

SWOT 분석을 통한 방산수출 확대 전략 연구

조한철^{1†} 최석철²

내용목차

1. 서론
2. 방위산업에 대한 고찰
3. 방산수출 환경 및 지원제도 실태
4. 방산수출 SWOT 분석
5. 방산수출 확대전략
6. 결론

1† 국방대학교 무기체계학과 석사과정
(교신저자 Tel : 010-5091-6463, E-mail : noon406@hanmail.net)

2 국방대학교 무기체계학과 교수

논문접수일 : 2014년 2월 16일 게재확정일 : 2014년 3월 21일
논문수정일 : 2014년 3월 9일(1차), 2014년 3월 16일(2차)

A Study on Strategies for Defense Exports via a SWOT Analysis

Cho, Hanchul^{1†} Choi, Seokcheol²

Abstract

The defense industry is the central axis of national security, and the key element of military power buildup. It can also contribute to the national economy through defense exports and job creation. Because of a sharp increase in the defense exports for our country, they exceeded \$30 billion in 2013. However, companies in the defense industry in South Korea are embroiled in a tough competition in the global defense market. Moreover, the domestic defense industry is less competitive than that of developed countries. This is caused by South Korea's domestic-oriented business structure and lack of support for exports. Therefore, this study suggests strategies for increasing South Korea's defense industry exports using a SWOT analysis. The SWOT analysis showed that government support is an essential element of our defense exports, because the government must develop the G to G deal and the offset and export financing system.

<Keywords> *Strategy for Defense Exports, Export Policy for the Defense Industry, SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)*

1. 서론

방위산업은 국가안보 및 국가경제에 기여할 수 있는 핵심동력으로 중요성이 매우 크다. 그리고 국가의 주권을 지키기 위해서는 군사력 건설을 위한 국방과학기술 및 방위산업 기반이 잘 갖추어져 있어야 한다. 한국은 1950년대 미국의 군사원조에 의존하면서 방위산업의 성장기반을 마련했다. 1974년부터 군 현대화 계획이 시행되면서 정부의 적극적인 투자와 지원으로 방위산업은 급속히 성장하였다. 한국의 방산수출액은 2006년 방위사업청 개청 당시 2.5억 달러에 불과하였으나 2012년에는 23.5억 달러로 약 9.4배 증가¹⁾하였다. 그리고 기존 주요 수출 품목이었던 총포/화력, 탄약분야 뿐만 아니라 항공 및 함정 분야도 수출액이 증가하는 등 수출품목도 다변화하였다.

그러나 국내 방산업체는 선진국에 비해서 경쟁력이 떨어지는 것이 현실이다. 반면 자동차, 조선, 전자 등 국내 주력산업은 지속적 기술혁신과 글로벌 경영전략으로 세계 일류화를 실현해 나가고 있으며, 2012년 산업통상자원부 발표에 따르면 149개 품목에서 우리기업이 세계 1위를 차지하고 있다. 일반 산업분야와 비교해서 방위산업 분야가 경쟁력이 뒤떨어지는 원인 중의 하나는 국내소비 위주의 산업구조에 고착되어 경쟁력을 상실했기 때문이다. 따라서 국내 방위산업의 발전을 위해서는 국제경쟁력을 확보하고 방산수출을 확대해 나가는 전략이 필요하다.

본 논문에서는 한국의 방위산업 특성 및 방산수출 현황을 고찰하고 SWOT 분석을 통해 한국에 적합한 방산수출전략을 제시하고자 한다.

2. 방위산업에 대한 고찰

2.1 방위산업의 특성

방위산업은 방산물자를 생산하거나 연구 개발하는 업을 말한다. 방산물자는 군수품 중에서 무기체계로 분류된 물자 중 안정적인 조달원 확보와 엄격한 품질보증이 필요한 물자를 대상으로 선정된다. 또한 무기체계로 분류되지 아니한 물자지만 대통령령이 정하는 물자에 대해서도 방산물자로 지정할 수 있다. 이렇게 지정된 방산물자는 대통령령이 정하는 시설기준과 보안요건 등을 갖추어 방산업체 지정을 받아야만 방산물자를 생산할 수 있다. 방산물자는 국가방위 측면에서 전시 원활한 공급이 이루어지지 않을 경우 큰 문제가 될 수 있기 때문에 국가 차원의 관리가 필요하다.

방위산업의 특징은 5가지로 볼 수 있다.

- ① ‘이윤’ 보다는 ‘국가안보’의 가치를 중요시한다.
- ② 소비자가 국가로 한정되어 있다.
- ③ 높은 수준의 과학기술이 필요하다.
- ④ 막대한 자금이 소요된다.

1) 방위사업청, 『방위사업청 통계연보』, 2013. p.137.

⑤ 사업기간이 길어 투자원금 회수에 어려움이 발생한다.

특히, 방위산업은 수요-공급의 원리에 의해서 가격과 생산량이 결정되는 것이 아니기 때문에 민간분야에 비해서 제약요소가 많다. 따라서 방위산업은 국가의 제도적 지원이 뒷받침되어야만 발전할 수 있다.

2.2 방위산업의 위상과 한계

2013년 방위사업통계연보에 따르면 국내 방산업계는 96개의 방산지정업체와 1,285종의 방산물자가 지정되어 있다. 방산분야 매출액은 2011년 기준 9.3조원으로 10년 전인 2001년 3.7조원 대비 약 2.5배 증가하였다. 방산수출액은 2012년 23.5억 달러로 5년 전인 2007년 8.45억 달러 대비 약 2.8배 증가하였다. 이것은 기존의 주요 수출품목인 탄약, 총포/화력, 기동분야 뿐만 아니라 T-50, 군수지원함, 잠수함 등 수출품목이 확대되었기 때문이다. 또한 수출대상지역도 아시아, 중동지역 이외에 유럽, 남미국가로 확대되었다.

그러나 국내 방산업체의 경영실태는 좋지 않다. 세계 방산시장에서 국내업체가 차지하는 매출규모는 1%에 못 미친다. 수출실적 증가에도 불구하고 2011년 기준 방산업체의 공장가동률은 제조업 평균 79.9%에 비해서 상대적으로 낮은 59.4%를 유지하고 있다. 국내 대기업들도 세계 방산시장에서 차지하는 매출순위가 50위권 밖에 있다. 이것은 세계 1, 2위를 다투는 조선, 자동차, 휴대폰 등 민수산업 위상과 비교할 때 저조한 성적이다. <표 1>에서 제시한 대로 수출이 기업실적의 대부분을 차지하는 국내 주력산업은 1970년대 정부주도적인 보호 및 육성정책 하에서 성장하기 시작했으나 수출을 목적으로 지속적인 기술혁신을 추구하여 세계일류화 단계 진입에 성공했다. 그러나 방위산업은 수출보다는 국내수요를 중심으로 정부 의존적인 형태로 발전하다 보니 글로벌 경쟁력을 갖추지 못한 상태이다.

<표 1> 국내 주력산업 및 방위산업의 현 발전단계표2)

산업 단계	내수시장 중심			글로벌시장 중심	
	1단계	2단계	3단계	4단계	5단계
	직접보호	중점지원	자립발전	완전 국제경쟁	세계 일류화
특성	정부주도 계획, 정부보조	정부주도 계획, 국내시장보호, 수출지원	민간주도, 자발적 국제규모 확충	세계수준 국제경쟁력 확보	세계시장 선도, 지속적 기술혁신
해당 산업		방위산업		자동차, 조선, 전자 등의 국내 주력사업	

2) 유형곤 외, “방산수출 확대에 따른 방위산업 선진화 방안연구”, 안보경영연구원, 2012. p.6.

연구개발 투자규모도 경쟁력과 상관관계를 가진다. 국내업체 중 연구개발비를 100억 원 이상 투자하는 곳은 방산지정업체 중 9개에 불과한 수준이다. 2010년도 우리나라 경제사회 목적별 연구개발비 비중현황을 살펴보면 산업생산 및 기술분야 투자비중이 60.8%였으나 국방분야는 4.1%수준에 머물러 있다. 국가 전체로 볼 때 국방과학기술에 대한 투자규모가 상대적으로 낮다.³⁾ 업체 내에서 차지하는 방산매출액 비중도 낮은 수준이다. 한국방위산업진흥회에서 조사한 방산업체 경영분석 자료를 살펴보면 2006년~2010년까지 5년간 회사 전체 매출액 중 방산 매출액의 비중은 7~8% 수준으로 기업경영이 민수분야에 집중되어 있다.

2.3 방산수출의 중요성

방산수출은 미래의 시장전망과 경제적 기여도를 고려했을 때 국가 생존전략으로 추진할 만한 높은 가치를 가지고 있다. 방산수출에 성공하기 위해서는 세계시장에서 국산 무기체계의 기술, 품질, 가격 경쟁력을 키워나가야 한다. 수출효과는 공장 가동률과 기업의 영업이익 증가를 견인할 것이다. 이것은 연구개발, 시설투자, 인력확충에 재투자할 수 있는 선순환 구조를 만들어 낼 수 있다. 그리고 수출물량과 국내 양산물량을 동시에 생산할 경우 생산원가를 줄일 수 있어 무기체계 획득비용도 절감할 수 있다.

방산수출은 제품의 수명주기 측면, 국가안보 측면에서 이익을 발생시킬 수 있다. 수리부속 소요는 국내와 국산 무기체계를 구비한 국가에서도 발생하게 되는데 이로 인해 적정규모를 생산함으로써 생산원가를 낮추고 부품도 수출할 수 있다.

