

2007년 세계 통신시장 75% 점유 예상

낙관론 · 비관론 엇갈린 평가 속 차세대 통신 대안으로 급부상

VoIP 시장은 과연 오아시스인가. 지난 99년부터 불어닥친 VoIP에 대한 관심이 최근 들어 시장에 대한 회의론이 고개를 들면서, 그 사업성에 의문이 제기되고 있다. 초기 시장 형성에 대해 낙관적이던 많은 전문가들 역시 이제는 시장에 대한 분석을 기피하는 경향까지 생기는 듯 하다.

이는 초기 서너개에 불과하던 VoIP업체는 현재 그 수가 200여개가 넘을 정도로 많은 업체가 난립하고 있다.

물론 희망적인 평가가 없는 것은 아니다. 일부에서는 올해를 기점으로 내년에는 시장이 크게 형성될 것이라는 낙관론도 없지 않다.

이러한 낙관론에는 여러 가지가 있으나 그중에서도 가장 큰 것은 올 하반기부터 기간통신사업자를 비롯한 망사업자 및 별정통신사업자들의 VoIP망 전환작업을 시작으로 시장이 형성될 것이라는 부분과 사이버파트를 중심으로 시장이 형성될 것이라는 분석에서 기인한다.

올해 하반기 시장 성장 기점

하지만 올해 하반기를 분기점으로 하여 시장이 다시 성장할 것이라는 분석에는 나름대로 신뢰성을 가지는 데이터들이 있다. 그동안 시장 미성숙으로 인한 수요 부진과 그에 따른 매출악화로 사업증대에 어려움을 겪어온 많은 VoIP 장비업체들이 최근 들어 내수부문과 수출에서 선전하는 등 기지개를 펴고 있다는 조사내용이 나오고 있기 때문이다.

처음 지적한대로 최근 들어 별정통신업체와 ISP들이 VoIP 서비스를 서두르고 있음과 동시에 해외시장 진출까지 이어지면서 올해 시장은 또다시 VoIP 열풍에 휩싸일 것이라는 분석이 바로 그것이다. 특히 정부차원의 지원도 이루어질 전망이다라는 분석도 그 맥락을 같이한다.

이외에도 사이버파트의 등장 역시 VoIP 업체들에게는 호재로 작용하고 있다. 사이버파트는 정보통신인프라를 기본적으로 내장한 아파트로서 업체들에게는 새로운 시장 확대의 하나의

중요한 이정표가 될 것이라는 분석이 지배적이다. 일례로 관련 업계의 한 관계자는 현재 사이버파트 건설업체를 대상으로 모르고 모르지만 로비 아닌 로비가 행해지고 있을 것이라고 단정할 정도다.

특히 요즘 들어 이동전화 및 국제전화에 대한 수요가 급증하면서 통신요금 지출에 대한 가계의 손익을 따져볼 때 VoIP서비스는 가격 측면에서 여러 가지 이점을 제공할 수 있다는 장점을 가지고 있다는 점을 간과할 수 없는 것이다.

또한 최근 미국 프로스트앤설리번의 조사를 보면 오는 2007년까지 VoIP가 세계 음성통화서비스시장의 75%를 점유할 것으로 보인다는 결과를 내놓았다는 점을 봐도 역시 차세대 통신에 대한 대안으로 VoIP를 무시할 수 없다는 점을 여실히 알 수 있다.

안정성 및 신뢰성 해결 급선무

초기 통신업계로부터 대대적인 환영을 받았던 VoIP 시장이 생각처럼 확대되지 않은 이유는 무엇이었을까.

VoIP는 저렴한 인터넷망을 통해 데이터는 물론이고 음성통화까지 실현시켜주는 신개념으로 기존 전화회선에 비해 비용이 상당히 저렴하기 때문에 시장이 크게 성장할 것으로 전망되었던 것이 사실이다.

