



X

Oppiaine	Liiketaloustiede, Markkinointi	Päivämäärä	12.11.2007
Tekijä	Lauri Pakkala	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	102
Otsikko	Lasten altistuminen sopimattomalle markkinoinnille Internetissä		
Ohjaajat	KTT Juha Panula, KTM Petteri Ojala		

Tiivistelmä

Tutkielman tavoitteena on selvittää lasten altistumista sopimattomalle markkinoinnille vieraillessaan heille kohdistetuilla suomalaisilla Internet-sivustoilla. Tutkimuskysymys onkin missä määrin suomalainen lapsi altistuu sopimattomalle markkinoinnille Internetissä. Tutkimuksen osaongelma on selvittää mikä on hyvä markkinointitapa lapsille markkinoitaessa Internetissä. Tutkielmassa tutkimuskohteita ovat aiheeseen soveltuva lainsäädäntö, kansalliset ja kansainväliset ohjeet ja säännöt sekä lapsille kohdistettujen suomalaisten Internet-sivustojen markkinointisisältö. Tutkielmassa käsitellään lasten roolia kuluttajina ja markkinoinnin vastaanottajina sekä sopimattoman markkinoinnin käsitettä. Erityisesti tarkastellaan lasten sosiaalistumista kuluttajiksi, roolia e-kuluttajina ja e-markkinoinnin kohderyhmänä.

Hyvä markkinointitapa, eettinen ja moraalinen markkinointikäytäntö, määrittyy paitsi lakien ja asetusten perusteella, myös osapuolien yhteisesti sopimasta moitteettoman toiminnan määritelmästä sekä sosiaalisesti hyväksytyistä eettisistä ja moraalisisista käytänteistä. Tärkein kuluttajansuojalaissa, viranomaisohjeissa sekä itsesääntelyohjeissa mainittu rajoitus kieltää hyvän tavan vastaisen tai muutoin sopimattoman menettelyn. Tällä mahdollistetaan markkinointitoimenpiteiden laaja-alainen tulkinta sekä joustavat menettelytavat markkinointia valvoville ja sääteleville tahoille. On myös tarpeen korostaa hyvän markkinointitavan eettistä ulottuvuutta. Markkinointitoimenpiteen ollessa juridisesti hyväksyttävä ja esimerkiksi viranomaisohjeiden mukainen, voi se silti muodostua kokonaisuudessaan eettisesti arveluttavaksi.

Tutkielman empiirinen tutkimusmetodi on kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Analysoimalla suomalaisten Internet-sivustojen sisältämää mainontaa luodaan käsitys siitä, missä määrin lapset altistuvat sopimattomalle markkinoinnille. Tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita sekä lapsille kohdistetuista sivustoista että aikuisille kohdistetuista sivustoista, joita lapset käyttävät aktiivisesti. Internet-sivustoilla sijaitsevat mainokset ovat pääsääntöisesti erittäin hyvin tunnistettavissa markkinoinniksi. Samoin markkinoiva taho on useimmiten helppo tunnistaa mainoksista. Lapset eivät myöskään juuri kohtaa sopimatonta piilomainontaa. Pelipalvelujen tarjoajat eivät tosin saisi sisällyttää peleihinsä mainoksia. Markkinoijien tulisi myös pyrkiä erityiseen tarkkaavaisuuteen markkinoitaessa kylkiäisiä tuotteiden tai palveluiden ohella. Voidaan todeta lasten altistuvan varsin pienissä määrin sopimattomalle markkinoinnille. Ongelmia tuottavat lähinnä nuorille tai aikuisille suunnatut Internet-sivustot.

Asiasanat	markkinointi, internet, lapset, etiikka, kuluttajansuoja, kuluttajakasvatus
Muita tietoja	