**Reklama a spotrebiteľ**

Ľudia si v minulosti vyprodukovali práve toľko, koľko spotrebovali, neskôr začali svoje nadbytky medzi sebou vymieňať, neskôr predávať. Stálym zvyšovaním svojej produkcie však potrebovali svoj tovar čo najlepšie predať, k čomu postupne začali používať reklamu.

Prvá zmienka o samotnom pojme reklama pochádza z latinsko -franúzskeho slovníka z roku 1611.

***Reklama*** je spôsob informovania verejnosti o výrobkoch, činnosti, službách a pod. za účelom zvyšovania zisku, je súčasťou marketingovej komunikácie a šíri sa prostredníctvom ktorýchkoľvek médií.

V zmysle zákona o reklame č. 147/2001 je ***reklama*** prezentácia produktov v každej podobe s cieľom uplatniť sa na trhu.

***Funkcie reklamy***

Reklama predovšetkým poskytuje informácie o produktoch s cieľom:

* identifikovať produkt a odlíšiť ho od iných,
* identifikovať miesto, kde produkt možno dostať,
* identifikovať črty produktu a dať informácie o ňom,
* predstaviť spotrebiteľovi nový produkt a presvedčiť ho na opakované používanie,
* stimulovať distribúciu produktu,
* vybudovať preferenciu a lojalitu k značke.

Reklama určitým spôsobom aj vzdeláva spotrebiteľov, sú to hlavne reklamy upozorňujúce na škodlivosť „Fajčenie škodí zdraviu“ a pod...

**Vplyv reklamy**

1. Na spotrebiteľa

Aby bola reklama úspešná musí dôsledne sledovať správanie spotrebiteľa a snažiť sa ich ovplyvniť.

Medzi súčasné spotrebiteľské správanie patrí napríklad:

* trávenie voľného času,
* skvalitňovanie spotrebných zvyklostí,
* snaha odlíšiť sa od iných,
* zmeny v štruktúre vekových skupín a ich miesto v nákupe tovarov
* zmeny v štruktúre podľa pohlavia
* zmeny v štruktúre zamestnania spotrebiteľov.

V konečnom dôsledku reklama ovplyvňuje práve toto správanie sa človeka, je to hlavne zmena jeho potrieb, záujmov, návykov.

1. Na odosielateľa reklamy

Dobrá reklama zvyšuje zisk.

1. Na spoločnosť

Reklama svojim spôsobom prispieva k zvyšovaniu kultúrnej úrovne. Ak je reklama vkusná a vhodne dotvára celok, tak prispieva ku skrášleniu životného prostredia.

Oboznamuje spotrebiteľov so správnymi názvami tovarov a služieb – spisovný jazyk.

Dobrá reklama podporuje vedecko-technický pokrok. Vytvára nové pracovné príležitosti – reklamný priemysel.