



소비자 우롱하는 '가격 광고' 이젠 없어져야 한다

통신업체의 가격 광고에 소비자들이 불이익을 받고 있다. 지난 5월부터 시작해 최근 반응이 시들해진 PC통신업체들의 프리PC 제도나 하나로통신이 대대적으로 광고하는 '나는 ADSL'이 그 대표적인 예이다.

우선 PC통신업체들이 광고하는 프리PC 제도를 살펴보면 3-4년간 매월 적은 액수만 납부하면 PC통신과 인터넷 이용은 물론이고 최고급 컴퓨터도 거의 공짜나 다름없이 구입할 수 있다는 것이다.

하지만 PC통신사와 컴퓨터업체들의 대대적인 광고 내용과는 달리, 국내에서 실시되는 프리 PC는 사용자들에게 유리한 구매조건은 아니다.

원래 프리PC 마케팅을 처음 실시한 미국에서는 프리PC업체가 PC와 인터넷 접속환경을 제공하고, 사용자는 인터넷을 통해 뿌려지는 광고를 보기만 하면 거의 공짜로 PC와 인터넷을 이용하게 하는 것이다. 이런 프리PC제도가 미국에서 가능했던 것은 인터넷 광고주가 PC비용을 지불하면서, 사용자들의 광고인지도 등을 조사해 마케팅 자료로 활용할 목적으로 프리PC제도를 지원했기 때문이다.

그러나 국내의 프리PC 제도는 미국의 경우와 전혀 다르다. 산술적으로 계산해 봐도 쉽게 알 수 있다. 3년동안 매월 5만 원을 지불하는 경우를 살펴보면 5만원씩 36개월하면 총 180만원 정도가 된다. 여

기서 매달 1만원씩 36개월 간의 PC사용료 36만원을 빼면, 프리PC의 실제가치는 130여 만원이다. 이렇게 해서 나온 프리PC의 가격과 현재 동종 모델을 구입했을 때의 가격과 비교해보면 프리PC의 가격이 오히려 비싼편이다. 실제로 매달 5만 원을 내야하는 한 PC통신사의 프리PC는 요즘 같은 모델들 시중에서 110만원 내외에서 구입할 수가 있다.

이런 가격적인 요소 외에도 프리PC를 구입한 소비자는 여러 가지 불이익을 받을 수 있다. 업계관계자는 "프리PC를 구입한 소비자는 3년 또는 계약기간동안 한 통신사에 묶이게 된다"며, "요즘처럼 하루게 다르게 변화하는 정보통신시장에서 다른 정보를 사용할 수 있는 기회를 상실할 수 있다"고 지적했다.

덧붙여 "일부 통신 초보자들은 이 비용만 지불하면 PC통신의 모든 콘텐츠를 자유롭게 사용할 수 있다고 생각하는 사람들도 있는데 이것은 잘못된 것이다. 대부분의 통신 이용자들은 알고 있겠지만 정보에 대한 유료비용은 따로 지불해야 한다는 것을 인식해야 한다"고 지적했다.

사정이 이런데도 각 PC통신사가 마치 '공짜에 가깝다'고 소비자를 우롱하는 데는 이유가 있다. 컴퓨터 업체로서는 행사 기간 동안 컴퓨터를 팔아 3년동안 매달 안정적인 현금흐름이 생겨서 좋고, PC통신업체로서는 3년동안 자기 고객으로 끌어들이 수 있어서 좋은 것이다.

초기에 일부 소비자들이 이런 속사정도 모른 채 그럴듯한 문구 때문에 구입을 했으나 최근에는 이런 사실이 소비자에게 인식되면서 프리PC의 판매가 급감하고 있고, 컴퓨터업체들은 서둘러 프리PC제도를 폐지하려는 움직임을 보이고 있다. 또한 실추된 이미지를 만회하기 위해 하루 10시간 내외로 인터넷을 사용하는 전문가들을 대상으로 미국과 같은 진정한 프리PC제도를 계획하고 있다.

프리PC와 더불어 최근 하나로통신이 내놓은 '나는 ADSL라이트' 서비스의 가격 광고는 더욱 심하다. 하나로통신의 광고문구는 '월 2만9천원에 1메가BPS의 속도로 고속 인터넷을 즐길 수 있다'는 것이다. 하지만 소비자들은 잘 살펴봐야 한다. 2만9천원에는 부가세가 별도로 부가세를 합치면 월 금액은 3만1,900원이 된다. 더욱이 이 금액은 ADSL 모뎀 임대료가 빠져 있다. 모뎀임대료 5천원에 부가세를 더한 금액을 합치면 이 서비스의 이용요금은 월 3만7,400원이다. TV가격 문구 2만9천원과 실제 소비자가 내는 금액이 무려 8,400원의 차이가 난다.

업계관계자는 "막상 서비스를 신청할 때 소비자가 회사에 대한 배신감을 느낄 것은 당연한 일이며 오히려 이미지에 좋지 못한 영향을 미칠 것"이라 하면서, "오히려 가격 광고에 대해 소비자가 부담해야 할 금액을 솔직하게 알리는 마케팅 정책이 필요하다"고 지적했다. <박민식 기자>