

위성사업 활성화를 위한 제언



주 기 인

- 1985년 : 연세대학교 경제학과 졸업
- 1992년 : 미네소타대학 대학원 사회학 석사·박사
미네소타대학 대학원 통계학 석사
- 1994년 : 연세대학교 강사
- 1995년~현재 : 정보통신정책연구원 경영전략연구실 연구위원

위성사업에는 현재 주요 상업적 서비스로 위성통신과 위성방송이 있다. 위성체, 발사체 및 기타 관련 기기 사업은 사실상 그 응용 서비스가 고객에게 주는 효용에 의해 함께 성장하는 구조가 되어 있다. 특히 위성방송의 역할은 서비스 확산효과가 일반인 대상으로 미친다는 점에서 위성사업의 성공적인 정착에 매우 중요한 요인이 되고 있다. 많은 사람의 관심을 끄는 서비스의 성공적인 제공이야말로 위성사업의 초기 정착화 및 활성화의 관건이 될 수 있다는 것이다. 이에 이 글은 위성사업 활성화의 시발점을 위성방송 조기정착화에서 찾고 이와 관련된 몇 가지 의견을 제시하고자 하였다.

아직도 제 구실을 하지 못하고 궤도를 맴돌고 있는 무궁화위성(1, 2호)을 보면, 위성사업 활성화의 주요 요인은 기술적 또는 경제적 측면보다는 다른 논리에 의해 결정되는 느낌을 강하게 받는다. 다시 말

하면 위성사업의 성공적 정착에는 기술외적 또는 경제외적 요인을 간과할 수 없다는 점이다. 1995년 무궁화위성의 발사는 많은 사람들에게 광역성과 광대역성을 제공하는 위성 뉴미디어 시대가 도래했다는 꿈을 부풀게 했다. 이와 함께 향후 관련된 우주산업 및 기기산업 전반에 걸쳐 전·후방 유발효과가 기대되었고, 특히 방송사업 참여를 원했던 여러 분야의 사업자들 역시 조만간 이루어질 사업참여에 대해 커다란 기대를 가졌었다. 그러나, 그러한 기대는 수년간 진행되고 있는 소위 '통합방송법'의 제정 지연과 함께 이제는 그 열기가 상당히 식어버린 상황이 되어버렸다.

이러한 분위기 속에서 최근 김대중 대통령(당시 당선자)과 머독의 만남은 국내 위성방송 정책 향방에 이해와 관심을 갖고 있던 관련자들에 있어 준비되지 않은 예상 밖의 일이었다. 김 대통령의 외국방

송사업자에 대한 사업여건 지원에 대한 약속은 위성방송 정책을 내부적인 방송논리로 접근하고자 했던 사람들에게 있어 하나의 놀라움으로 다가왔다. 채널배분 및 사업자 선정대상 문제로 무궁화위성에 대한 활용조차 제대로 이루어지지 못한 상황에서 외국의 경쟁력 있는 방송사업자인 머독의 News Corp은 이번 만남으로 DSM과의 제휴를 통한 국내 위성방송 사업참여에 대한 지원 약속을 받아낸 셈이다. 물론 당장 사업이 시작되는 것은 아니고, 사업 접근에 따라 고려해야 할 변수는 아직 많이 남아 있지만, 국내 위성방송정책은 이를 계기로 외국 방송사업자의 참여가 고려되는 방송사업 구도를 만들어 내어야 했다.

사실상 이 사건은 국내 위성방송 정책과 관련 내부 상황 뿐 아니라, 글로벌 사업동향과 머독과 같은 적극적인 다국적 방송사업자들의 외국 방송사업 참여 움직임을 관심 있게 보았다면 그리 예상 밖의 일만은 아니었다. 사실상 채널 배분 및 방송사업자 진입구도와 관련된 위성방송 정책 공청회가 진행되면서, 외국방송 사업자의 사업활동과 특히 일본에서의 머독의 사업참여는 이미 부분적으로 소개되었다. 따라서 머독의 국내사업 참여에 대한 전망은 새로운 것만은 아니었다. 그러나 외국 사업자의 국내 방송사업참여에 있어 일본의 경우는 우리의 상황과는 조금 다른 측면이 있다. 그들은 자신의 향후 방송사업의 정책방향을 해외진출로 전환한 후, 이에 맞게 외국방송사업자의 국내방송사업 허가절차를 위한 법·제도적 준비하였다. 따라서 나름대로의 외국 방송사업자에 대한 제도적 준비가 이루어진 후에 그들의 사업 참여가 허용되는 절차를 밟은 것이다.

우리의 방송계가 머독 사건에 대해 강한 반발을 보이는 이유 중의 하나는 이러한 약속이 우리 내부 환경에 따른 방송논리와는 무관한 듯 보이는 정치논리 또는 소위 말하는 IMF 경제논리(예, 외환부족에 따른 외국사업자의 자본참여의 필요성)가

압도한 것에 대한 불만일 수 있다. 이 사건의 휴유증은 방송계 또는 시민단체의 움직임이 아직 남아 있음을 고려할 때, 완전히 끝난 것 같지는 않다. 어쨌든 이 사건은 우리에게 중요한 교훈을 시사하고 있다. 이를테면 IMF가 국내 경제정책의 일정을 준비 없이 훨씬 앞당긴 것과 같이, 내부 상황에 집착한 정책 일정은 외부 사업환경 변화에 쉽게 무너질 수 있음을 다시 한 번 확인시켜 주었다. 과거 농산물 등 시장개방화 과정에서 종종 경험했듯이, 막으려 하다보면 어느 새 열려버린 상황에 자신이 적응해 가는 모습을 발견하게 되는 것과 같다. 이는 앞으로 위성사업의 정책방향에 있어서도 내부의 정치적 이해나 논리보다 외부의 사업 환경 변화에 보다 민감하게 대응할 수 있는 방안수립이 필요하다는 사실을 다시 한번 일깨워준 사건으로 해석할 수 있다.

우주산업에 대한 각국간의 치열한 경쟁과 위성사업 관련 핵심기술에 대한 자체 확보의 중요성을 고려할 때 위성사업의 활성화가 조기에 이루어져야 하는 데는 이견이 없어 보인다. 그럼에도, 이를 위해 무엇이 먼저 이루어져야 할 것인가에 대해서는 자신이 속한 조직이나 분야에 따라 이견의 여지가 있을 수 있다. 특히 위성방송의 경우, 사업 활성화의 주 요인이 효율성 차원이 아닌, 지상파 TV나 케이블TV와의 방송매체간 이해관계나 재벌의 언론참여 금지 등 소위 정책이슈에 대한 '방송논리'들이 보다 중요한 역할을 하는 현실을 인정해야 한다. 외국 사업자의 사업동향 및 시장동향에 대한 이해, 그리고 급속한 속도로 이루어지고 있는 관련 기술동향에 대한 이해 및 기술 확보전략, 그리고 사업의 경제성 분석도 매우 중요하다. 그러나, 위성사업의 활성화가 기존 매체와의 관계, 매체독점 및 대기업의 방송사업 참여문제 등 사회과학적 이슈들에 크게 의존하고 있다는 사실을 받아들여야 한다.

위성사업이 미래에 유망한 분야라는 데는 나름대

로 믿을 만한 이유가 있다 (참고: 「21세기 정보통신: 핵심기술 및 산업전망」, ETRI, '97.2). 예를 들면, 우선 디지털 위성방송이나 위성휴대전화와 같은 새로운 위성서비스들의 등장으로 위성사업은 일반인의 많은 관심을 끌게 될 것이라는 점과 또한 경제나 산업의 글로벌화 추세에 위성의 매체특성인 광역성이 부합된다는 것이 있다. 전자는 앞서 지적한 바와 같은 위성방송이 보다 많은 일반인의 관심 대상이 됨으로써 전반적인 위성사업 활성화에 주동인이 될 것이라는 관점과 맥을 같이 하며, 후자는 앞으로의 비즈니스 환경이 위성을 더욱 필요로 할 것이라는 것으로 이해할 수 있다. 그밖에 관련 기술의 발전으로 초소형 지구국이나 초고속 광대역 등의 위성통신망 구축이 가능해져, 고객 층의 편리성 증가로 타 매체 대비 경쟁력을 갖게 된다는 것이 또 다른 이유로 제시되었다. 그러나, 이는 활성화의 열쇠를 바로 고객 중심의 새로운 서비스를 개발에서 발견해야 한다는, 사업전망을 밝게 보는 이유라기보다는 오히려 사업추진을 그렇게 해야 한다는 측면으로 이해하고 싶다. 유리한 몇몇 환경여건이 성공적인 사업을 유도하지는 않는다. 앞으로 위성사업에 필요한 자원은 시장 환경이나 정책 환경의 好惡을 떠나 자체 사업활성화를 통해 확보해야 하기 때문이다. 이 점에서 아직까지는 제한된 사용자들 갖는 전송서비스나 GMPCS 같은 위성통신서비스보다 일반인의 관심을 끌 수 있는 위성방송의 역할이 상대적으로 돋보인다고 보는 것이다.

일단 위성사업의 미래가 위성방송의 조기 정착화에 많은 부분 달려있다고 하면, 위성사업 관련자들이 위성방송의 정책과 규제구도에 관심을 가져야 하는 데는 충분한 이유가 된다. 실제로 관심은 행동으로 구체화될 때 의미가 있으며, 이는 다시 이 분야에 사회적 관심으로 제고시킬 수 있을 때 효과적일 수 있다. 관심과 자원의 유입은 향후 위성사업 전체의 시장을 키우는 효과는 물론, 다시 규모에 따른 효율성 제고로 사업활성화 전반에 긍정적인 피

드백으로 나타날 수 있다는 것이다.

위성사업에 있어 통신위성을 이용한 방송서비스가 확산되면서 CS, BS 간의 구분이 점차 사라지고 있다. 이는 기술발전이 이를 규제하는 제도변화를 추월하는 대표적인 예의 하나로 특히 위성사업은 통신과 방송의 부문간 연계가 활성화되고 있는 분야이다. 향후 다양한 멀티미디어 위성서비스의 출현과 활용은 지금까지 단지 시작에 불과하였던 통신서비스와 방송서비스의 차이를 보다 줄일 수 있을 것이다. 방송의 추세가 방송(Broadcast)에서 협송(Narrowcast), 그리고 또한 점송(Pointcast)화 하면서 이들이 공존하는 체계가 되면 위성의 역할은 보다 커지게 된다. 방송이 대상을 개별화하면서 통신적 성격을 갖고, 통신 역시 자신의 전송대상을 제한된 사용자집단(CUG)에 국한하게 되면 통신과 방송의 경계영역은 다양한 서비스의 출현과 함께 중요한 관심 영역이 될 것이기 때문이다. 특히 조만간 쌍방향 인터넷 서비스가 광대역 위성을 통해 제공되면, 양자간의 경계 영역적 서비스는 보다 큰 비중을 갖게 될 것으로 보인다. 또한 FSS와 BSS간의 기능적 영역분리는 '조건부 접속(Conditional Access)'이라는 서비스의 출현으로 더 이상 적절치 않아 보이며, 위성을 이용한 인터넷 서비스 등도 새로운 '정보서비스'로 확장해 가고 있다.

위성사업의 성공을 위해서는 기본적으로 미래를 위한 경쟁에 대비할 필요가 있다. 우선 미래를 위한 경쟁은 간단히 불확실성과의 경쟁으로 요약할 수 있다. 자체 기술발전의 불확실성도 하나가 되지만, 고객의 수요변화 그리고 타 매체의 발전상황 등 미래의 글로벌 시장 경쟁환경은 고려해야 할 불확실한 요인들이 너무 많다. 그럼에도 우선은 향후 시장 환경에서 다양한 매체간의 경쟁이 심화될 것이라는 점을 지적하고 싶다. 위성은 결국 기존의 유선과 무선을 포함한 여러 전송매체 중의 하나이기 때문에, 타 매체 상황과 그들의 경쟁력에 의해 그 향방이

많은 영향을 받게 되어있다. 이는 예를 들면, 현재 관심의 대상인 멀티미디어 또는 보다 구체적으로는 인터넷 서비스를 어떤 조건으로 언제 위성이 포함할 수 있는가가 다른 매체와의 경쟁에 있어 중요한 성공요인이 될 수 있다는 것을 시사한다. 특히 매체간 경쟁이 강조되면 위성사업은 전체로서 하나의 공동체가 되며, 관련 사업자간의 연계를 통한 사업 규모의 확장은 이러한 경쟁에서 중요한 생존 요인이 되는 것이다. 이는 위성사업의 성공이 위성의 매체 특성은 살리되 타 매체에 비해 경쟁력 있는 서비스의 선도적인 제공 능력과, 또한 창출된 부가가치가 자체 투자로 전환될 수 있는 관련산업의 기술 경쟁력과도 연계되어 있다는 것을 의미한다.

위성사업의 조기 정착화를 위한 또 다른 접근은 경제적인 측면과 연계된 보급확산에 둘 수 있다. 전 송망사업, 회선임대 그리고 GMPCS 등 위성통신의 경우도 부분적으로 적용될 수 있지만, 특히 위성방송의 경우는 일단 수요층이 임계점 이상의 크기가 되면 자체발전을 위한 추진력을 갖추게 된다고 볼 수 있다. 이는 마치 언론매체인 특정 신문이 일정한 수의 고객 층을 확보하면 주변의 다른 사람에 대해서도 해당매체에 대한 상당한 정도의 유인력을 갖게 된다는 논리와 비슷하다. 일정 크기 이상의 수신층 확보를 위한 위성방송매체에 대한 초기 정책지원(예, 기금의 활용차원 또는 정책금융 및 세제상의 혜택 등)의 의의는 바로 이러한 측면에서도 찾을 수 있다. 보다 구체적으로는 위성방송 보급확산의 걸림돌이 타 매체에 비해 상대적으로 비싼 수신기에 있다면, 초기에는 이의 가격을 투자 차원에서 낮게 책정함으로써 일정한 크기의 수신층을 조기에 확보하는 데에 정책 및 사업전략의 초점을 맞추어야 한다는 것이다.

■ 위성사업 활성화 방안

다음은 위성사업 활성화를 위한 사업전략 및 정책방안에 대해 나름대로 다시 정리했다. 우선 여기

서는 위성사업 활성화를 위해서는 정책담당자보다 관련 사업자들의 적극적인 노력이 보다 중요하다는 입장을 갖고, 사업자 전략중심으로 정책제안이 시사될 수 있도록 시도하였다. 사업자의 지구 노력에 따라 정책담당자도 그 중요성을 절감하고 또한 가능한 지원을 우선순위에 따라 집중시킬 수 있다는 점에서, 함께 노력해야 함에도 불구하고 사업자 측에 보다 큰 비중을 두었다. 특히 위성사업 활성화의 관건이 위성방송 조기 정착에 달려 있다는 점은 앞서 지적한 바와 같다.

첫째, 위성사업 활성화를 위해서는 매체간 경쟁 대비 차원에서 이 부문에 외부의 다양한 자원을 확보할 수 있도록 해야 한다. 이를 위해서 우선 사업자간 연계를 통해 타 매체 대비 전체 역량을 키우고 시장 및 사업규모를 확장할 수 있도록 모색해야 한다. 보다 적극적으로는 다른 사업부문과의 연계를 통한 시장확대 방안을 추구하는 것도 포함해야 한다. 왜냐하면 상당한 규모가 요구되는 위성사업은 자체 발전에 필요한 자원을 다른 부문으로부터도 적극 유입할 필요가 있기 때문이다. 특히 적극적인 홍보를 통해 경제적, 기술적인 사업자원은 물론, 정치적 및 사회적 지원도 함께 모색되어야 할 것이다. 이를테면 대외 섭외력 확보 노력이 지금까지 이루어져 왔다면, 앞으로는 보다 강조되어야 할 분야라고 생각된다.

둘째, 위성사업의 규제환경에 대한 관심과 이에 대한 공동체적 노력이 모색되어야 한다. 이는 사업 활성화에 있어 규제환경의 중요성을 인식하고 바람직한 규제환경 조성을 위한 지속적인 정책대안의 제시에 소홀히 할 수 없다는 것을 의미한다. 특히 조만간 선진 위성사업자들과 통신과 방송 양면에서 경쟁해야 할 입장에 있는 우리 위성사업자들에 있어 규제환경은 자체 경쟁력 확보에 중요한 변수가 될 수 있기 때문이다. 거대 선진 통신사업자들의 윈스톱 서비스제공을 위한 종합통신사업자로서의 사

업전략 과정에서 예상되는 M&A추세에 미리 대비하여 나름대로의 유리한 사업위상을 확보하는 데에도 이는 간과될 수 없는 측면을 갖고 있다. 사실 사업 초기단계에서 활성화의 관건이 규제환경에 달려 있다고 해도 크게 틀린 말은 아니다.

셋째, 위성사업 활성화를 위한 미래 전략은 마케팅 측면에 대한 중요성 인식을 반드시 포함하여야 한다. 이는 향후 서비스 개발 및 기술선택이 고객 지향적으로 조정되어야 한다는 것을 의미한다. 인터넷사업 뿐 아니라 사내방송 및 원격교육 등 다양한 응용서비스의 도입에 있어서 위성매체의 특성을 살릴 수 있고 지금까지와는 다른 획기적인 서비스가 편리하게 제공될 수 있을 때 위성사업에 고객 지향적 접근이 도입되고 있다고 볼 수 있는 것이다. 특히 사업규모나 기술선도형 사업특성으로 공급자 중심이 되기 쉬운 점을 고려할 때, 고객 지향적 접근은 위성사업에서 종종 간과되기 쉬운 경향이 있다. 이는 앞으로 매체간 경쟁시대에 있어서는 반드시 지양되어야 할 관성이다. 고객 지향적 접근은 예를 들면 원격교육 서비스개발에 있어서도 기술적인 첨단성 이외에, 경제성과 편리성 중심의 서비스가 제공될 수 있는, 즉 동일한 원격교육이라도 고객에게 저렴하고 편리한 방향으로 매체의 특성을 살릴 수 있는 창의적인 노력이 추가되어야 함을 의미한다.

넷째, 위성사업은 분명히 수익성 사업 방향으로 추진되어야 한다. 이는 앞의 고객 지향적 접근과 관련하여 당연한 것 같아 보이지만, 사업성 측면에 중점을 둔 자체노력이 간절하다는 의미로 이해될 수 있을 것이다. 아무리 미래지향적인 국책성 성격의 사업이라도, 외부자원의 지속적인 유입을 위해서는 나름대로 자원확보를 위한 사업화 방향이 필요하기 때문이다. 특히 모든 부문에 경쟁이 확대되고, 사회적으로 필요한 자원배분에 있어 시장논리가 적용되는 사회에 있어서는 국책 차원의 필요성만으로는

자원확보의 논리적 타당성이 취약하다. ‘위성사업은 국가적인 차원에서 중요하다’ 논리보다는, ‘사람들이 높은 가치로 많이 활용하기 때문이다’라는 이유가 보다 설득력을 갖게 되는 것이다. 따라서 향후 위성사업은 관련사업과의 연계 등 적극적인 활성화 전략을 통해 이 부문에 사회적으로 필요한 자원을 끌어들이며, 자체발전을 스스로 유도하는 창의적인 서비스개발 접근에 중점을 두어야 할 것이다.

다섯째, 위성사업 활성화 방안에는 대외진출에의 역점을 포함해야 한다. 위성사업은 규모 측면에서 많은 투자가 필요하다. 또한 그 규모에 따른 경제성 확보를 위해서 국내시장만으로는 한계가 있다. 내부적인 사업연계는 물론 다른 부문 사업자들과의 연계는 선진 외국의 경쟁사업자의 출현과 또한 개발도상국 등의 커다란 잠재시장을 염두에 둘 때 더욱 빛날 수 있다. 금명간 외국사업자의 국내진출은 분명하다. 이에 우리의 시야를 하드웨어 산업에 있어서는 전세계로, 또한 서비스산업에 있어서는 주변국으로 확장할 수 있는 차별적인 시장개방화 대응 전략이 필요하다. 특히 후자는 사업의 경제성 이외에도 문화적 또는 국가 홍보차원에서 의미도 있다. 글로벌 경쟁시대에서는 자신의 시장에 진입하는 외국의 사업자를 위협으로만 인식하는 자에게는 외부 시장에서 열리는 기회가 잘 눈에 띄이지 않을 수 있다. 위협과 기회를 조화시킬 수 있는 적극적인 외부 지향적 사업전략이 지금부터 구체화될 수 있어야 할 것이다.

여섯째, 위성사업 활성화 방안은 중요핵심 요소분야에 대한 기술력 확보를 포함해야 한다. 이는 동시에 진흥되어야 할 간과될 수 없는 부문으로 이해되어야 한다. 특히 핵심 요소분야에 있어서의 경쟁력 있는 기술력 확보는 해당부문의 부가가치 창출 측면 이외에 산업 전체의 경쟁력 확보차원에서도 중요한 사업 성공요인이 될 수 있다. 위성사업은 서비스 이외에 많은 관련산업이 전·후방 효과를 갖고

연계되어 있다. 사업활성화의 실익이 자체 투자로 유도될 수 있게 하기 위해서, 또한 외국의 선진사업자들과 동등한 위상에서 관련 문제에 대한 논의에 참여하기 위해서는 몇몇 핵심 요소기술에 대한 경쟁력 확보는 중요한 레버리지가 될 수 있기 때문이다.

또한 주파수 간섭 및 궤도자원의 확보 등 그 특성상 외국과의 관계를 피할 수 없는 위성사업에 있어서는 ITU나 WRC 등 국제기구에 대한 지속적인 참여와 함께 해외 통신사업자의 동향 파악이 사업상 중요한 환경변수가 될 수 있다. 이는 단지 기술 동향 및 표준화 측면 이외에 WTO체제 아래서 변화된 규제정책에 따른 그들의 사업 방향과 다른 나라에 대한 사업참여 방법 등 필요한 정보를 적기에 파악할 수 있다는 측면에서 간과될 수 없는 요인이 아닐 수 없다. 특히 국제 협력기구의 참여와 그 활동에 대한 정보의 공유는 타 매체의 시장 상황 및 전반적인 정보통신 동향을 이해하는 데에서도 중요한 측면을 제공할 수 있다.

그리고 보다 장기적인 차원에서의 인력 양성의 중요성을 간과해서는 안될 것이다. 위성사업의 특성상 고도의 기술적 측면은 많은 경험과 장기간 훈련을 거친 전문가를 필요로 한다. 인력은 멀리 보고 육성되어야 한다. 단기적으로는 외국 전문가들의 국내 영입으로 이들을 기술력 내부 축적에 적극 활용할 수도 있을 것이다. 그러나, 인력문제는 산·학·연·정이 모두 참여하는 가운데, 특히 사업자 내부의 자체 인력육성 노력과 함께 인력양성을 위한 정부차원의 지원이 강하게 요구되는 분야이기도 하다. 그러나, 이러한 지원 역시 앞서 지적한 바와 같이 사업자들이 중심이 되어 요구하고 의견을 제시하는 적극적인 역할을 해야 한다.

그밖에 위성사업 활성화 방안에는 제공되는 서비스의 가치를 결정하는 데 있어 중요한 정보제공 사업자에 대한 배려와 또한 고객접점인 마케팅 사

업자의 역할을 인정해야 한다. 앞으로는 위성통신도 단순히 전송망 임대에서 점차 정보제공 서비스로 확대될 것이며, 위성방송의 매체 경쟁력은 제공되는 정보의 질이 결정할 것이라는 점에 거의 의의가 없다. 이는 위성사업 사업자 구도에 있어 정보제공사업자의 비중이 커져가고 있다는 점을 시사하며, 또한 최근에 언급되는 고객관리와 사업 마케팅의 총괄적 관리(예, 채널관리 포함)를 맡는 '플랫폼 사업자'도 역시 정보제공사업자와 함께 위성사업자 구도의 중요한 한 부분이 되어가고 있다. 이러한 사업자 구분은 이들을 전문화시킴으로 위성사업 활성화를 위한 역할분담을 명확히 하고자 한 것으로 이해할 수 있다. 망사업자, 정보제공사업자, 그리고 고객접점에 있는 플랫폼사업자로의 분할구도는 특히 위성방송사업의 장기적 활성화 측면에서 일관성 있는 정책적 배려가 이루어져야 할 것으로 생각한다.

요약하면, 여기서는 현 단계에서의 위성사업 활성화는 위성방송의 조기 정착화에 우선 순위를 두는 접근을 시도했다. 구체적으로는 현존하는 무궁화 위성의 자원 활용에서 시작하며, 또한 다가올 무궁화위성 3호에서는 과거의 정책 결정지연에 따른 실패가 더 이상 적용되지 않도록 효율적인 활용이 이루어질 수 있도록 하여야 할 것이다. 잘못하여 바꿀 수는 있지만, 시작도 안하고 낭비하는 일이 다시 있어서는 안될 것이다. 또한 현재로서는 사업자체의 성공이 기술 또는 경제적인 효율성보다는 다른 측면에 달려있다는 인식이 필요하다. 이는 홍보가 될 수 있고 규제완화가 될 수도 있다. 어쨌든 사업전략이나 정책방안의 관심대상을 폭넓게 확장함으로써, 위성사업 활성화를 위해 필요한 물적, 인적 그리고 사회적인 다양한 자원을 총체적으로 확보할 수 있도록 하여야 한다. 특히 고객 지향적인 창의적 응용서비스의 개발은 위성사업 조기 정착화를 위해 우선적으로 강조되어야 할 추진분야로 생각된다. 