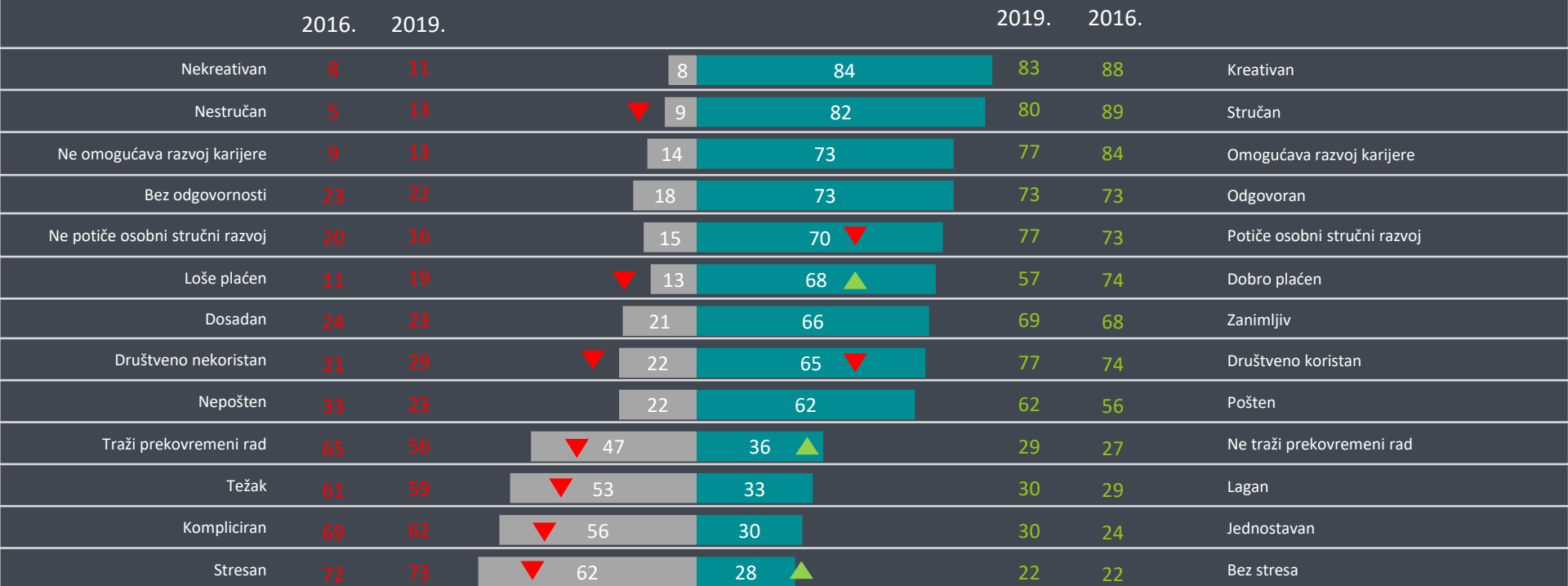


**Kreativni, stručni, društveno  
korisni i dobro plaćeni.**

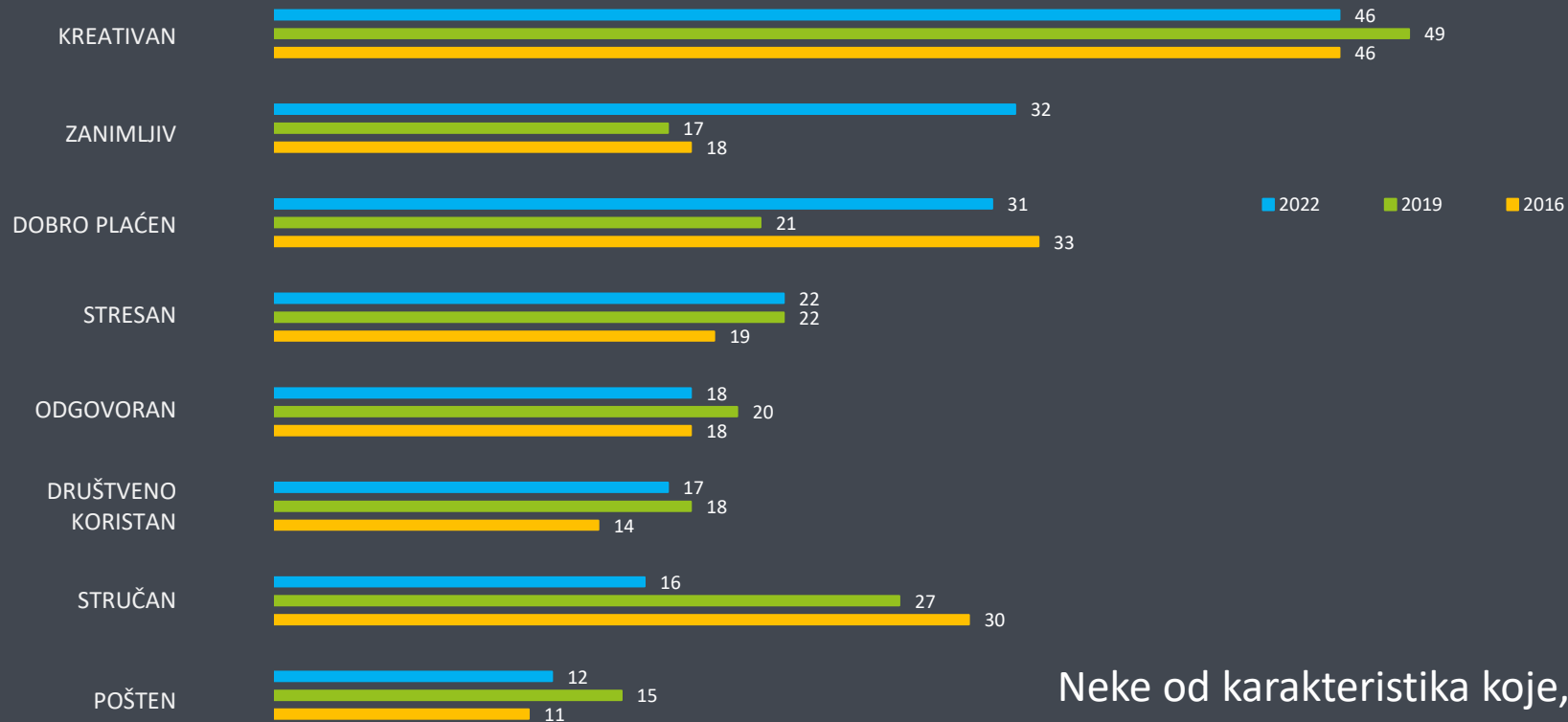
*– tako industriju tržišnog komuniciranja percipira većina Hrvata*

Odgovori ispitanika na pitanje koja se karakteristika više odnosi na posao djelatnika komunikacijske industrije.

▲ Statistički značajno **više**/**niže** u odnosu na 2019.







Neke od karakteristika koje,  
po ispitanicima, najbolje  
opisuju posao u  
komunikacijskoj industriji.

Rad u marketinškoj agenciji u očima javnosti prvenstveno se percipira kao **kreativan**, a zatim i **stručan, dobro plaćen, odgovoran i društveno koristan posao** koji zaposlenicima omogućava da se profesionalno razvijaju, no istovremeno je – pokazalo je istraživanje – riječ o stresnom i složenom poslu koji iziskuje mnogo odgovornosti.

# ZAKLJUČCI

---



**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Više od

60%

Hrvata oglase doživljava pozitivnima  
– smatraju da **oglasi informiraju**  
**i pomažu** pri odabiru.

**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Ukupno

53%

**ispitanika smatra da znaju što točno rade djelatnici komunikacijske industrije** – navode zadatke reklamiranja, promocije, prodaje i marketinga.

**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Imidž struke ocijenjen je pozitivno – iako polovica ispitanika nema želju za radom u marketinškoj agenciji, **njih čak**

**47%**

**preporučilo bi ga drugima!**

**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Tipičnim se zaposlenicima agencija smatraju kreativne i stručne mlade, visokoobrazovane osobe koje rade **odgovoran i naporan, ali dobro plaćen posao** koji im omogućava profesionalni razvoj i napredak.



**hura!**

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



Kvantitativno istraživanje proveo  
je Ipsos 2022. godine.



## ABOUT IPSOS

---

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries.

Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

## GAME CHANGERS

---

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS



Hvala na pozornosti.

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE  
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES