



새로운 비상 꿈꾸는 'VoIP'

초고속인터넷 폭발적 증가 통한 시장 활황세

... 관련법규 제정 및 소비자 불신 해소 문제점으로 남아

인터넷 전화로 알려져 있는 VoIP산업이 최근 빠른 속도로 확산되고 있다. 급속도로 발전하고 있는 인터넷을 이용한다는 점과 전화요금의 현저한 감소라는 커다란 장점이 바로 그 이유다.

국내 초고속 인터넷 가입자 수는 1000만명 돌파에 초입기가 들어간 상태다. 초고속 인터넷망을 사용하는 인터넷 전화 시장은 해외 지사, 바이어들과의 국제통화로 절감이라는 경제적인 측면과 국내 지방사업장을 연결하는 서비스도 제공될 예정이기 때문에 기업에서 더욱 환영받고 있다.

최근 하나로통신, KT 등 기간통신 사업자들의 진출로 VoIP 장비 업체들이 게이트웨이와 단말기 개발 등에 적극적으로 가담하고 있어 시장의 팽창을 가속화시키고 있다.

해결할 문제점 산적... '인지도 제고가 우선'

하지만 VoIP시장의 확대를 위해서는 해결해야 할 두 가지 사항이 있다.

하나는 VoIP, 즉 인터넷 전화에 관한 일반인들의 인식 변화를 꾀하는 것이다. 초창기 한 서비스 사업자가 제공한 공짜 인터넷 전화로 인해 VoIP서비스의 품질에 대한 사용자의 부정적 시각이 매우 강했다. 서비스가 무료였다는 점에서 VoIP의 인지도 및 사용인구의 증가를 가져왔지만 오히려 서비스 품질에 대한 부정적인 인식이 더 강했다는 점은 현재 VoIP 시장 확대의 발목을 잡는 요인 중 하나로 꼽히고 있다.

하지만 지금까지 인터넷 전화 사업자들의 끊임없는 품질 개선의 노력으로 이전의 불편사항들이 많이 해결되었고 서비스도 안정화되었다. 현재 네트워크가 잘 구축된 상태에서 인터넷 전화의 통화음질은 휴대폰보다도 우수하다. 따라서 비용절감을 이유로 VoIP전화 시스템을 도입한 대기업들은 개선된 통화음질에도 만족하고 있다. 이에 따라 지방 및 해외 지사로의 통화량이 많은 대기업을 중심으로 VoIP 전화에 대한 긍정적인 평가가 확산되고 있는 추세다.

반면 일반인들은 과거에 PC를 이용해 인터넷 전화를 무료로 이용하던 경험으로 인해 유료서비스에 대한 불만이 크다. 과거와 달리 통화음질이 월등히 향상되었음에도 불구하고 인터넷 전화는 무료라는 점 때문에 통화음질이 불안정 할 것이라는 인식은 쉽게 변할 것 같지 않다. 실제 은행을 비롯한 여러 대기업의 콜센터에서 VoIP를 이용한 서비스를 실시함에 따라 일반인들도 인터넷 전화로 통화를 해본 경험이 있지만 통화음질에 차이가 없기에 인식하지 못하고 있다. 개선된 통화음질과 우수한 서비스에도 불구하고 서비스 유료화에 대한 일반인들의 부정적인 편견은 여전히 VoIP서비스 사업자들이 해결해야 할 문제점으로 남아있다.

인터넷 전화 시장의 확대를 위해 해결해야 할 또 다른 하나는 인터넷 전화와 관련된 구체적인 정책이 속히 제시되어야 한다는 것이다. 인터넷 전화 관련 업체들은 VoIP시장이 성장세를 보이고 있음

에도 불구하고 이렇다 할 사업을 전개하지 못하고 있다. 이유는 정보통신부가 착신번호 부여, 상호 접속료 조정 등 VoIP시장의 현안에 대해 뚜렷한 방침을 제시하고 있지 않기 때문이다.

통신기업 스스로 우수한 기술력과 서비스를 갖추고 다양한 정책으로 투자자를 끌어 모으다 할지라도 각종 표준화 작업과 인력문제를 비롯해 정부의 지원과 제도 정비가 없으면 시장의 발전은 거의 불가능하다는 것이 업계 관계자들의 지적이다. 따라서 정부부는 사업자들의 입장과 인터넷 전화를 사용할 소비자들의 입장을 모두 고려해 속히 구체적인 VoIP관련 규정을 제시할 필요가 있다.

인터넷 전화 사업자들도 세계 VoIP시장의 선두주자로서 다양한 분야로 응용되고 있는 시장의 흐름을 예견하고, 이에 능동적으로 대응해야 함은 물론이다.

멀티미디어 통신표준 SIP(Session Initiation Protocol) 등장

통신네트워크의 진화상 당연한 귀결인 ALL IP 네트워크에서 VoIP는 필수요소로 국내 및 해외업체를 막론한 치열한 생존경쟁의 장이 펼쳐지고 있다.

그동안 VoIP망은 일반전화망에 접속되는 부수적인 망의 형태로 구축돼 왔으나 앞으로는 안정적이고 신속한 트래픽 처리와 다양한 서비스를 제공할 수 있는 차세대 ALL IP망의 시대가 열릴 전망이다. 차세대 ALL IP망 환경 하에서는 현재 하나의 장비에서 모든 것을 처리하는 통합형 장비들이 기능별로 분화된다.

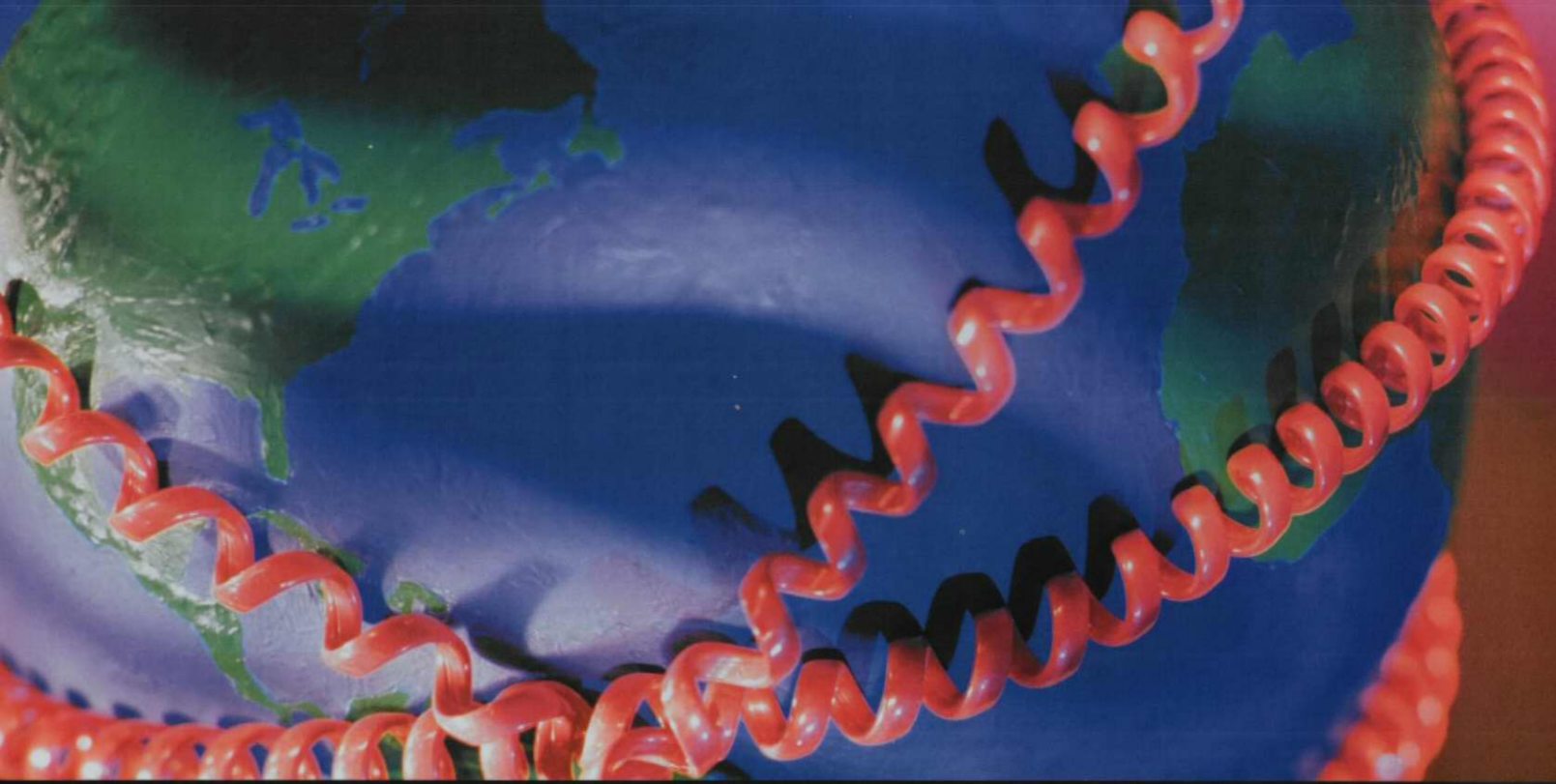
지금의 VoIP게이트웨이는 시그널 링 게이트웨이와 미디어 게이트웨이로 분화되며 VoIP 게이트키핑은 음성과 데이터의 경로를 지능적으로 제어하는 소프트웨어로 진화되고 있다. 여기에 지능망 관련 장비들의 개발도 잇따르고 있다. 물론 차세대 장비에 대한 개발만으로 현재의 VoIP망이 차세대 ALL IP망으로 전환되는 것은 아니다.

가장 큰 문제는 서비스품질인데 IP망 자체가 안정성과 품질을 보장하지 못하는 문제는 IP 주소체계 자체의 변화를 통해 해결해야 한다.

때맞춰 통화는 물론 데이터·음성·영상을 통합 지원하는 멀티미디어 통신표준인 SIP(Session Initiation Protocol)가 인터넷폰의 새로운 프로토콜로 등장했다.

SIP는 텍스트기반의 통신 프로토콜로 하나 이상의 이용자들이 인터넷을 이용한 원격회의·전화·면회·이벤트 통지·인스턴트 메시징 등을 함께 만들고, 수정하고 종료할 수 있는 기능을 제공한다.

이같은 SIP를 기반으로 한 통신망에서는 인터넷을 활용해 통신환경을 제어하는 것은 물론 게임·채팅·다자간회의 등 다양한 부가 기능을 실현할 수 있다. 또 인터넷 멀티미디어 회의, 인터넷 전화, 멀티미디어 배포 등을 지원하며 멀티캐스트, 또는 망사형 유니캐스트 통신도 가능하다.



중소기업 “VoIP · IP텔레포니” 통한 불황타개 모색

최근 불황 속에서 자본과 인력 등에서 모든 것이 취약한 중소기업의 경우 이들의 겪고있는 어려움은 말로 표현하기 어려울 정도다. 그러나 회사 미래를 위해서는 핵심 분야 투자를 미룰 수도 없는 노릇이다. 특히 통신 분야의 경우 음성과 데이터를 동시에 지원할 수 있는 VoIP 및 IP텔레포니 관련 제품을 첫 손에 꼽을 수 있다. 최근 가트너그룹이 펴낸 보고서는 이들을 위해 최근 쏟아져 나오는 VoIP 및 IP텔레포니 관련 장비 중에서 최고의 제품을 선택할 수 있는 방법을 제시해 관심을 끌고 있다. 보고서의 주요 내용을 소개한다.

음성과 데이터를 통합하는 IP텔레포니 관련 제품 및 서비스 시장에 큰 변화의 바람이 불고 있다. 중소기업들은 최근 급변하고 있는 IP텔레포니 관련 분야 유통 채널에 대한 이해가 필수적이다.

최근 전세계적으로 음성 및 데이터 통신을 동시에 처리할 수 있는 이른바 IP텔레포니 관련 장비가 다양하게 개발되고 있다. 자본과 인력 등에서 모든 것이 취약한 중소기업들은 새로운 장비를 일일이 비교한 뒤 관련 시스템을 구매하는 데 큰 어려움을 겪고 있다. 더욱이 그 동안 중소기업들이 의지했던 불연속적 유통 채널들이 최근 하나로 통합되는 추세다.

실제로 가트너그룹이 최근 실시한 시장 조사에서 유통 채널들은 이미 음성 · 데이터 통합에 대한 준

비를 진행중이라는 것을 피부로 느낄 수 있었다. 또 현실적으로 다른 대부분의 유통 채널들도 음성 · 데이터가 통합되는 시장을 확대하는 문제로 고민하고 있다.

유통업체의 입장에서 음성 및 데이터 통신 인력에 대한 기술 교육은 쉽지 않은 문제다. 유통 채널들은 직접 담당 인력을 교육하기 시작했지만 경쟁회사에서 필요한 인재를 빼오기도 한다.

음성 통신 벤더들은 데이터 통신 분야 인재들을 빼오고 반대로 데이터 통신 벤더들은 음성 통신 분야 전문 인력을 데려오고 있다.

전사적으로 통합된 솔루션에 대한 수요는 현재 고객층의 3분의 1 미만에 그치고 있다. 수요의 1차적인 동인은 통합 애플리케이션과 비용절감 효과다. 통합 및 관리 서비스는 앞으로 이들 벤더와 공급업체를 위한 점차 증대될 수입원임과 동시에 이익이 될 것이며 기업들에 수많은 선택의 기회를 제공할 것이다.

구내에 IP텔레포니를 설치하고 기존의 음성 중심 벤더 · 공급업체들, 특히 컴퓨터 통신 통합 및 콜센터 솔루션 도입에서 입증된 실적을 갖고 있는 업체들은 업무상 매우 긴요한 데이터 애플리케이션의 지속적 지원과 유지에서 성공을 거둘 것이다. 벤더들의 관심을 끌고 있는 음성 · 데이터 통합 시스템 또는 IP텔레포니 시장 영역은 공급업체 관리

를 위한 자원이 제한돼 있고 100회선 미만만을 보유한 소규모 기업 또는 소규모 지사를 갖고 있는 기업들이다.

중소기업들은 종종 이런 유형의 기술을 신속히 도입한다. 이때 신뢰도와 확장성은 대기업에 비해 그리 중요하지 않다.

이 시장은 엘티젠커뮤니케이션스, 아티소프트 및 기타 신생업체들이 최신 상용 데이터 서버에 버금가는 텔레포니 하드웨어를 들고 시장에 등장한 몇 년 전부터 형성되기 시작했다. 어바이어 · 노텔 등의 전통적인 음성 벤더들은 통합 제품 솔루션도 함께 제공했다.

음성 및 데이터 네트워크의 통합 및 텔레포니 애플리케이션용 VoIP 기술을 바탕으로 한 새로운 솔루션 공급과 관련된 시장의 주도권을 둘러싸고 대형 제조업체와 신생 벤처기업들간 경쟁도 최근 치열해지고 있다.

가트너는 최근 급부상하는 VoIP 네트워크 장비업체들을 다음 유통 채널 그룹 중 하나로 분류하고 있다.

◆ 제조업체

기존의 하드웨어에 기반을 둔 솔루션에서 소프트웨어에 기반을 둔 네트워크 제품을 선보이고 있다. 이는 IP텔레포니 및 통합 네트워크에 대한 요건과

기존 H.323과 SIP의 차이점은 H.323이 음성통신 중심의 프로토콜이라면 SIP는 웹과 연동해 다양한 인터넷의 기능을 활용할 수 있다는 점이다.

따라서 H.323은 VoIP 사업자 위주의 ITSP용 프로토콜이라고 한다면, SIP는 이용한 인터넷폰의 응용 영역과 사업주체가 다양해져 ITSP 사업자뿐만 아니라 Intra-VPN 및 Extra-VPN 사용자·콜센터·인터넷사용 중 통화시도 확인서비스, 개인별 홈페이지 전화 연결 서비스 등에도 이용된다.

특히 제 3세대 통신시장을 주도하는 IMT 2000, 3GPP, ITU-T 지능망 등에서 경쟁적으로 SIP를 도입하고 있다.

이 같은 VoIP 시장의 변화에 따른 업체들의 움직임도 숨가쁘다.

서비스에 대한 사업자 및 소비자들의 다양한 요구에 따라 서비스

망이 기존의 H.323에서 SIP 프로토콜로 서서히 대체되고 있으며, 부가서비스를 위한 다양한 지능형 단말기도 선을 보이고 있다. 또 솔루션·단말기·서비스업체간 활발한 제휴도 이뤄지고 있다.

특히 서비스업체가 솔루션을 개발하고, 솔루션업체 또는 단말기 업체가 서비스사업을 준비하는 등의 VoIP 시장 참여자의 사업구도 변화도 주목된다. 이 같은 움직임은 인터넷전화 자체가 서비스라는 패키지로 제공되어야 하는 이유를 뒤로하고 있다. 따라서 국내 솔루션·서비스·단말기 업체간 합종연횡은 당연한 결과이며, 각각의 분야에서 대표를 이루는 기업간 제휴를 통해 VoIP 드림팀을 구성, 해외진출도 기대된다. 그러나 이 같은 SIP의 등장이 긍정적인 변화를 주도하는 것만은 아니다.

차세대 네트워크인 KT의 NGN관련 프로젝트의 향방을 두고 국내

맞물려 일부 제조업체들이 자사 매출을 간접 채널로 이전하도록 독촉하고 있고 어떤 업체들은 간접 채널을 확대해 데이터 VAR 또는 음성 VAR를 포함하도록 하고 있다.

메이저 제조업체 중에서 대부분은 자사 매출을 대부분 유통업체들을 통해 달성하고 있다. 예를 들어 어바이어는 최고 사양 제품을 제외하고는 미국에서 엑스퍼트를 통해 매출을 올리고 있다.

◆ 통신 서비스업체

대형 지역 또는 전국적 네트워크 서비스 공급업체들도 다른 주요 장비들을 적극적으로 판매하고 있다. 이들은 또 로컬 액세스 및 장거리 서비스도 함께 판매하기 때문에 중소기업에 많은 이점(규모로 인한 가시성, 금융 안정성, 폭넓은 네트워크 전문 기술 및 소규모 기업을 위한 원스톱 구입)을 제공한다. 그러나 이들은 규모와 지리적인 접근성 때문에 현장 지원 등 서비스 제공 측면에서는 많은 차이를 보인다.

◆ 대형 유통업체

유통업체들은 많은 음성 및 데이터 네트워크 솔루션들을 공급하며 제조업체가 공급할 수 있는 것보다 넓은 범위의 고객들에게 매력적인 서비스를 제공한다.

과거에는 많은 벤더들이 대표 제품으로 부를 수 있는 것들을 갖고 있었고 일반적으로는 이 제품군만을 공급했다. 그리고는 틈새 시장용으로 몇 가지 다른 제품들을 보유하고 있었다. 지난 2년 동안 이들 벤더 중 상당수는 제품이 더욱 다양해졌고 폭넓은 범

위의 솔루션을 제공하고 있다. 중소기업들의 관심사는 어떤 제품과 서비스들이 기업의 수요(니즈)를 가장 잘 해결해 줄 것인가 하는 데 있다.

◆ 소매업체

이들은 대부분 지역에 근거하고 전문화된 벤더들로써 핵심 시스템을 판매하고 있다. 최근에 IP텔레포

니 시장에 진출했거나 기존 제품(포트폴리오)에 IP 텔레포니를 추가한 전통적인 데이터 VAR들이다. 이들은 규모가 작고 신속하게 움직이며 새로운 기술을 빠르게 받아들이기 때문에 VAR는 BOB 고객 구내 설비를 공급받기에 적합한 업체들이다. 하지만 규모가 작고 틈새 시장에 초점을 맞추고 있어서 음성 및 데이터에 대한 전문 기술의 폭은 불확실하다.

중소기업 실무자 '이것은 알아두자'

제조업체에 소속된 전문 영업직원들과 네트워크 관련 장비를 구매하는 데 익숙한 SMB는 최근 벤더들이 간접 채널을 통한 매출확대에 주력하면서 이전의 담당자들이 사라지는 것을 발견하게 될 것이다. 구매와 지원에 있어서의 이러한 변화에 적응하려면 SMB에 다음과 같은 자세가 필요하다.

- 벤더가 제조업체의 승인을 받은 공식 유통업체인지 확인하라.
- 설치된 기본 시스템에 대한 지원을 계속 요구하라.
- 경쟁 입찰을 실시하라. IP텔레포니 관련 분야는 아직 시장이 성숙되지 않았기 때문에 기업들이 기존 벤더의 솔루션을 이용하면서 비싼 대가를 지불하고 있는 경우가 많다.
- 업무나 제품특징과 관련된 사양을 문서로 작성, 계약서의 일부로 활용하라.
- 신속한 대응 시간이나 서비스 레벨 협약을 포함한 기업별 요건을 바탕으로 벤더나 공급업체의 이행 능력을 평가하라.
- 어떤 경우든 제조업체의 공식 지침 및 보증 하에 제품설치가 이루어지도록 하라.
- 벤더 측 담당자가 설치 또는 보수할 설비나 솔루션에 대해 제조업체가 자격을 인증한 사람인지 확인하라.



VoIP 시장에 어두운 그림자도 함께 드리워지고 있기 때문이다.

관련업체간 연동 통한 새로운 돌파구 모색해야

KT는 MS와 함께 SIP 기반의 VoIP 서비스를 계획하고 SIP 기반 서비스를 위해 시스코 장비를 선정했고 향후 추가로 관련장비를 구축중이다. 이를 통해 KT는 MS의 MSN 메신저를 통해 PC to Phone 서비스와 영상과 음성을 활용한 서비스를 제공한다는 계획이다. 이 과정에서 그동안 별정통신사업자들을 대상으로 축적해온 기술력과 노하우를 바탕으로 기간통신사업들이 VoIP 시장진입을 기다려왔던 국내 장비업체들이 장비공급에서 외곽으로 밀려날 처지에 놓여지게 됐다.

국내에 VoIP 개념을 소개하고 VoIP 활성화를 위해 인력과 자금을 아끼지 않고 투자하면서 시장이 활성화되기만을 기다려왔다. 하지만 막상 시장이 활성화될 조짐을 보이자 국내업체보다는 오히려 외산 업체들이 수혜를 얻고있는 실정이다. 이유는 KT와 하나로통신 등이 기존에 VoIP 프로토콜로 결정했던 H.323을 SIP 기반으로 변경하면서 국내 장비업체들이 이에 대한 사전준비가 없었기 때문이다.

KT·하나로통신 등 기간통신 사업자들과 주요 별정통신 사업자들은 이미 필요한 VoIP 장비를 구매해 설치한 상태로 그나마 신규 수요도 벤더파이낸싱과 신기술을 앞세운 외산업체들이 독식하고 있다. 여기에 일부 별정통신 사업자들은 VoIP 솔루션 장비대금을 제때 내지 못하거나 부도를 내는 등 장비를 공급하고도 돈을 받지 못하는 경우가 속출하고 있다.

이에 따라 주요 VoIP 업체들은 신생 별정통신 업체에 장비공급을 꺼리는 등 마땅한 공급처를 찾지못해 전전공공하고 있는 형편이다.

따라서 최근 국내 VoIP업체들은 서비스 업체와 연동을 통해 새로운 돌파구를 모색해야 할 시기에 접어들었다.

VoIP 솔루션 업체들은 해외시장 진출을 피하거나 ASP에 나서는 등 대안 시장 찾기에 적극 나서고 있다.

인터넷전화 서비스 업체들은 ISP업자나 네트워크 사업자, 케이블방송, 지역 상공회의소 등과 잇따라 제휴를 맺고 적극적인 시장공략에 나서고 있다.

각 인터넷전화 업체들이 다양한 마케팅 채널을 만드는 것은 제휴사들의 판매망을 이용해 일반 고객들에게까지 직접 다가감으로써 신규 수요를 창출하겠다는 것이다.

이 같은 진통을 겪더라도 결국

VoIP는 인터넷과 마찬가지로 통신과 네트워크환경을 송두리째 바꿔놓을 것만은 분명하다.

실리콘밸리의 여러 회사가 기업을 인수·합병하는 가장 큰 이유가 통합된 네트워크 환경을 구축하기 위한 것이며, 이것은 앞으로 기업의 데이터중심 네트워크에 전화 시스템이 통합되고 IP 전화를 통해 일반인도 인터넷 전화가 IT분야의 중요한 일부가 될 것이라는 사실을 의미한다.

시장 성장 요인 곳곳에 산재

VoIP 서비스분야에서 올해에는 지난해말 열풍조짐을 보였던 기업용 서비스의 대중화 중심으로 좀더 폭넓은 이용자 저변확대가 가능할 것이라는데 이견의 여지가 없는 듯하다.

특히 2000년말 IP폰 등장 이후 관심도와는 달리 다소 주춤했던 개인용 인터넷전화시장이 단말장치(CPE)의 개선 등에 힘입어 다시 부흥의 바람을 일으킬 것으로 예상된다.

기업·개인시장의 확대는 인터넷전화사업의 안정적인 성장형태로 이어져갈 것이다. 물론 일반전화시장의 기반을 뒤흔들만큼 완전히 위협적인 형태는 갖추지 못하겠지만 전화시장의 변화가 표면화될 것만은 분명한 사실이다.

이렇듯 서비스 이용자층 확대와 함께 인터넷전화는 다른 통신서비스의 통합추세와 맞물려 몇가지 솔루션이 함께 복합적으로 결합된 통합서비스로의 변화 움직임을 본격화할 것으로 예상된다.

예를 들어 공공기관·복합시설 등에 속속 들어서고 있는 무인정보단말기에 인터넷전화기능이 결합되는 것을 비롯해 사이버파트내 정보단말기와의 결합, IP망으로 음성과 함께 영상까지 전달하는

동영상전화기의 등장 등 변화의 속도가 빨라질 것이다.

이와 함께 인터넷전화서비스의 싹을 틔웠던 PC to Phone 방식 인터넷전화서비스의 체질변화 움직임도 본격화될 것이다. 한때 무료에서 유료로의 전환이 고민의 전부였던 이들 서비스는 본격적으로 PC에 바탕한 새로운 통신서비스를 발굴해내고 이용자를 찾는 데 주력하게 될 것으로 보인다.


인터넷전화서비스시장의 안정적인 성장은 관련 장비시장에 더없이 탄탄한 수요기반이 돼 줄 것이다.

서비스부문에서 기존 인터넷전화서비스사업자는 물론 기간통신사업자마저 가세한 폰투폰 인터넷전화시장의 전면경쟁이 가속화됨으로써 장비수요도 그만큼 늘어날 것이라 분석이 지배적이다.

인터넷전화장비 및 솔루션업체 가운데 가장 큰 수혜자로 떠오르는 쪽은 게이트웨이 생산부문이다. 특히 서비스사업자들이 기업을 대상으로 한 수요공략에 초점을 맞추고 있어 1포트, 4포트, 8포트 등

소용량 가입자 단말기는 물론 E1, T1급의 대용량 가입자 장비에 대한 수요가 만만치 않을 것이라 전망 때문이다.

여기에 기업 자체적으로도 수천만원에서 수억원에 이르는 통신비용을 절감하기 위해 인터넷전화를 도입하는 사례가 늘고 있는 것도 장비업계의 미래를 밝게 만드는 하나의 전조가 되고 있다. 이에 따라 지난해까지 시험장비 공급에 머물러 실적이 저조했던 게이트웨이 업체들은 올해 본격적인 매출실적 향상을 기대하고 있다.

더불어 장비 및 솔루션업체의 해외시장 진출도 눈에 띄게 늘어날 것으로 점쳐진다. 특히 PC to Phone 솔루션업체의 경우 지난 3년간 국내시장에서 축적한 상용화와 웹콜센터·메신저·영상통신 등 부가서비스 솔루션 개발경험을 밑거름으로 해외시장을 노크해 지난해부터 작은 결실을 거두고 있는 만큼 올해 해외시장 진출열기는 더욱 뜨거워질 전망이다. 

VoIP 인터넷전화 서비스인가! 기술인가!

인터넷전화의 역무구분과 착신번호부여 문제가 정부를 고민에 빠트리고 있다. 그 고민은 어느쪽으로 해석해도 다 말이 된다는 것이다. 이렇게 보면 분명 서비스인데 저렇게 보면 분명한 기술이니 이러지도 저러지도 못하고 있는 실정이다.

인터넷전화 사업자의 대부분을 차지하는 별정통신사업자들은 별도 역무로 구분해 식별번호를 부여해줄 것을 원한다. 단기적으로도 별도 역무로 구분한 후 사업자격을 강화하고 안정적인 사업자에 식별번호를 나눠 서비스하도록 하면 큰 무리가 없을 것이라는 입장이다.

반면 기간통신사업자들은 VoIP를 기존의 역무에 포함시켜야 한다는 주장을 펴고 있다. VoIP는 전화서비스를 더욱 경제적으로 제공하기 위한 하나의 기술방식일 뿐 사용자 환경은 다를 바 없기 때문에 별도 역무로 구분한다는 것은 말도 안된다는 입장이다.

업계 한 관계자는 이러한 문제에 대해 일단 이해관계가 큰만큼 지금까지 선례가 없다는 점을 강조하고 시간이 걸리더라도 신중한 결정이 필요하다는 견해를 보였다.

하지만 이러한 가운데에서도 정책마련의 부재로 인해 돌출행동들이 계속적으로 벌어지고 있는 실정이다.

관련업계에 따르면 주무부처인 정통부가 VoIP전화 제도 자체가 사업자간 견해가 큰만큼 시간을 두고 문제를 해결해야 한다는 신중론을 고수하는 반면, 관련 규제가 명확하지 않은 틈

을 타고 많은 관련업체들이 VoIP전화 사업을 추진하고 있는 실정이다.

현재 VoIP 업계에서는 무선폭출 번호인 012와 015를 VoIP전화 착신용으로 사용하자는 의견이 제시되고 있다. VoIP전화업체 관계자는 "012, 015 가입자가 아직 있기 때문에 번호를 회수하는 것은 불가능하지만 번호를 이용하는 것은 가능하다"며 "200여만명까지 서비스하던 무선폭출사업자의 교환기와 여유분이 많은 012, 015 번호를 활용하면 VoIP전화 사업을 활성화하면서 사용률이 저조한 번호자원 사용을 극대화하는 결과가 될 것"이라고 말했다. 실제로 한 업체는 호출번호를 VoIP사업자에 나눠주고 연결서비스를 제공하는 사업을 적극 검토한 것으로 알려졌다.

한 별정통신 사업자는 국내통신 서비스 제공을 위해 부여받은 국번호를 이용해 VoIP 착신서비스를 제공한다는 계획을 검토 중이며 또 다른 업체는 세계 각국의 VoIP사업자들과 협력체를 구성해 국제기구에서 별도의 국가번호를 부여받는 방안도 추진하고 있다.

정통부측은 외국에서도 VoIP정책을 명확히 제시한 사항이 없는 만큼 세계의 벤치마킹 대상이 되는 선진모델을 만든다는 생각으로 향후 차세대 네트워크의 출범과 PSTN망의 대체여부, 장비산업 발전속도, 통신망에 대한 미래의 투자보장 등을 전체적으로 고려하는 신중한 행보를 하고 있다.