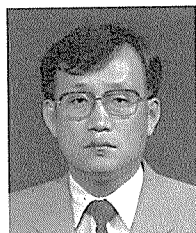


# 통신 소비자

자본주의 사회에서 소비자는 왕이다. 모든 공급자는 소비자를 위해서 존재한다. 소비자가 없는 공급자는 그 존재의 의미가 없으므로 너무나 당연한 이야기다. 그렇다면 지구상의 모든 소비자들이 왕대접을 받고 있는가? 선진국일수록 개인 소비자들이 스스로 왕 대접을 요구하고 공급자들은 왕대접을 하기 위해 노력한다. 그러나 후진국일수록 소비자들은 왕대접을 요구하지 못하고 공급자들도 왕대접할 줄을 모른다.

통신 소비자는 누구인가. 통신 소비자는 전화, 무선전화, 데이터통신 등을 소비하는 온 국민이다. 통신 공급자는 한국 통신, 데이터 통신, 이동통신 등이다. 이들은 통신 소비자인 온 국민들을 왕처럼 생각하고 있는가? 별로 그래 보이지 않는다. 통신 소비자 통신 공급자들로 받는 대우는 가전제품의 소비자가 가전제품의 공급자로 부터 받는 대우에 비하면 한참이나 차이가 있어 보인다. 특히 데이터통신은 그것이 일상 가사에 영향을 미치는 전화등과는 달리 기업경영에 큰 영향을 미친다. 따라서 좋은 경영효율을 위해서는 품질이 우수한 도구 즉 품질이 우수한 통신회선의 공급은 통신 소비자의 최대의 바람이다.

각 기관마다 조사되는 통계를 보면 온라인 장애 원인중의 가장 큰 부분이 바로 전용회선의 불량이다. 국내의 전용회선 시장규모는 1년에 적어도 3000억원 이상은 될 것이다. 어떤



鄭鎮旭

성균관대 정보공학과 교수

단일상품에 가격이 3000억원이라면 적지 않은 시장규모라고 할 수 있다. 이러한 시장규모의 상품이 소비자로부터 만족할 만한 품질 인증을 받지 못하고 있다면, 이것은 큰 문제이다. 통신회선의 불량률이 발견되어 이를 신고하고도 고장 수리까지 걸리는 시간은 거의보장받지 못한다. 어떤 소비자는 통신 회선을 믿지 못하여 자기 돈으로 50% 혹은 그 이상의 예비회선을 유지하고 있다. 안그래도 높은 편인 전용회선(시외구간)의 사용료는 이래서 실질적으로 더 올라간다.

거기다가 통신 서비스 공급자의 불친절까지 겹치는 날이면 소비자의 불만은 턱 밑까지 차오른다.

통신 공급자들이 이렇게 착하다 착한 통신 소비자들을 계속 이런식으로 대우해도 좋을 것인가. 그렇지 않다. 점차 새로운 공급자, 소비자를 왕처럼 대우하는 새로운 공급자가 등장할 가능성이 높아가고 있기 때문이다. 아무리 인내심이 강한 소비자라도 만일 그러한 새로운 통신 공급자가 등장한다면 모조리 그쪽으로 도망갈 가능성이 불보듯 뻔하다.

따라서 통신 공급자들은 하루빨리 통신소비자들의 불평과 불만을 귀담아 듣고 시정해 나가야 할 것이다. 통신 소비자들도 통신 소비자 연맹이라도 만들어 목소리를 합하여 공급자들에게 요구할 것은 요구하는 것이 바람직할 것이다. 통신 소비자들이며 이제 모두 깨어나 소비자의 권리를 찾아 나서자.