국산 무기체계 수출대상국은 주로 우방국이나 주변국가인 경우가 많은데 한반도에서 전시 상황이 발생한 경우 우리가 수출한 장비나 탄약을 역수입함으로써 긴급하게 발생하는 보급지원 소요를 해결할 수 있다. 이것은 평시 전쟁을 위해 비축하는 탄약의 유지비용을 감소시키고 위급 상황발생시 인접한 국산 방산물자 수입국가에서 신속하게 보급 받을 수 있는 장점이 있다.

세계 방산시장에서 국내업체의 시장 점유율은 1% 미만으로 가격이나 기술 경쟁력 측면에서 선진국과 격차가 크게 벌어져 있는 상태이다. 따라서 'SWOT'를 활용한 강점과 약점, 기회와 위협요소를 도출하여 세계 방산시장의 치열한 경쟁에서 상대적 우위를 가질 수 있는 분야를 발굴하고 집중육성하기 위한 전략적 접근이 필요하다.

3. 방산수출환경 및 지원제도 실태

3.1 국제 방산수출 환경

탈냉전 이후 세계 국방비 지출은 1988년부터 1998년까지 11년 동안 30% 감소하였으나 2001년 9·11테러를 기점으로 다시 증가하고 있다. 2012년 기준 전세계 국방비 지출

3) 유형곤 외, “방산수출 확대에 따른 방위산업 선진화 방안연구”, 안보경영연구원, 2012. p.51.

액은 1,756 billion \$⁴⁾에 이른다. 이것은 전쟁비용이 증가하고 첨단무기체계 획득에 막대한 규모의 자금이 투입되었기 때문이다. 최근 동북아지역에서 미·중간의 패권다툼과 주변국들의 영토분쟁은 또다시 군비경쟁을 부추기고 있는 상황이다. 불안정한 국제정세는 향후 지속적인 첨단무기체계 수요를 발생시킬 것이며 이것은 방산시장 활성화로 이어질 것이다. 북한의 핵과 미사일에 대응하기 위해 우리 정부가 추진하는 한국형 미사일방어체계(KAMD: Korea Air and Missile Defense System), 킬-체인 구축에는 고가의 첨단 무기체계가 소요될 것이다. 이것은 국내 방산업체에도 긍정적인 영향을 끼칠 것이며 생산 유발효과, 부가가치 유발효과, 취업 유발효과를 통해서 경제성장에도 기여할 것이다. 한국은 미국, 독일, 이스라엘 등 방산 선진국 이외에도 인도네시아, 터키, 이라크 등 여러 국가에 국산 무기체계를 수출하고 있다. 그 만큼 수출대상국가가 다변화되었다는 것은 긍정적이다. 특히, 최근 군사비 지출이 증가하고 있는 동남아시아, 북아프리카, 중앙아메리카, 중동지역 등 신흥 방산후발국에 대한 방산수출 기회가 많아질 전망이다.

그러나 방산수출에 제약요소도 존재한다. 미국, 영국, 프랑스, 독일, 영국 등 5개국은 국제 방산수출 규모의 80% 이상을 점유하고 있다. 이러한 주요 국가들의 방산업체는 국내업체보다 전문성, 인력, 자본 규모면에서 압도적인 우세를 보이고 있기 때문에 이들 업체와 경쟁해서 생존하는 것은 쉽지 않을 것이다.

3.2 국내 방산수출 환경

방위사업청은 2012년 향후 5년간의 방위산업 육성의 기본정책 및 중장기 방향을 제시하는 「'13~'17 방위산업육성기본계획」을 수립하였다. 세부내용은 “국제경쟁력을 갖춘 선진 방위산업 도약”을 비전으로 하고, 세계수준 방산기업 10개 육성, 국방과학기술 선진 8위권 진입을 목표로 설정하였다. 중점과제로는 맞춤형 수출전략 추진, 주력 수출품목 육성 등을 제시하였다. 이것은 과거와 비교해서 한국의 방위산업 발전과 방산수출 확대를 위한 저변이 확대되고 있음을 의미한다.

정부에서는 방위산업을 신 경제성장 동력으로 인식하고 방산 육성정책을 펴나가고 있다. 방위사업청에서는 방산수출 활성화를 위해서 ① 정부 대 정부 간 판매제도 실시, ② 방산물자교역지원센터 및 방산수출입지원정보체계를 활용한 수출지원 체계 구축, ③ 수출유망 중소기업에 대한 시장개척 지원, ④ 국제방산 전시회 참가지원, 수출입 자료제공 및 행정업무 지원 등을 시행하고 있다. 이러한 방산 육성정책은 수출 확대에 크게 기여할 것으로 예상된다. 2014년부터는 ① 글로벌 방산강소기업 육성계획 시행, ② 방산 육성 자금 보증 관련 우대서비스 제공, ③ 무기체계 개조개발 지원 사업 시행, ④ 국방과학기술로 감면확대 등의 제도⁵⁾도 시행될 예정이다.

이제 방위산업은 우리가 필요한 무기체계를 개발하고 생산하는 것에 만족할 것이 아니라 국외로 수출함으로써 부가가치를 창출할 수 있는 형태로 발전시켜야 한다. 현 시점은 국방과학기술수준이 세계 10위권에 위치해 있으며 방산수출액이 꾸준히 증가하고 있는 도약단계라고 볼 수 있다. 앞으로 꾸준한 정부의 투자와 지원이 보장된 가운데 방산

4) SIPRI, 『SIPRI Yearbook 2013』 (Oxford University Press), 2013. p.125.

5) 국방부, 『2014년 달라지는 업무』, 2014.

업체들로 하여금 수출에 대한 동기를 부여한다면 방산선진국 대열에 합류하는 것도 머지않아 가능할 것이다.

3.3 방산수출 부진원인 분석

2012년 산업연구원에서 실시한 한국 방위산업 실태조사 결과, 방산수출 부진의 근본적 원인은 <표 2>에 제시한 내용과 같다.

첫째, ‘경쟁력 부족’이 방산수출을 저해하는 가장 큰 원인으로 분석되었는데, 선진국을 100%라고 한다면 가격 경쟁력은 77%, 기술 경쟁력은 82%, 품질 경쟁력은 85%, 기업 경쟁력은 69%, 정부 경쟁력은 66%로 나타났다. 또한 정부의 방산수출지원제도의 효율성 부족도 방산수출을 저해하는 요소로 나타났다.

둘째, 국내 방위산업은 내수중심의 시장구조로써 무역수지 적자가 고착화되어 있는 상태이다. 방위사업청 통계자료를 살펴보면 2011년을 기준으로 방산업체 매출액이 9조 3,095억 원에 이르는 반면, 방산수출은 전체 매출액의 약 2.7% 수준인 2,560여억 원⁶⁾에 불과하다. 근본적으로 군 소요 위주의 내수시장에 안주하게 되면 규모의 경제를 확보할 수 없기 때문에 부가가치 창출에 한계가 있기 마련이다. 이것은 공장 가동률 하락과 연구개발 투자비용 축소로 이어져 결국 경쟁력을 상실하게 만든다.

셋째, 방산수출의 중요성에 대한 인식부족도 수출을 저해하는 원인 중 하나다. 314개 업체를 대상으로 설문조사를 시행한 결과 78%가 방산수출 경험이 없으며 이들 중 73.8%가 수출시장에 대한 인식조차 없는 것으로 나타났는데 이것은 심각한 문제이다.

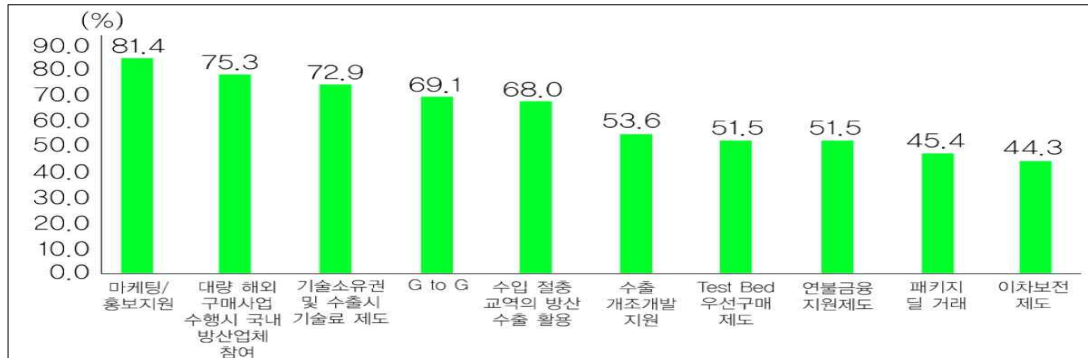
<표 2> 방산수출 부진원인 분석⁷⁾

원 인	내 용
글로벌 경쟁력 부족	·글로벌 기업 대비 국내 기업의 경쟁력 열위 (28.9%) ·글로벌 제품 대비 국내 방산제품의 경쟁력 열위 (23.7%) ·정부의 수출지원제도 효율성 부족 (13.9%)
군소요 위주의 내수 중심 산업구조	·국내 방산기업들의 내수시장 안주 경향(12.2%) ·과도한 군 소요위주의 생산구조(10.5%)
방산수출에 대한 중요성 인식미흡	·조사대상 314개 업체 중 78%가 최근 3년간 (2009~2011) 방산수출시도 경험이 없음. 이들 업체 중 27.1%만이 자사 방산제품의 수출시장이 존재한다고 응답

6) 방위사업청, 『방위사업청 통계연보』, 2013. p.168, p.177.

7) 장원준 외, “주요 방산수출국가의 수출지원제도 분석과 시사점”, 산업연구원, 2012. p.327.

넷째, 방산수출지원제도도 효과적으로 적용되지 못하고 있다. 2011년 산업연구원에서 체계종합업체와 전문가를 대상으로 실시한 설문조사 결과, [그림 1]에서 제시한 대로 마케팅/홍보지원 분야를 비롯하여 다수의 항목에 대한 제도개선 필요성을 제기하고 있다.



〈그림 1〉 방산수출지원제도별 개선 필요성에 대한 설문결과 종합⁸⁾

3.4 방산수출 지원제도 실태분석

방산수출 지원제도는 업체가 경쟁력을 확보하는데 필수적인 요소이다. 미국, 영국, 프랑스, 이스라엘 등 선진국에서는 방산수출 경쟁력 강화를 위해 전담기관을 운영하고 있다. 주로 국외시장 조사 및 분석, 수출지원, 국제전시회 참여지원, 금융지원 등 다양한 수출지원 서비스를 제공하고 있다. 한국은 방산수출의 전문적 지원을 위해 2009년 대통령령으로 KOTRA(Korea Trade-Investment Promotion Agency)에 방산물자교역지원센터를 설치하여 수출지원 임무를 수행하고 있다.

<표 3>에서와 같이 주요 방산선진국은 120여명~350여명 규모로 조직을 운영하고 있다. 그러나 한국의 방산물자교역지원센터는 기획총괄팀(7명), 방산교역팀(3명), 정보분석팀(2명), G2G지원팀(3명)으로⁹⁾ 선진국과 비교하면 열악한 수준이어서 지원역량이 부족할 것으로 예상된다.

인력운영 실태를 살펴보면 관계부처 공무원 혹은 수출입은행 등 관련기관 파견 인력들은 1년 단위 순환보직형태로 운용되고 있는데 아직까지 센터인원과 소속부처 간 긴밀한 교류협력 체계가 제대로 마련되지 못하는 등 전문성 측면에서도 한계점이 있다.¹⁰⁾

조직면에서도 선진국과 다소 차이점이 있다. 미국은 수출지원조직이 국방부, 프랑스는 병기본부 산하에 편성되어 있다. 영국은 전담기구가 2008년 국방부 산하에서 무역투자청으로 이관되었으나 이관 이전의 전문 조직이 그대로 옮겨왔다. 결과적으로 선진국은 군 관련 전문 인력이 업무를 수행하고 있지만 한국의 방산물자교역지원센터는 민간조직인

8) 장원준 외, “주요 방산수출국가의 수출지원제도 분석과 시사점”, 산업연구원, 2012. p.327.

9) <http://www.kodits.or.kr> 조직도, 2014. 1. 28. 검색

10) 유형곤 외, “방산수출 확대에 따른 방위산업 선진화 방안연구”, 안보경영연구원, 2012. p.83-84.

KOTRA 산하에 설치되어 있어 적극적이고 전문적인 업무수행이 어렵다. 그리고 방위사업청의 효율적인 업무지휘 및 통제가 제한¹¹⁾된다는 단점이 있다.

<표 3> 선진국 방산수출 전담기구 현황¹²⁾

구 분	전담기구	주체 / 임무	인원수
미 국	DSCA (Defense Security Cooperation Agency)	국방부 / FMS 수출 및 방산업체 수출지원	350여명
영 국	D&SO (Defense Export Services Organization)	무역투자청 / 방산물자 수출 시장정보 및 수출관련 지원, 잉여장비 판매	240여명
프랑스	DDI (Directorate for International Development)	국방부 병기본부 / 방산물자 시장조사, 수출가능 제품 추천	200여명
이스 라엘	SIBAT (Foreign Defense Assistance and Defense Export Organization)	국방부 / 방산업체 수출마케팅 자문, 수출활동 통제 및 감독, 도태장비판매	120여명

주요 방산지원제도를 살펴보면 5가지로 ① 이차보전제도, ② 연불수출금융제도, ③ 절충교역제도, ④ 정부 간 거래제도, ⑤ 패키지 딜 등이 있다.

이차보전제도는 이차차액보전제도의 줄임말로 정부가 직접 가계와 기업에 융자할 때 적용되는 금리와 금융기관이 이들 민간에 대출할 때의 금리 차이를 보전해 주는 제도를 말한다. 방위사업법 공포('06. 1. 2)이후 방위산업 육성기금 설치근거가 삭제되면서 남아 있던 방위산업 육성기금이 폐지되고 이차보전사업 형태로 방산 육성기금을 대체하고 있다. 이차보전사업은 ① 방산시설의 설치, 이전, 대체, 보완 또는 확장을 위한 자금, ② 원자재의 구매 및 비축에 필요한 자금, ③ 방산물자 그 밖의 군수품의 국산화를 위한 개발 자금, ④ 방산물자의 수출을 위한 자금, ⑤ 핵심기술 및 부품 개발에 필요한 자금, ⑥ 연구개발 및 유희시설 유지를 위하여 필요한 자금, ⑦ 그 밖에 방위산업체의 육성에 필요한 자금 등 크게 7가지 분야로 지원된다. 2007년 이후 2012년까지 방위사업청은 총 306억 원의 예산으로 모두 2,918억 원을 융자 지원하여 국방연구개발 및 부품국산화, 수출경쟁력 강화 및 업체 경영여건 개선 등에 크게 기여하였다. 특히, 방산수출 분야는 2009년 처음 융자가 이루어진 이래 현재는 가장 비중이 높은 분야로 자리매김¹³⁾하였다. 이것은 방산수출 증대를 견인한 핵심요소로 평가할 수 있다. 그러나 <표 4>에서와 같이 2007년

11) 조남훈 외, “방산수출 활성화를 위한 시장조사분석 및 수출전략 수립”, 한국국방연구원, 2007. p.126.

12) 유형곤 외, “방산수출 확대에 따른 방위산업 선진화 방안연구”, 안보경영연구원, 2012. p.177-192.

SWOT 분석을 통한 방산수출 확대전략 연구

에서 2012년까지 6개년 동안의 융자실적을 종합해보면, 대기업 융자금액이 전체 74%로써 대기업 중심으로 융자혜택이 편중되어 있는 것이 문제다.

<표 4> 대·중소기업별 융자실적(단위: 억 원, %)¹⁴⁾

구 분	'07	'08	'09	'10	'11	'12	합계
합 계	267	321	777	137	698	718	2,918
대기업	178 (67%)	259 (81%)	683 (88%)	81 (59%)	502 (72%)	464 (65%)	2,167 (74%)
중소기업	89 (33%)	62 (19%)	94 (12%)	56 (41%)	196 (28%)	254 (35%)	751 (26%)

연불수출금융제도는 산업설비, 기계류, 선박 등 제작기간이 긴 고가의 제품수출에 따른 업체의 자금 부담을 덜어주기 위해 수출입은행이 자금을 지원하는 무역의 형태이다. 대출절차는 수출자가 수출입 은행으로부터 대출을 받아 대출상환을 하고 수입자는 수출자에게 연불상환을 하는 방식으로 진행된다. 한국의 주요 방산수출 대상 국가는 동남아시아, 중남미 등 개발도상국인 경우가 많다. 이러한 국가들은 통상적으로 대규모 방산물자 구매입찰 시 연불금융조건을 포함하여 응찰하도록 요구한다. 그러나 국내 금융시장이 발달되지 않아 이러한 연불수출 금융 지원이 어렵고 국내 방산업체의 신용능력 부족으로 국제금융의 이용도 곤란한 실정이다. 그리고 주요 수출 대상국이 개발도상국이기 때문에 정권 불안정 및 대금회수 능력에 대한 문제가 발생할 것을 우려하여 적극적인 금융지원이 어렵다.

2012년 절충교역에 의한 수출수주실적은 3.19억 달러로 2012년 방산수출액 23.52억 달러의 13.5%를 차지하고 있다.¹⁵⁾ 2006년~2012년까지 6년간 추진한 절충교역의 가치는 약 34억불이며 유형별로 기술획득이 약 14억불로 44%, 부품제작 및 군수품 등 수출이 10억불로 29%, 장비 및 치공구 등 획득이 약 9억불로 27%를 차지한다. 절충교역제도는 무기체계를 판매하는 국가가 구매하는 나라에 기술이전이나 부품발주 등의 반대급부를 제공하는 무역을 말한다. 2008년~2012년 기간 동안 한국의 방산수입액은 약 65.27억 달러로 세계 4위의 구매력¹⁶⁾을 가지고 있다. 이것은 국외구매를 통한 절충교역 제도의 활용기회가 많다는 것을 의미한다. 따라서 절충교역을 전략적으로 활용한다면 국방과학기술수준을 향상시킬 수 있고 부품발주를 통해 국내업체의 가동률을 향상시킬 수 있다.

정부 간 거래제도는 방위사업청 또는 KOTRA가 구매국 정부를 상대로 국내업체의 방산수출을 중개하는 제도이다. 방산물자는 수요자가 정부에 한정되어 있고 거래기간이

13) 김범, “선진국 방산금융 지원제도 연구를 통한 방산 육성자금 개선방안”, 한국방위산업진흥회, 2013. p.10-11.

14) 상계서, p.12.

15) 방위사업청, 『방위사업청 통계연보』, 2013. p.96.

16) SIPRI, 『SIPRI Yearbook 2013』 (Oxford University Press), 2013. p.260

길며, 거래 이후에도 후속군수지원 등 추가적인 문제가 발생할 수 있다. 따라서 ‘정부 간 거래’ 형태로 방산수출계약을 체결하는 것이 수출역량을 집중하는데 있어서 업체 주관으로 계약을 체결하는 것보다는 효율적이다. 그리고 정부가 직접 계약 당사자로서 역할을 수행해야하기 때문에 정부의 적극적인 방산수출 노력도 유인할 수 있다는 장점이 있다.

패키지 딜은 주로 저개발 자원부국과의 거래 시 적용되는 무역방법이다. 불안한 안보 환경에 비해 기술력이 부족하여 방산물자를 국내에서 조달하지 못하고 수입에 의존해야 하는 국가가 대상이 된다. 이러한 국가들은 자금여력이 충분하지 않아 자원이나 유전개발권 또는 사회기반시설에 대한 운영권 등으로 대금을 지급한다. 이러한 패키지 딜은 업체 재량만으로 성사되기 어렵기 때문에 범정부적 차원에서 수출계약을 진행해야 할 것이다. 우리는 방산수출 시장을 다변화하기 위해 노력하고 있는데 대상국가가 동남아, 중남미, 아프리카 등 자금보다는 천연자원이 많거나 사회기반 시설이 취약한 국가들이 많기 때문에 패키지 딜을 적극 활용할 수 있도록 구체적인 추진전략 수립과 이를 위한 지침을 구체화해야 할 것이다.

4. 방산수출의 SWOT 분석

4.1 SWOT 개요

SWOT는 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 단어들을 합성한 것이다. SWOT분석은 내부 역량의 강점과 약점 그리고 외부환경의 기회와 위협요인을 파악하고 매트릭스를 작성하여 전략을 수립하는 기법이다. SWOT의 핵심은 강점을 살리고 약점은 제거시키며 기회를 활용하고 위협은 억제하는 경쟁전략을 수립하는 것이다.

주로 사업체에서 전략주체가 당면하고 있는 환경과 상황을 인식하고 자신의 능력을 파악하여 대응방안을 모색하기 위해 사용되는 전략기법으로 기업체에서 마케팅 기획 등에 활용되어 왔으며 최근에는 공공조직의 기능 분석과 발전전략을 모색하는 데에도 효과적으로 활용되고 있다. 이 기법을 활용하면 조직 내·외부에서 발생하는 긍정적인 그리고 위협적인 내용을 분석하여 조직기능 발전의 방향성과 전략을 수립하는데 유효하기 때문이다. SWOT 분석은 방산수출 전략 수립에도 동일하게 적용될 수 있다. 특히, 방산수출은 국내 시장 뿐만 아니라 세계 방산 시장의 치열한 경쟁에 노출되어 있기 때문에 강·약점과 위협·기회 요인을 정확하게 분석할 수 있는 도구로써 방산수출 확대전략을 제시하는데 효과적으로 활용될 수 있을 것이다.

SWOT 분석은 내적인 면을 분석하는 강·약점 분석과 외적환경을 분석하는 기회·위협 분석으로 나누며 긍정적인 면을 보는 강점과 기회, 그리고 반대로 위협을 불러오는 약점과 위협을 저울질하는 도구이다. 이러한 내·외부 환경 분석을 토대로 SWOT 매트릭스를 작성할 수 있다. SWOT 매트릭스는 보통 X, Y축으로 2차원의 사분면을 그리고 각각 하나의 사분면에 연관된 사항들을 우선순위로 배치한다. 작성된 매트릭스를 토대로 전략을 수립할 때에는 강점을 가지고 기회를 살리는 전략(공격적 전략, SO), 강점을 가

지고 위협을 회피하거나 최소화하는 전략(다양화 전략, ST), 약점을 보완하여 기회를 살리는 전략(방향전환 전략, WO), 그리고 약점을 보완하면서 동시에 위협을 회피하거나 최소화하는 전략(방어적 전략, WT)을 도출할 수 있다.

본 논문은 한국의 방산수출 확대전략을 수립하기 위해 방산수출을 중심으로 내·외부 환경분석을 실시하였다. 내부 환경분석은 방위산업 성장기반 및 방산수출지원제도 측면에서 강점과 약점을 도출하였으며, 외부 환경분석은 방산수출에 유리하거나 불리하게 작용하는 국제적 안보환경 및 방산수출시장 측면에서 기회와 위협을 도출하였다.

4.2 SWOT 분석결과

1) 강점요인

강점요인은 ① 세계 10위의 선진권 국방과학기술보유, ② 방산분야에 적용 가능한 주요 산업인프라 발달, ③ 정부의 적극적인 방산수출 지원정책 시행, ④ 방산수출규모 증가에 따른 수출경험 및 노하우 축적, ⑤ 안정적 국내수요로 실전 운용 중인 무기체계 수출 등 5가지를 도출하였다.

첫째, 한국의 방산수출액이 차지하는 비중은 세계 방산시장에서 1%에도 못 미치는 수준이다. 그러나 세계 10위권의 국방과학기술을 보유하고 있으며 정부차원의 연구개발 투자 확대를 통해 선진권으로 도약할 수 있는 환경을 가지고 있다.

둘째, 우리가 보유하고 있는 IT, 조선, 철강, 자동차 등 제조업 분야는 우수한 연구개발 인력과 생산능력을 바탕으로 세계 1, 2위를 다투는 경쟁력을 가지고 있다. 특히, 우리가 세계시장에서 경쟁력을 보유하고 있는 분야는 무기체계 개발 및 생산에도 밀접한 연관성을 가지고 있기 때문에 방산분야로의 기술이전을 통해 시너지 효과를 발휘할 수 있다.

셋째, 정부도 방위산업 및 방산수출을 국가의 신 경제 성장 동력으로 선정하고 적극적인 지원을 위해 노력하고 있다. 올해 1월, 방위사업청은 방산수출 간담회를 통해 기존 수출입 인허가 등 민원처리 중심으로 사용되던 방산수출입지원정보체계에 국외방산시장 동향, 국외입찰 정보 등을 탑재함으로써 방산수출 정보 공유를 확대할 예정이다. 또한 국가별 맞춤형 수출전략을 수립하고 글로벌 방산강소기업 육성사업 신규 추진, 국외시장 개척활동 지원을 위한 우수 방산제품 설명회 개최, 수출품에 대한 정부인증 대상 확대 등 올해 수출지원계획과 관련된 정책, 제도개선, 수출기업 지원사항¹⁷⁾을 밝힌 바 있다.

넷째, 한국의 방산수출 규모는 매년 증가추세에 있으며 지난 해 수출액은 30억불을 넘어섰다. 그리고 이러한 성과를 달성할 수 있었던 요인은 기존 수출품목인 화력 및 총포분야, 탄약분야 이외에도 항공분야로의 수출확대가 큰 영향을 주었다고 할 수 있다. 결과적으로 이러한 방산수출 성공 사례는 수출 노하우 축적으로 이어져 향후 수출전략을 수립하는데 큰 강점이 될 수 있다.

다섯째, 한국은 분단국가로서 세계 16위의 국방비 지출¹⁸⁾규모를 보이고 있다. 이러한

17) 김철환, “방산수출 간담회 개최”, 『국방일보』, 2014년 1월 28일.

18) SIPRI, 『SIPRI Yearbook 2013』 (Oxford University Press, 2013), p.248.

사실은 안정적 국내수요를 확보할 수 있다는 것을 의미한다. 국내에서 개발되는 무기체계는 한국군에서 전력화 배치되어 운용되고 있기 때문에 구매국 입장에서 국산 무기체계에 대해 높은 신뢰를 가질 수 있다.

2) 약점요인

약점요인은 ① 기업의 자발적 수출노력을 유인하기 어려운 산업구조, ② 방산수출에 필요한 Price & Availability Data 작성 및 감항 제도 미흡, ③ 국방분야 연구개발 투자를 저조와 핵심기술 및 주요 부품의 높은 수입의존도, ④ 방산수출 전담조직의 역할 미흡, ⑤ 세계 방산시장에 대한 정보교류 미흡, ⑥ 방위산업 자금지원 미흡 등 6가지를 도출하였다.

첫째, 2013년 3분기 IT전자기기, 자동차, 건설, 석유화학, 조선, 철강 등 국내 6개 업종의 평균 해외매출 비중은 56.20%이며 IT전기전자는 83.7% 수준이다.¹⁹⁾ 반면, 방산업체는 2011년 기준 총 매출액 9.31조 원 중 수출규모는 0.706조원으로 7.6%를 차지하고 있다.²⁰⁾ 아직까지 한국의 방위산업은 업체주도·수출위주의 산업구조로 발전하지 못하고 1970년대 정부주도 집중 육성단계에 머물러 있는 것이 현실이다. 이러한 원인은 공급자가 한정되어 있어 아직까지 주요 대기업 위주로 업체선정이 이루어지고 있기 때문이다. 그리고 국내수요가 보장되어 있는 만큼 세계시장에서 경쟁하기보다 현실에 안주하려는 업체들의 태도 때문에 적극적인 신규 시장개척을 위한 노력이 부족했다. 정부측면에서는 세계시장에 대한 활발한 정보교류가 미흡하고 기술료 징수, 수출을 위한 개조개발 비용지원, 수출 금융 지원 등 제도적 지원이 부족하였다.

둘째, 국산 무기체계는 장비의 기본적인 성능과 품질을 보증할 수 있는 Price & Availability Data를 보유하고 있지 않다. 이것은 수출성사에 있어서 큰 제약이 된다. 무기체계 획득 간 RAM 관련 업무가 제대로 수행되어야만 Price & Availability Data 작성이 가능하나 현 실태는 방위사업청에서 2014년 1월 1일이 되어서야 RAM업무 지침이 ‘시행’되는 초보적인 수준이다. 그리고 무기체계 품질향상 및 총수명주기비용 절감에 대한 인식도 미흡한 실정이다. 따라서 RAM업무를 제대로 수행하고 수출에 필요한 Price & Availability Data를 작성하는 것이 중요하다. 또한 T-50, KT-1 등 항공기 수주가 증가하는 것에 반해 국내 감항 인증제도가 미흡한 것도 수출에 걸림돌이 되고 있다.

셋째, 국내연구개발 무기체계 국산화율은 2012년 기준 평균 70.2% 수준으로 핵심부품은 국산화하지 못한 경우가 많다. 특히, 최근 방산수출액 증가에 큰 몫을 하고 있는 항공분야 국산화율은 53.9%로 가장 저조한 수준이다. 국산화율 저조는 국산 무기체계의 가격 경쟁력을 떨어뜨리는 가장 큰 요인이며 수출하려는 무기체계의 핵심부품이 수출제한 품목으로 지정되어 있는 경우 수출계약을 체결하는데 문제가 되기도 한다.

넷째, 현재 KOTRA 산하에 설치되어 운용되고 있는 방산물자교역지원센터는 방산수출 확대에 기여해온 것이 사실이나 주요 선진국의 수출 전담조직과 비교해봤을 때 인력 규모 및 전문성 등에서 차이가 있다. 방산수출을 지원할 수 있는 역량과 하부조직을 보유한 국방부가 아니라 민간 조직인 KOTRA가 방산 관련 업무를 전담하는 것은 효율성

19) 김정래, “삼성·LG 등 수출기업, 한국경제 견인차 역할 톡톡”, 『뉴데일리경제』, 2014. 2. 19.

20) 방위사업청, 『방위사업청 통계연보』, 2013. p.177.

및 전문성이 측면에서 문제를 발생시킬 것이다.

다섯째, 세계 방산시장에 대한 정보를 수집하고 국내업체들간에 정보를 교류하는 체계구축이 미흡하다. 현재까지 방산수출입지원정보체계는 수출입 인허가 등 민원처리 중심으로 사용되었을 뿐 국외방산시장 동향이나 국외입찰정보 등에 대한 정보제공은 이루어지지 않았다. 그리고 주요국에 파견된 무관은 국방부 관련 업무를 우선적으로 처리해야 하는 한계가 있고 방위산업분야에 대한 전문성이 다소 미흡²¹⁾하기 때문에 방산시장에 대한 정보 수집은 제한되는 것이 사실이다.

여섯째, 방위산업의 특성상 대규모 투자금액이 필요하며 투자 원금회수에도 장기간 소요되기 때문에 자금사정이 열악한 중소기업의 경우에는 이차보전지원이 절실한 상태이다. 이차보전사업은 방위력개선사업 재원의 한정, 즉 예산부족의 문제로 중소기업까지 충분한 자금지원이 이루어지고 있지 않은 실정이다.

3) 기회요인

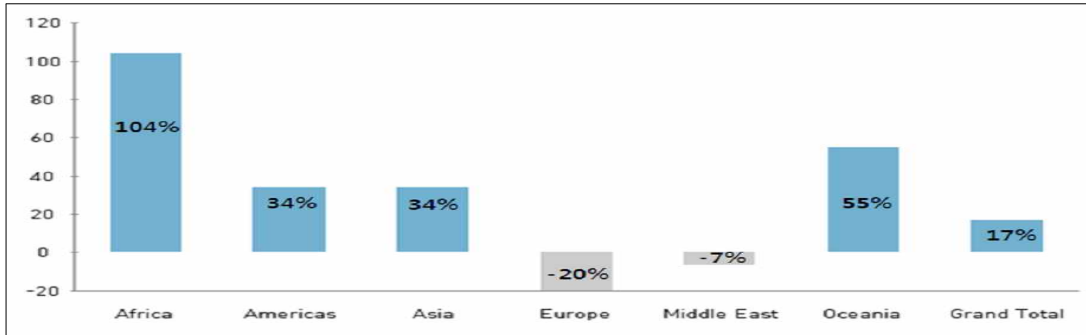
기회요인은 ① 북한 및 주변국의 안보위협 증대에 따른 군비경쟁과 방산시장 확대, ② 전쟁 패러다임 변화에 따른 새로운 국방 대비태세 요구, ③ 아프리카, 동남아, 중남미, 오세아니아 등 신흥국에 대한 무기체계 수요증가, ④ 국제방산협력에 유리한 환경 조성, ⑤ PKO 및 국가 간 연합훈련 활동 증가에 따른 국내 무기체계 홍보 기회 증가, ⑥ 기존 방산수출품목에 대한 후속군수지원 소요 발생 등 6가지를 도출하였다.

첫째, 최근 한반도는 북한의 핵, 미사일 위협이 가시화됨에 따라서 킬-체인 및 KAMD 체계 구축, 이지스 구축함 추가 건조, FX-3차 사업 등 대규모 예산을 무기체계 획득에 투입할 계획이다. 따라서 국내 방산시장이 활성화될 것이며 방산업계에 대한 투자는 기술개발 효과로 이어져 방산수출에도 기여할 가능성이 크다. 뿐만 아니라 첨단 무기체계를 국외구매로 획득할 경우 절충교역을 효과적으로 활용한다면 기술이전이나 방산수출에 있어서도 긍정적인 효과를 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 최근 전쟁 패러다임의 변화는 첨단 무기체계에 대한 필요성 증대로 이어져 신규 무기체계를 중심으로 방산시장이 활성화될 것이다. 그리고 첨단 무기체계를 연구개발하면서 확보된 신기술이 민간분야 이전되어 기술과급효과도 커질 것으로 예상된다.

셋째, [그림 2]는 2003년~2007년 대비 2008년~2012년 무기체계 수입지역별 변화를 보여주고 있는데 유럽과 중동이 크게 감소한 반면에 아프리카 104%를 비롯하여 미주, 아시아 및 오세아니아 지역의 무기체계 수입이 크게 증가했음을 볼 수 있다. 이것은 무기체계 수요가 증가하고 있는 신흥국을 대상으로 공격적 마케팅 전략을 수립한다면 신규 시장개척도 가능할 것이다.

21) 장원준 외, “페루 방산시장 분석과 수출전략”, 산업연구원, 2012. p.15.



〈그림 2〉 2003~2007 대비 2008~2012년 무기체계 수입지역별 변화²²⁾

넷째, 최근 세계 방산시장은 F-35, 유로파이터 개발 사례처럼 다수 국가가 함께 참여하는 국제공동 연구개발 형태로 진행되는 경우가 많다. 우리나라도 영국, 이스라엘, 스웨덴 등과 국제공동개발을 추진하고 있는데 이것은 연구개발 초기단계부터 잠재시장 진출 가능성을 높여 수출기반을 공고히 할 수 있다.

다섯째, 한국은 PKO 활동에도 적극 참여하고 있으며 우방국과의 연합훈련도 정기적으로 실시하고 있다. 그리고 최근의 국제정세를 고려하면 앞으로도 훈련 횟수나 PKO 활동이 더욱 증가할 것으로 예상되는데 이러한 활동을 통해서 국산 무기체계의 우수성을 홍보할 수 있는 좋은 기회로 활용할 수 있다.

여섯째, 한국은 지난 해 방산수출액 30억불을 돌파하였으며 T-50, KT-1, K-9, 잠수함 등 다양한 무기체계를 판매하였다. 일반적으로 무기체계 전 수명주기 비용 중 수리부속, 지원 및 시험장비 구매 등 운영유지에 70% 이상을 사용한다. 따라서 수출품종 및 물량이 증가한 일정시점 이후부터는 후속군수지원에 따른 수출소요도 증가할 것으로 예측된다.

4) 위협요인

위협요인은 ① 세계 방산시장의 치열한 경쟁, ② 국내 방산기술 유출 위험성 및 방산 선진국으로부터 기술이전의 어려움, ③ 바세나르체제²³⁾에 의한 수출대상국가 선정제약 등 3가지를 도출하였다.

첫째, 방위산업은 구매자가 국가로 한정되어 있기 때문에 높은 이익을 창출하기 위해서는 수출을 통한 판로개척이 요구된다. 그러나 과거와 달리 방산 선진국들의 국방예산 감축은 자국 내 방산업체로 하여금 세계시장으로 눈을 돌리게 함으로써 세계 방산시장은 치열한 경쟁에 놓이게 되었다. 따라서 현 수준의 경쟁력을 바탕으로 국산 무기체계를 수출하는 것은 매우 어려운 상황이다.

둘째, 무기체계를 수출 할 경우 상대 구매국은 절충교역을 활용하여 핵심방산기술에

22) 국방기술품질원, 『2013 세계 방산시장 연감』, 2013. p.21.

23) 바세나르체제(Wassenaar arrangement): 1996년 출범한 다자간 전략물자 수출통제 체제로, 무기체계와 전략물자 및 기술 수출을 통제함, 한국은 1996년 4월에 가입하였음.

대한 이전을 요구할 것이다. 과거 한국은 무기체계를 주로 국외구매를 통해 전력화했기 때문에 기술을 ‘이전받는 것’에 익숙해져 있다. 그러나 최근에는 방산수출도 증가하고 있는 만큼 기술을 구매국에 ‘이전하는 것’에 대한 전략 수립도 필요한 시점이 됐다. 따라서 기술이전의 범위를 명확하게 설정하는 것이 중요하다. 무기체계 수출시 절충교역은 우리에게 있어서 큰 부담이 될 것이며 수출이 되더라도 핵심기술 유출로 인해 손해를 보거나, 전략적 판단 없이 기술이전을 했을 경우 오히려 구매국이 잠재적인 경쟁국가로 등장할 가능성이 있다. 그리고 대응구매로 인해 국내 부품생산 물량을 수출국에 넘겨야 하는 경우도 있다. 따라서 방산수출 실적 향상에만 급급하여 이해득실을 따져보지 않고 수출계약을 체결하는 것은 지양되어야 할 것이다. 반대로 우리나라도 국외 무기체계 도입 시 기술격차를 해소하기 위해 핵심방산기술에 대한 이전을 절충교역을 통해서 추진하고 있지만 방산 선진국의 기술패권주의 강화 및 첨단기술 이전 회피로 단기간 내 기술획득이 쉽지 않은 실정이다.

셋째, 방산수출계약 체결에는 정치적 요소를 배제할 수 없다. 한국은 다자간 전략물자 수출통제 체제인 ‘바세나르체제’에 가입되어 있는 상태로 국산 무기체계를 구입하려고 하는 국가가 한국의 안보이익과 직접적으로 관계가 없는 경우일지라도 바세나르체제에서 ‘국제평화와 지역안전을 저해할 우려가 있는 국가’로 선정한 경우에는 수출계약체결이 제한될 수밖에 없다.

5. 방산수출 확대전략

<표 5>는 SWOT 분석을 통해 강점과 약점, 위협과 기회를 도출하고 이것을 바탕으로 한 방산수출 확대 전략을 요약한 것이며 세부내용은 아래에서 기술하였다.

<표 5> SWOT분석 결과

내부요인	S (강 점)	W (약 점)
	외부요인	① 선진권 국방과학기술 보유 ② 주요 산업인프라 발달 ③ 정부의 적극적인 방산수출 지원정책 시행 ④ 방산수출규모 증가에 따른 수출경험 및 노하우 축적 ⑤ 안정적 국내수요로 실전 운용중인 무기체계 수출
O (기 회)	O-S 전략	O-W 전략
① 주변국 안보위협 증대에 따른 방산시장 확대 ② 새로운 국방 대비태세 요구 ③ 신흥국에 대한 무기체계 수요 증가 ④ 국제방산협력에 유리한 환경 조성 ⑤ 국내 무기체계 홍보기회 증가 ⑥ 기존 방산수출품목에 대한 후속군수지원 수요 발생	① 정부의 적극적인 방산수출 지원 ② 수출을 고려한 무기체계 개발 추진 ③ 무기체계 홍보 및 마케팅 전략수립 ④ 방산수출 대상품목의 확대 ⑤ 국제 공동연구개발 전략수립	① 주력 수출품목 선정 ② 절충교역 제도 및 절차 발전 ③ 수출금융지원 및 인센티브 부여 ④ 후속군수지원 소요에 대한 수출 ⑤ 신규 방산시장 개척 및 선점
T (위 협)	T-S 전략	T-W 전략
① 세계 방산시장의 치열한 경쟁 ② 국내 방산기술 유출 위험성 및 방산 선진국으로부터 기술이전의 어려움 ③ 바세나르체제에 의한 수출대상국가 선정 제약	① 국방과학기술 관리시스템 구축 ② 국내업체간 공동연구개발 및 전략적 제휴 ③ 바세나르체제를 고려한 수출 대상국 선정	① 국방 연구개발 투자확대 ② 방산수출을 위한 외교활동의 확대 ③ 국제표준 및 인증체계 정립 ④ 수출전담조직 재정비

5.1 “O-S : 공격전략”

앞서 제시한 SWOT 분석을 토대로 공격전략 4가지를 제시하고자 한다.

첫째, 방산수출 확대를 위해 정부가 적극 개입하여 수출촉진을 위한 지원수단을 제공하는 것은 필수적이다. 특히, 방산분야는 국가안보와 직결되어 있고 높은 구매비용, 장기간의 획득소요 시간 등 불확실성이 민수분야 보다 크기 때문에 업체 간 계약보다는 정부의 보증을 전제로 수출계약을 성사시키는 것이 유리하다. 실제로 T-50 등 국산 무기체계 수출의 경우에도 구매국에서는 국방부를 통한 정부 간 구매를 요청해온 것이 사실이다. 따라서 정부 대 정부 계약방식으로 방산수출을 추진해야하며 KOTRA가 수출업무를 전담할 것이 아니라 국방 관련 조직과 인력을 충분히 갖추고 있는 국방부가 주관이 돼서 수출계약을 수행하는 것이 바람직할 것으로 본다.

이것을 위해서는 국방부 산하에 방산수출전담 조직을 출연기관으로 신설하여 방산물자교역지원센터와 방위사업청 방산진흥국에 분산된 인력을 통합해서 운용해야 한다. 그리고 범정부적 협력을 위해서는 외교부, 산업통상자원부, 미래창조과학부 산하에 국제협력과 관련된 기능을 방산수출전담 조직과 함께 매트릭스 형태로 편성하여 범정부차원의 정보교류와 협력을 가능케 해야 할 것이다. 이 때 관련 업무를 수행하는 인력은 일정기

간 동안 인사이동을 제한하여 전문성을 갖출 수 있도록 해야 한다.

둘째, 무기체계 획득은 소요제기 단계부터 전력화 단계까지 수차례에 걸쳐 의사결정 과정을 거치며 획득기간도 짧게는 5년, 길게는 10년 이상 소요되기도 한다. 이러한 특성을 감안할 때 소요제기 단계부터 수출전략을 수립하는 것이 바람직하다. 그리고 기본·상세설계단계에서 수출을 고려한 모듈화 방식으로 설계한다면 수출대상국에 적합한 부품이나 구성품을 손쉽게 교체할 수 있고 개조비용을 최소화 시킬 수 있을 것이다.

만일 국내 양산과 수출계약이 동일한 시기에 이루어진다면 국내 양산물량을 국외 수출물량과 동시 생산함으로써 제조원가를 낮추고 가격 경쟁력도 확보할 수 있을 것이다. 이것을 위해서는 세계 방산시장에 대한 활발한 정보수집활동을 위한 노력이 있어야 할 것이다. 특히, 아프리카 등 신흥국의 방산수입 규모가 증가하고 있는 추세인 만큼 국정원, 국방무관, 방위사업청 등 관련기관에서 정보 수집을 위해 방산전문 인력을 파견하고 수집된 정보를 방산 수출입 지원 정보체계와 연동하여 업체에게 국외방산시장 동향이나 국외입찰정보를 지원할 수 있어야 한다.

셋째, 기업에서 마케팅은 판매실적과 직접적으로 연계되어 있는 핵심요소로서 제품의 생산원가에서 마케팅 비용은 큰 비중을 차지하고 있다. 마찬가지로 방산물자도 일종의 제품을 소비자에게 판매하는 것이기 때문에 방산수출 증대를 위해서는 적극적인 마케팅 전략이 필요하다.

한국은 현재 동명부대, 아크부대, 청해부대 등 PKO 활동을 수행하고 있으며 우방국가와의 연합훈련에도 참가하고 있다. 이처럼 파병이나 국가 간의 훈련은 국산 무기체계의 성능을 자연스럽게 외국에 소개할 수 있는 마케팅 기회로 활용할 수 있다. 그리고 파병이나 연합훈련의 수요가 증가추세에 있는 만큼 한국의 국방과학기술 및 방산물자를 홍보하는 기회로 적극 활용해야 할 것이다.

군사외교 활동도 방산수출 마케팅을 위한 좋은 기회이다. 현재 국방대학교 및 각군사관학교에서 외국군 장교의 수탁교육이 이루어지고 있으며 한국군 장교들도 외국에 다양한 교육과정에 참가하고 있다. 따라서 이러한 수탁교육이나 외국 교육과정에 참가하는 동안 국산 무기체계를 홍보하고 인적 네트워크를 형성한다면 방산수출의 기회는 확대될 것이다.

2012년 공군 ‘블랙 이글스’는 와딩턴 에어쇼, RIAT 에어쇼, 판보로 에어쇼 등에 참가하여 T-50 항공기의 우수성을 알리는데 큰 역할을 하였다. 뿐만 아니라 방산 전시회 참가도 국산 무기체계를 홍보할 수 있는 좋은 기회로 활용할 수 있다. 2008년~2012년 방산수출액 순위를 살펴보면 한국은 16위에 위치하고 있는데 16위 이내의 국가들 중에서 국방과학기술 수준이 한국보다 낮은 국가는 스페인 등 6개 국가²⁴⁾나 된다. 국방과학기술 뿐만 아니라 ‘마케팅이나 수출지원제도’ 등 다양한 요소가 시너지 효과를 낼 경우 수출 증대 효과를 가져 온다고 볼 수 있다.

넷째, 경쟁력 있는 국방분야의 역량을 방산수출과 연계시키는 활동이 중요하다. 무기체계 이외에도 군사교육훈련이나 자원 및 에너지 협력, 재정지원, 민간기업의 외국 국책사업 진출, 사설군사업체의 외국군에 대한 경호 또는 군사교육훈련 수출 등 한국이 강점을 가지는 역량을 무기체계와 적절히 조합하여 패키지로 수출전략을 수립한다면 개개의

24) SIPRI, 『SIPRI Yearbook 2013』 (Oxford University Press, 2013), p.248,

국방기술품질원, 『국방과학기술 수준조사서』 (서울: 국방기술품질원, 2012), p.35.

무기체계가 선진국의 무기체계와 동등하거나 다소 떨어진 성능을 가진다 해도 패키지와 된 요소들이 경쟁력을 높이는 효과를 발휘할 수 있다.²⁵⁾

다섯째, 국제공동 연구개발 전략의 수립은 규모의 시장을 확보하고 투자비용을 줄일 수 있다는 측면에서 유리한 전략이다. 최근 방산 선진국의 사례를 보더라도 F-35나 유로 파이터를 국제공동 연구개발로 개발하였고 한국도 KFX 사업을 인도네시아와 공동 개발하는 방향으로 추진하고 있다. 따라서 공동의 안보적 이익을 추구하는 국가들과 군사교류와 안보협력을 추진하면서 자연스럽게 방산부문의 협력기회로 연결해야 한다. 특히, ASEAN과 같은 다자안보 협력기구를 적극 활용하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 그러나 후발국가와 국제공동개발 사업을 추진할 경우 국내에 축적된 핵심 산업기반과 국방기술을 적절히 보호해야 한다.

5.2 “O-W : 방향전환 전략”

2013년 세계 방산시장 연감을 보면 삼성테크윈(53위), KAI(76위), 두산(83), LIG Nex1(85위) 등이 세계 100대 무기체계 생산업체 순위에 들었다. 이것은 국가위상과는 어울리지 않는 성적이다. 그리고 현 체계에서 변화와 혁신 없이는 민수분야처럼 선진권에 들어가는 것이 어려울 것이다. 따라서 우리 실정에 맞는 수출전략을 수립하고 약점을 보완하는 전략이 필요하다.

첫째, 우리 실정에 맞추어 가격 및 기술 경쟁력을 극대화 할 수 있는 주력 수출품목 선정이 필요하다. 방산 선진국의 주요 수출품목과 중복되지 않는 대상을 선정함으로써 틈새시장을 공략해야 한다. 그리고 완성체계의 경우 높은 성능을 발휘한다고 해도 국산화율이 낮거나 다수의 부품이 기술 도입국가의 E/L(Export License)품목으로 선정되어 있을 경우에는 수출대상품목에서 제외하는 것이 바람직하다. 또한, 수출대상 품목별로 가격 경쟁력과 기술 경쟁력의 상대비교를 통해 선택과 집중을 통한 맞춤형 전략 수립이 필요하다. 가격 경쟁력이 부족한 분야는 기술료 면제, 수출고정비 지원, 저금리의 융자지원에 집중해야 한다. 기술 경쟁력이 부족한 분야는 연구개발 투자 확대, 절충교역의 전략적 활용, 국제공동 연구개발에 집중해야 한다.

둘째, 2006년~2012년 동안 73건의 사업에서 발생한 절충교역의 가치는 34.72억\$ 수준²⁶⁾으로 무기체계 국외구매사업에서 절충교역의 중요성은 커지고 있다. 따라서 국외구매사업 건수와 비례하여 기술획득, 수출, 장비획득을 극대화하기 위한 협상전략을 수립하고 세부지침을 마련해야 한다. 특히, 제안서 작성단계부터 절충교역을 고려함으로써 기술획득, 부품수출, 장비획득 수준과 범위를 명확하게 설정하는 것이 중요하다. 그리고 기종결정 단계에서 종합평가를 실시할 때 절충교역에 의한 방산수출 효과를 평가항목으로 선정하고 가중치를 부여해야 한다.

셋째, 국내 주요 방산업체 매출액은 국내소요 물량 공급에 의한 매출이 대부분이다. 방위산업 특성상 투자금액에 대한 보상의 불확실성 때문에 적극적인 투자나 국외수출 노력을 유인하는 것이 쉽지 않은 실정이다. 따라서 무기체계 획득사업간 기종결정 시에 방

25) 정연봉, “방산수출 활성화를 위한 국방외교 추진방안”, 『국방정책연구』, 2010. p.58.

26) 방위사업청, 『방위사업청 통계연보』, 2013. p.96-99.

산수출 실적이 높은 업체에 인센티브를 부여하고 수출물량으로 인해 발생한 고정비를 보상하는 제도를 마련함으로써 수출노력을 유인해야 한다. 그리고 기술료 감면, 연구개발비용 지원, 수출품목 개조비용 지원 등 예산을 확보하여 방산수출업체들이 받을 수 있는 혜택의 폭을 넓혀야 할 것이다.

넷째, 무기체계는 획득단계보다 운용유지 단계에서 더 많은 비용이 소요된다. 따라서 무기체계 뿐만 아니라 정비, 성능개량, 장비의 훈련인력 및 전술, 교리 등 수출 대상을 다변화할 필요가 있다. 하나의 무기체계가 최상의 전투력을 발휘하기 위해서는 이를 지원하는 전력화지원 요소도 뒷받침되어야 하는데 이러한 요소들을 추가 발굴하여 수출할 수 있는 준비도 해야 할 것이다.

다섯째, 비교적 방산 선진국과 치열한 경쟁을 회피할 수 있는 시장을 선점해야 한다. 이것은 방산 후발 국가들은 대부분 국가 차원의 산업기반 육성을 위해 레버리지로서 군수산업을 활용하고 있으며 무기체계 도입 측면에서 보면 다양한 국외 무기체계 도입선과 접촉하는 경향이 있다. 2012년 세계 국방비 지출 총액은 전년 대비 0.4% 하락하면서 1998년 이후 최초로 실질적인 감소를 나타내었다. 그럼에도 2012년 기준으로 동남아시아 지역의 군사비 지출이 전년 대비 5%이상 증가를 보였고 북아프리카 지역이 7.8%, 중앙아메리카 지역이 8.1%, 중동지역의 경우 8.3%까지 증가하였다.²⁷⁾ 이러한 점을 고려한다면 군사비 지출이 높고 방위산업을 국가의 산업기반으로 발전시키려 하는 국가들을 대상으로 방산수출을 확대해 나갈 수 있을 것이다.

5.3 “T-S : 헛지전략”

첫째, 한국은 세계 10위권의 국방과학기술을 갖추고 있다. 차기전차인 K-2의 핵심기술은 터키에도 수출된 바 있다. 그러나 무기체계 구매국에서는 과도한 수준의 핵심기술 이전을 요구하고 있으며 이에 대한 적절한 통제가 없을 경우에 우리의 기술을 이전받은 국가와 경쟁을 해야 하는 경우가 발생할 수 있다. 따라서 ‘무기체계 수출 시’ 세부적인 절충교역 전략을 수립하고 세부지침을 마련해야 한다. 현재 방위사업청 방산진흥국에서 관련 업무를 담당하고 있으나 국내에서 수출되는 모든 무기체계와 기술을 체계적으로 검토하고 승인하기에는 부족한 수준이다. 이것을 위해서는 수출계약 협상 전에 관련기술 개발자, 절충교역 담당자, 업체 담당자, 외부 전문가 등을 구성원으로 하는 의사결정체를 구성하여 전문가들에 의한 심의를 거친 이후에 기술이전 품목을 승인하는 시스템을 정례화해야 한다.

둘째, 전문화·계열화 제도 폐지는 다수의 업체가 경쟁할 수 있는 환경을 조성하고 있다는 점에서 긍정적일 수 있다. 그러나 무기체계의 특성상 소요제기 단계부터 전력화 단계까지 일반적으로 5년 이상 장기간 소요되다 보니 입찰에서 떨어진 업체의 경우 공장 가동을 하지 못하는 경우가 발생한다. 그리고 유희시설을 유지하기 위해 자금이 투입되는 등 자원이 낭비되고 있다. 따라서 국내업체 간에도 공동연구개발을 통해 투자비용을 줄이고 이익을 공유할 수 있는 전략적 제휴를 시도해야 한다.

27) 박준수 외, “최근 방산수출 확대를 계기로 살펴본 방산 후발국과의 협력 추진에 관한 소고”, 『주간국방논단』, 2013. p.4-5.

셋째, 바세나르체제로 인해 수출이 제한되는 국가에 대해서 수출전략 수립시 반영할 수 있어야 한다. 한국의 입장에서 무기체계 수출이 국익에 도움이 될 수 있으나 바세나르체제에 가입되어 있는 회원국의 국익과는 배치되는 경우가 발생할 수 있기 때문에 수출경험을 토대로 신규 시장개척에 있어서 수출가능 여부를 사전에 판단하도록 해야 한다.

5.4 “T-W : 방어 전략”

첫째, 국방 연구개발 분야에 대한 투자 확대가 필요하다. OECD 회원국은 정부 연구개발 예산 중 평균 30%이상을 국방분야에 투자하고 있으며, 미국은 50%이상, 영국과 프랑스는 20% 정도를 투자하고 있다. 그러나 한국은 16%를 투자하고 있는 상황으로²⁸⁾ 선진국과 비교해서 상대적으로 부족한 수준이다. 따라서 세계 방산시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 투자 확대가 필요하다.

방위사업청에 따르면 최근 4년간 2009년 27건, 2010년 39건, 2011년 47건, 2012년 33건, 2013년에는 62건의 국방기술이 민간업체에 이전됐다. 한가지 사례를 들면, 중소기업에 이전됐던 광통신모듈은 중국의 통신사 화웨이에 250만 달러 규모로 수출된 바 있다. 정부는 국방기술이 민수로 이전돼 상품화된 파급효과만 1조 1,200억 원으로 평가하고 있다.²⁹⁾ 이러한 성과는 국방 연구개발 투자 확대가 국가경제에 기여하는 파급효과가 크다는 것을 증명한다. 그리고 투자 확대는 곧 부품국산화로 이어져서 가격 경쟁력을 높일 뿐만 아니라 운영유지비도 감소시킬 수 있다. 따라서 국방 연구개발 투자의 중요성에 대한 공감대를 형성해야 하며 관련 예산획득을 위한 노력을 계속해 나가야 한다.

둘째, 세일즈 외교활동과 기업의 방산 마케팅을 연계하는 노력이 필요하다. 2013년 12월에 이라크와 T-50IQ 24대 및 조종사 훈련에 대한 11억 달러 이상의 수출계약이 체결된 바 있다. 2012년 10월에는 일부 외신들이 이라크가 체코의 L-159를 도입 결정했다고 보도하면서 T-50 수출 무산에 대한 우려가 확산되기도 하였다. 그러나 현 정부 출범 후 박근혜 대통령의 친서 전달과 강창희 국회의장의 의원외교 활동 등 적극적 세일즈 외교 활동으로 분위기를 반전시켰다는 평이 있었다.³⁰⁾

셋째, 국내연구개발 무기체계에 대한 국제표준 및 인증체계 도입이 필요하다. 현재 방위사업청에서는 DQ(Defense Quality) 인증제도를 시행하고 있으나 인증대상을 중소기업이 생산하여 수출하려는 방산물자 등으로 한정하고 있다. 그러나 중소기업의 방산수출액 비중은 2010년 기준으로 방산대기업 수출액 대비 3.8% 수준³¹⁾이다. 따라서 중소기업이 수출하는 방산물자 뿐만 아니라 대기업이 수출하는 완성체계까지 인증대상을 확대해 나가야 한다. 특히, 감항분야에서 전문성이 저조한 것도 문제이다. 최근 한국의 방산수출액을 견인하는 상당부분은 KT-1, T-50 등 항공기로서 2012년의 경우 항공분야가 방산수

28) 국방기술품질원, 『국방과학기술 수준조사서』, 2012. p.24.

29) 양낙규, “지난해 국방기술 민간이전 최다”, 『아시아경제』, 2014. 1. 10.

30) 한국방위산업진흥회, “KAI, 이라크에 T-50IQ 24대 수출”, 『국방과 기술』, 2014년 1. p.14.

31) 유형곤 외, “방산수출 확대에 따른 방위산업 선진화 방안연구”, 안보경영연구원, 2012. p.56.

출액의 28%를 점유³²⁾하고 있다. 그러나 공식적이고 대외적인 안전성 입증을 위한 감항 증명이 전문적으로 이루어지지 않고 있다. 따라서 방산물자에 대한 품질인증과 현재의 감항증명체계를 보완함으로써 세계 방산시장에 국산 무기체계의 안정성 및 신뢰성을 보증할 수 있어야 한다.

넷째, 방산수출 전담조직을 재정비하는 전략을 수립해야 한다. 미국, 영국, 프랑스, 이스라엘 등 세계 방산선진국의 수출 전담조직은 충분한 인력과 전문성을 가진 인력들이 업무를 수행하고 있으며 전 세계 각지에 인력을 파견하여 국외 방산시장에 대한 정보를 수집하고 국내 업체들과 공유하는 체계를 갖추고 있다. 따라서 한국도 전문성을 가지고 방산수출지원에 전념할 수 있는 수출전담 조직을 갖추는 것이 필요하다.

6. 결 론

한국경제의 근간은 수출이다. 그러나 세계시장에서 선두를 지키고 있는 주요 업종은 성장 잠재력을 잃어가고 있는 상태이다. 반면 방위산업은 전쟁양상의 변화에 따라서 첨단화·고도화 추세로 변화하고 있다. 그리고 불안정한 국제정세로 인해 지속적인 무기체계 소요가 발생하여 세계 방산시장 규모는 더 커질 것으로 예측된다. 따라서 한국경제를 성장시킬 수 있는 ‘신 성장 동력’으로서 방산수출은 큰 역할을 할 것이다. 그러나 우리 실정에 맞는 방산수출전략 수립과 이를 지원하기 역량이 아직 부족하다. 따라서 본 논문에서는 SWOT 분석 도구를 활용하여 한국의 방산수출이 직면에 있는 내·외부적 환경을 분석하고 분석결과를 토대로 4가지 방향의 방산수출 확대전략을 제시하였다.

본문에서 제시한 방산수출 확대전략은 방산업체 또는 정부 어느 한 쪽의 노력만으로 성공할 수 없다. 방산업체는 스스로 경쟁력을 확보해 나가기 위해서 연구개발 분야에 대한 투자를 확대하고 적극적인 마케팅 전략으로 수출시장을 확보해야 한다. 정부는 방산업체의 경쟁력 향상을 위해서 수출금융지원, 방산시장 정보 제공, 국제 방산군수협력 및 협정 체결 등 세계 방산시장에 대한 국내 업체들의 진입장벽을 낮추기 위해 노력해야 한다. 특히, G to G 거래나 절충교역, 패키지 딜 등 정부의 적극적인 개입도 필요하다. 2012년 페루에 KT-1 기본훈련기를 수출했던 사례에서도 나타난 것처럼 구매국 정부는 판매국 정부의 보증을 담보로 하는 G to G 거래를 요구하는 횡수가 증가하고 있는 만큼 현재 시행되고 있는 제도의 개선 및 관련법규의 마련도 시급한 문제이다. 결과적으로 방산업체와 정부의 노력이 통합되어 시너지 효과를 발휘해야만 방산수출 확대전략을 성공적으로 실현해 나갈 수 있다.

미국은 무기체계 전 수명주기에 걸쳐 수익 극대화 전략을 추구한다. 무기체계의 연구개발을 성공적으로 끝내면 미국 내에 무기체계를 배치하고 이어서 나토, 일본, 호주 등 선진국에 수출을 통해 무기체계의 신뢰도를 확보한다. 그 다음으로 선발개도국에 장비 및 부품을 수출하며 구형의 도태장비는 우방국에게 판매하고 있다. 또 외국에 대한 기술 이전과 공동생산, 하청생산을 하면서 기술제공에 따른 기술료를 벌어들인다. 이를 통해 연구개발 비용을 회수하여 투자재원을 확보하고 있다. 이러한 수명주기 활동은 영국이나

32) 방위사업청, 『방위사업청 통계연보』, 2013. p.168.

프랑스도 예외가 아니며 개발 단계부터 세계 방산시장 정보를 수집하여 국외 수출을 동시에 고려하고 있음을 알 수 있다.³³⁾

이처럼 한국도 무기체계 획득활동 전반에 걸쳐 수출을 고려해야 할 것이며 부가적으로 세계 방산시장에서 경쟁력을 높이기 위한 전략을 수립해야 할 것이다. 본 논문에서 제시한 전략이 한국의 방산수출 경쟁력을 확보하는데 기여할 것으로 기대한다.

33) 이윤철 외, “방산수출지원 정책발굴 및 전담기구 설립방안 연구”, 산업정책연구원, 2007. p.106.

참고문헌

- [1] 국방기술품질원. 『국방과학기술 수준조사서』, 2012.
- [2] 국방기술품질원. 『2013 세계 방산시장 연감』, 2013.
- [3] 국방부, 『2014년 달라지는 업무』, 2014.
- [4] 김범. “선진국 방산금융 지원제도 연구를 통한 방산 육성자금 개선방안”, 『2013 방산 정책연구』. 한국방위산업진흥회, 2013.
- [5] 방위사업청. 『방위사업 통계연보』, 2013.
- [6] 박준수, 이호중. “최근 방산수출확대를 계기로 살펴본 방산 후발국과의 협력 추진에 관한 소고”. 『주간국방논단』. 2013. 9. 16.
- [7] 유형곤, 이용문, 박무열. “방산수출 확대에 따른 방위산업 선진화 방안연구”. 안보경영연구원, 2012.
- [8] 이윤철, 문희창, 김병조. “방산수출지원 정책 발굴 및 전담기구 설립방안 연구”. 산업정책연구원, 2007.
- [9] 장원준, 안영수, 김정호, 이상현, 김창모, 지일용, 김미정, 신재영. “주요 방산수출국가의 수출지원제도 분석과 시사점”. 산업연구원, 2012.
- [10] 장원준, 안영수, 김미정. “페루 방산시장 분석과 수출전략”. 산업연구원, 2012.
- [11] 정연봉, “방산수출 활성화를 위한 국방외교 추진방안”. 『국방정책연구』, 2010.
- [12] 조남훈, 한남성, 박준수, 신승기, 양영철. “방산수출 활성화를 위한 시장조사분석 및 수출전략 수립”, 한국국방연구원, 2007.
- [13] 한국방위산업진흥회. “KAI 이라크에 T-50IQ 24대 수출”. 『국방과 기술』. 2014 1.
- [14] SIPRI. *SIPRI Yearbook 2013. Oxford University Press, 2013.*