이렇듯 확실한 시장이 보이는 시점에서 당연히 VoIP 서비스를 담당하는 사업자는 물론이고 기기를 공급하는 장비업체들의 난립은 아마도 불을 보듯 뻔한 일이었다는 것이 전문가들의 견해다.

이러한 생각은 바로 맞아 떨어졌고 이러한 업체의 난립은 시장이 정비도 되지 않은 상태에서 심한 출혈 경쟁으로 이어졌다.

즉 시장이 너무 작았다는 것이다. 기술에 대한 매력도 결코 시장에 바로 적용되지 않는다는 것이 여실히 드러난 것이다. 여러 사례에서 이러한 문제점을 볼 수 있다는 것이 관련업계의 설명이다.

또한 기존의 통신시설을 이용하던 사용자들에게는 VoIP에 대해 완벽한 신뢰를 할 수가 없었던 점도 시장 형성을 더디게 한 요인이다.

아무리 급진적인 문제가 있지만 기존에 사용했던 통신시설보다 안정성 및 신뢰성에 문제가 있는 VoIP로 급선회하기에는 무엇인가 무리가 있었다.

즉, 사용자 입장에서 단순히 저렴한 가격보다는 통화품질이 우선이라는 사실을 간과한 것이다. 하지만 어쩔 수 없이 대세는 VoIP 쪽으로 흘러가는 것이 사실이라는 점은 부정할 수 없는 것 같다. 이러한 상황 속에서 VoIP시장에 대한 긍정적 평가에 근거 국내 및 외국업체들이 다시 시장 선점을 위해 치열한 경쟁이 예상된다.

시장선점 위한 각사 발빠른 행동

특히 정부차원의 VoIP 산업 활성화 정책이 가시화 되면서 삼성전자 및 LG전자 등 VoIP 장비업체를 비롯해 서비스사업자들이 다시 한번 시장의 증흥기 부활을 외치고 있다. 이러한 흐름은 내수시장의 하반기 상승세와 함께 수출활로 개척, 그리고 정책적 시장창출이라는 모든 부문에 있어 그 상승세가 눈에 띄게 늘었기 때문이라 사료된다.

실제로 국내업체인 코스모브리지를 비롯한 여러 국내 VoIP 장비업체들의 매출이 회복세에 접어든 것으로 나타났다.

코스모브리지의 경우 최근 국내 별정통신업체를 대상으로 VoIP 솔루션을 구축했을 뿐만 아니라 미국, 일본 등 여러나라와 수출 계약까지 체결한 바 있다.

이러한 상황은 비단 코스모브리지에 국한된 것이 아니라 국내

여러 업체들도 같은 상황이라는 점이 고무적이다.

제너시스시스템즈의 경우 SK텔레콤과 LG텔레콤의 VoIP 시범서비스에 게이트키퍼를 납품한 데 이어 넷츠고에도 같은 장비를 공급했으며, 트랜스넷은 인터로드에 VoIP 장비 일체를 공급한 것을 비롯해 하이텔 VoIP서비스를 위해 장비를 납품하는 등 그 성장세가 기대된다.

또한 인터로드에 성공적으로 장비를 공급함으로써 여타 별정통신업체들의 장비공급요청이 쇄도할 것으로 예상하고 있다.

휴먼테크놀로지도 자사의 VoIP 솔루션을 이용, 한일합섬의 본사와 국내지사 및 해외지사 간 무료전화통화를 구현했으며 유니텔에도 소용량 게이트웨이를 납품, 내수시장 공략을 강화함과 동시에 수출상당에도 큰 진척을 보이고 있는 것으로 밝혀졌다.

해외업체 국내시장 적극적 진출

이와 함께 해외 VoIP업체들도 마케팅 강화도 힘쓰고 있다. 해외업체의 이러한 움직임에는 올해 통신사업자용 게이트웨이 국내시장이 전세계 시장의 10%에 달하는 규모로 연평균 100% 이상의 고성장을 기록하고 있는 데 따른 시장 선점 전략으로 분석된다. 이들 해외업체들은 마케팅 강화를 위해 사업설명회 및 세미나를 잇따라 열고 있으며, 각기 CEO나 아·태지역 매니저들을 파견, 시장 선점에 적극적인 공세를 펼치고 있다.

인텔 다이얼로직는 다각도의 세미나 및 전시회의 지속적인 행사를 통해 국내의 별정통신사업자, 엔드유저 및 ISP 등을 중심으로 시장을 형성해 나간다는 계획이다.

NMS는 통신사업자들이 코어 네트워크와 고성능 액세스 게이트웨이를 효과적으로 구축할 수 있는 '퓨전 4.2' 버전 국내 출시

국내의 주요 VoIP 업체들을 중심으로 디렉토리 서비스 표준 프로토콜인 LDAP을 지원하는 게이트키퍼 장비 개발 움직임에 가속이 붙고 있다. 대표적인 디렉토리 서비스 표준인 LDAP은 제품 구현이 용이해 수백만 명의 사용자를 관리해야 하는 ISP와 통신사업자 등을 중심으로 디렉토리 서비스 도입이 빠르게 확산되고 있다.

즉, VoIP 서비스에 사용자 정보나 네트워크 자원을 효율적으로 통합 관리할 수 있는 디렉토리 서비스가 접목돼 인터넷 서비스 사업자가 사용자 요구에 따라 다양한 VoIP 부가서비스를 빠르고 쉽게 구현할 수 있게 된다.

이러한 VoIP 디렉토리 서비스에 대한 관심이 증폭되는 이유에는 VoIP 장비 경쟁은 대용량 스펙 지원과 성능 싸움에서 얼마나 다양한 서비스를 빨리 제공할 수 있는지가 바로 관건이라는 분석가들의 영향도 큰 것으로 나타났다.

디렉토리 서비스를 통하면 대규모 네트워크 환경에서 네트워크 자원

이나 사용자 정보 등을 통합적이고 중앙집중적으로 제어, 관리할 수 있으며, 이 서비스는 사용자 인증과 서비스 내역 조회, 과금 뿐만 아니라 적용범위도 메시징 서비스, 파일·프린트 서버, 그룹웨어, 데이터 베이스 등으로 광범위하게 늘려갈 수 있다.

라드비전의 경우 올 상반기 LDAP을 지원하는 게이트키퍼 툴킷을 자사 제품 사용자에게 제공해, 라드비전의 제품을 사용하는 업체들이 손쉽게 LDAP을 탑재할 수 있도록 했다. 특히 국산 장비업체 대부분이 라드비전 프로토콜을 채택하고 있는 사항이어서 그 파급효과는 더욱 클 것으로 보인다. 이러한 라드비전의 빠른 행보에 맞 발 맞추어 현재 대다수의 게이트키퍼 제조 업체들이 LDAP 기능 탑재를 위한 기본 연구에 착수하고 있으며, 시스코시스템즈코리아 등 외국 장비 업체들도 LDAP을 지원하는 VoIP 장비를 속속 출시하고 있다.

코스모브리지 역시 올 초 LDAP을 지원하는 VoIP 게이트키퍼 개발에 착수했으며, 시연회까지 성공리에 마쳤다

를 계기로 적극적인 마케팅에 나선다는 계획이다.

지난해 루슨트에서 분사한 어바이어 역시 한국 시장 마케팅에 강한 드라이브를 걸고 있다.

특히 루슨트 때부터 기술력을 인정받았던 음성 및 데이터 통합 그리고 무선랜 부분에 대한 백그라운드를 심분 활용한다는 계획이다. 이외에도 이관트와 클라렌트 등 외국업체들은 보다 나은 기술력과 그간의 노하우를 바탕으로 국내업체와의 경쟁에서 우위를 점할 것이라는 분석도 나오고 있다. 특히 단순한 VoIP 기능만이 아닌 여러 기술을 통합한 제품을 통해 경쟁력을 배가시킨다는 전략이다.

엇갈린 낙관론 & 비관론

그렇다면 VoIP 시장은 과연 어떻게 전개될 것인가. 많은

VoIP 업계 관계자들의 분석은 그 시기에는 논란이 있지만 한결 같다. 그것은 바로 VoIP 시장은 황금알을 낳는 거위라는 것이다. 하지만 여기에는 분명히 잡고 넘어가야 할 문제들이 많다는 말도 잊지 않았다.

먼저 품질에 대한 고객의 선입견을 불식시키는 것이다. 만약 그렇게만 된다면 폭발적인 VoIP 시장은 시간문제라는 것이다. 즉, 고객들이 직접 써볼 기회를 제공, 품질이 그리 나쁘지 않다는 점을 인식시키는 것이 중요하다는 것이다.

비용절감 효과가 뛰어난 만큼 신뢰만 얻으면 승산이 있다는 것이다.

이외에도 최근 인터넷 전화가 PC를 이용하던 형태에서 일반 전화기를 이용하는 형태로 바뀌는 점도 긍정적인 요인으로 꼽고 있다. 그만큼 시장의 종류가 다양해질 수 있다는 것이다.

최근 VoIP네트워크 솔루션 세미나 및 전시회인 'VolPnet 2001'이 이들동안 열렸다. 이번 세미나에는 국내외 우수 통신업체들이 참가, VoIP산업과 관련된 응용사례와 기술동향 등에 많은 발표와 대안을 제시했다. 하반기 VoIP서비스 동향 및 적용사례와 기술적인 부분에 대한 많은 주제발표가 있었다. 국내 VoIP시장의 활성화를 위해 열린 이번 세미나에서는 시장의 본격적인 개화를 앞두고 있는 국내 시장에 대한 많은 전망을 제시됐다.

VoIP 프로토콜의 발전동향과 적용사례(제너시스시스템즈)

VoIP 프로토콜이 H.323, SIP, BICC, MEGACO, MGCP, 시그트랜 등으로 다양화되고 있다. VoIP 프로토콜은 크게 호제어 프로토콜과 미디어제어 프로토콜, SS7인터넷네트워킹 프로토콜로 나뉜다. 구체적으로 H.323, SIP, BICC가 호제어 계열이며 MGCP와 MEGACO는 미디어제어, 시그트랜은 후자에 속한다. 일반적으로 프로토콜에 요구하는 것은 성능과 안정성, 이종성 지원, 호환성, 마이그레이션 등을 들 수 있다. 여기에 H.323은 대량의 호처리 기능이 추가돼 있고 SIP는 관련된 것만 보여주는 기능, MGCP는 패키지 기능에 부합된다. MEGACO는 패키지와 함께 바이너리/텍스트 메시지를 같이 보여준다.

한국통신의 VoIP 동향

한국통신은 전국 7개 지역의 코넷 노드에 게이트웨이를 설치했고 서버룸을 구축해놓고 있다. 또 VoIP 기반 시스템을 갖추고 국제 인터넷폰서비스와 UMS, 별정통신 사업자 수용 웹폰 서비스를 제공하고 있다.

한국통신은 향후 전국 접속노드를 확대하며 H.323과 SIP 프로토콜을 수용하고 R2 신호방식에서 SS7 방식으로 점진적으로 전환할 방침이다. 또 망을 개방하며 기업용 VoIP 통합망 서비스를 지원할 방침이다. 이를 위해 소프트웨어, 액세스게이트웨이 등으로 구성되는 차세대망을 구축해 PSTN 망을 대체해 나갈 것이다.

VoIP 장비간 상호운용성 확보방안(ETRI)

국내 VoIP 제조업체들이 솔루션 시험 부재로 인해 기술력 확보에 난항을 겪고 있다. 단순한 통화품질 시험으로는 전반적인 장비의 기능에 대한 보장이 불가능하기 때문에 전문적이고 포괄적인 VoIP 시험환경 구축이 시급하다. VoIP 호환성 시험은 크게 게이트웨이 대 게이트웨이, 게이트웨이 대 게이트키퍼, 게이트키퍼 대 게이트키퍼 등으로 나뉘 테스트할 수 있다. ETRI는 상용 VoIP와 유사한 시험 테스트베드를 구축해 음성품질 평가와 VoIP 장비에 대한 평가, 다중공급자 환경하의 기능 및 성능, 상호운용성 인증 시험서비스를 제공한다. 통신사업자의 BMT 대행서비스도 추진할 예정이다.

하나로통신 VoIP 서비스 사업현황과 전망

하나로통신은 지난 99년 국제 인터넷폰서비스를 시작으로 지난해 VoIP 통신망 개방과 별정통신 사업자 연동 호서비스를 거쳐 현재 170만회선의 서비스지역 68개시, 13개군에서 기업대상의 VoIP 상용서비스까지 제공하고 있다. 앞으로 초고속인터넷 상품 다각화 측면에서 데이터+VoIP 서비스를 제공할 예정이며 HFC망, FTTH망, B-WLL망 등 모든 매체가입자를 대상으로 VoIP 서비스를 시작할 방침이다. 이를 위해 소프트웨어 등 장비 이중화를 통해 망 신뢰성을 높이고 표준프로토콜 구현장비를 선정해 장비간 망간 상호운용성을 제공할 방침이다. MGCP 프로코틀 기반 소프트웨어와 VoIP 모델을 개발하며 음성트래픽 전용망을 검토하고 있다. 또 하나넷에 VoIP 서비스를 탑재하며 VoIP ASP도 제공할 예정이다.

액세스게이트웨이 현황과 전망(브레인21)

액세스게이트웨이는 크게 VoDSL, VoCable, 셋톱박스 등 레지덴셜설용과 기업용, 웹기반 소프트 클라이언트, PDA용 소프트 클라이언트, 무선용 등으로 나눌 수 있다. 이중 레지덴셜설용은 홈PNA와 연계된 셋톱박스가 새롭게 부각될 것이다. 기업용으로는 IP-PBX, PSTN과 복합형 등이 예상된다. 프로토콜로는 H.323에서 SIP로 전환이 일어나고 MGCP/NCS와 MEGACO도 경쟁이 될 것이다.

하지만 이에 대해 부정론도 만만치 않다. 그 이유로는 국내시장의 구조적인 문제가 가장 큰 부분을 차지하고 있다.

즉, 가장 큰 문제로 대두되는 것은 바로 국내 통신시장의 구조적인 문제인 것이다.

국내 통신시장의 구성은 몇 개의 거대한 대형 기간통신 사업자 위주로 구성돼 있다. 따라서 이들의 본격적인 사업 진출이 이루어지지 않는 상황에서는 시장이 결코 쉽게 생성되지는 않을 것이라는 점은 누구나 알 수 있는 것이다.

물론 정부적 차원의 지원 그리고 최근 이러한 대형 기간통신 사업자들의 시장진출이 눈에 띄게 늘고 있기는 하나 그것은 한부분에 대한 진출이라는 분석이다. 즉, 이들 사업자들이 주력 서비스를 VoIP로 급격히 이전할 가능성이 거의 없다는 점이다.

물론 VoIP가 대세인 점은 인정한다 하더라도 주력 서비스를 현재 통신서비스에서 VoIP로 이전한다 하더라도 그 기간은 상당한 시일이 걸릴 것이라는 점이 부정론을 펼치는 관계자들의 의견이다.

이러한 상황에서 최근 활발히 VoIP 시장에 뛰어 들고 있는 별정통신 사업자들이 서비스를 제공한다 해도 그 시장의 규모가 전체 시장에 주는 파급효과는 극히 미비할 것이라는 분석이다.

이러한 분석을 내놓은 업계 관계자의 말에 일리가 있는 점은 기간통신 사업자들도 VoIP 서비스의 시장성을 충분히 인식, 이미 이를 위한 기반 구축해 놓았을 것이지만 현재 수익기반인 유선사업을 그대로 놓고 새로운 사업으로 진출하는 무모함보다는 시간을 두고 대비할 것이 분명하다는 것은 타당한 주장으로 평가된다.

하지만 이러한 상황이라 할지라도 손을 놓아두고 있을 수는 없는 것이 VoIP업체가 당면한 과제다.

즉, 전체 통신시장의 방향이 VoIP로 향하고는 있지만, 그 시기가 오는 시점까지 과연 어떻게 생존하느냐 하는 문제점도 간과하지 않을 수 없다.

‘사이버아파트’ 새로운 대안으로 급부상

이러한 상황에서 최근 많은 국내 VoIP업체들이 사이버아파트로 그 눈길을 돌려 관심을 끌고 있다.

사이버아파트를 잡아야만 생존할 수 있다는 말까지 나오는 분위기다. 도대체 사이버아파트의 어떤 점이 VoIP업체들을 유혹하게 만드는 것일까.

초고속인터넷과 홈오토메이션, 원격제어, 멀티미디어 서비스

등 정보통신인프라가 직결된 아파트가 바로 사이버아파트이다.

사실 먼저 리브콜을 받은 쪽은 VoIP업체들이었다. 특히 국제전화와 이동전화 등 가계마다 통신요금 지출이 화두가 되는 요즘 저렴한 가격에 국내 및 국제전화를 이용할 수 있다는 이점에 힘입어 건설업계의 주목을 받은 것이다.

아파트는 사람이 사는 곳이므로 비용 절감은 곧 아파트 이미지 제고에 큰 몫을 한다는 계산이었다. 효율적인 인터넷 회선 사용과 통화 비용 절감이 주부들로부터 큰 호응을 얻을 수 있다는 점에 착안한 것이다.

VoIP업체들은 이같은 점에 착안, 사이버 아파트 건설업체를 대상으로 활발한 영업을 진행 중이다.

상반기의 판매 실적 부진을 만회하는 동시에 범국민을 대상으로 VoIP서비스에 대한 인식을 전환시킬 수 있는 좋은 기회라는 판단에서다.

현재 사이버아파트 공략을 준비중인 업체만 해도 20여개. 아예 사이버아파트용으로 상품을 출시한 곳이 있는가 하면 물밀 작업이 상당 부분 진척된 곳도 여럿이다.

앞으로는 더 많은 업체들이 시장 선점 작업에 가세할 것으로 전망되고 있다.

시기가 문제...대세는 VoIP

하지만 이러한 VoIP업체들의 사이버아파트 진출에는 우려의 목소리도 있다.

그중에서도 가장 큰 문제점으로 지적되는 점이 바로 업체간의 VoIP서비스 제공에 따른 과당경쟁이 VoIP시장 전체의 출혈경쟁으로 변질 수 있다는 우려와 타 솔루션과의 연계를 위한 상호간의 제휴가 필요하다는 지적이다.

사이버 아파트의 건설업체에 비해 VoIP업체들의 수는 그에 약 10배가 넘는다는 점이다.

또한 건설업체들이 아파트 분양가격을 줄이기 위해 저가 입찰을 실시한다면 가입자 확보를 위한 과당경쟁으로 업체간 출혈을 불러일으킬 수 있다는 위험성도 있다.

앞에서 보았듯이 모든 VoIP 시장에는 긍정론과 부정론이 상존하고 있다.

시장이 완벽하게 형성이 되지 않은 이유에서 기인하는 문제점들이다.

결국 시기가 문제이지 VoIP 중심의 통신시장이 전개된다는 점은 그 누구도 부인을 할 수 없을 듯 하다. ☞