

심층분석보고서

동국제강-해외영업

2026.04.04

1장. 산업(섹터) 분석: 철강 산업은 구조적 전환기에 진입했다

1-1. 산업 정의와 시장 구조의 본질

철강 산업은 철광석·고철 등 원재료를 제련·정련하여 다양한 형태의 철강 제품을 생산하는 기초소재 산업입니다. 건설, 자동차, 조선, 기계, 에너지 등 사실상 모든 산업의 핵심 소재를 공급하기 때문에, 철강 산업의 경기는 곧 한 나라의 산업 활동 수준을 반영하는 선행지표로 기능합니다. 글로벌 철강 산업의 시장 규모는 약 1.58조 달러에 달하며, 연간 조강 생산량은 2024년 기준 18.8억 톤 수준입니다. 이는 인류가 사용하는 금속 중 단일 품목으로 가장 큰 규모이며, 전 세계 GDP의 약 2%에 해당하는 거대 산업입니다.

철강 산업의 시장 구조를 이해하기 위해서는 제조 공법에 따른 분류가 필수적입니다. 고로(BF-BOF, 고로-전로) 방식은 철광석을 코크스로 환원하여 선철을 만든 뒤 전로에서 정련하는 전통적 공법으로, 대규모 설비투자가 필요하지만 고품질 열연·냉연 강판 생산에 적합합니다. POSCO와 현대제철이 이 방식을 사용합니다. 반면 전기로(EAF) 방식은 고철(스크랩)을 전기 아크로 용해하여 강을 만드는 공법으로, 초기 투자비용이 상대적으로 적고 유연한 생산이 가능하며, 탄소배출량이 고로 대비 약 75% 낮습니다. 동국제강이 바로 이 전기로 방식을 채택하고 있으며, 이는 탈탄소 시대에 구조적 이점으로 작용할 수 있는 포인트입니다.

시장 구조의 또 다른 축은 제품 포트폴리오입니다. 철강 제품은 크게 장재(봉형강류: 철근, 형강, 환봉, 선재 등)와 판재(열연·냉연·도금강판, 후판, 전기강판 등)로 나뉩니다. 장재는 주로 건설 수요에 의존하고, 판재는 자동차·조선·가전·에너지 등 다양한 수요처를 가집니다. 동국제강은 장재(봉형강) 매출 비중이 약 78%에 달해 건설경기 의존도가 매우 높은 구조이며, 이것이 현재 실적 악화의 핵심 원인입니다. 해외영업 직무 지원자는 이 제품 구조와 수요처의 관계를 명확히 이해해야 합니다.

1-2. 글로벌 시장 규모와 최근 생산 동향

세계철강협회(World Steel Association, WSA)의 공식 통계에 따르면, 글로벌 조강 생산량은 2024년 18.49억 톤으로 전년(18.92억 톤) 대비 0.9% 감소했습니다. 2025년에는 18.16억 톤으로 추가 1.8% 감소하며 2년 연속 역성장을 기록했습니다. 이 감소 추세는 중국의 부동산 침체에 따른 수요 둔화가 가장 큰 원인이며, 유럽의 경기 부진과 글로벌 금리 인상에 따른 건설·제조업 위축이 복합적으로 작용한 결과입니다.

국가별로 살펴보면, 중국은 2024년 10.05억 톤(세계의 53.3%)을 생산하여 압도적 1위를 유지했습니다. 인도가 1.48억 톤으로 2위, 일본이 8,240만 톤으로 3위, 미국이 7,760만 톤으로 4위, 러시아가 6,830만 톤으로 5위, 한국이 6,360만 톤으로 6위를 차지했습니다. 주목할 것은 인도의 성장세로, WSA는 2026년 인도의 철강 수요가 전년 대비 9% 성장할 것으로 전망하고 있어, 글로벌 철강 시장의 성장 동력이 중국에서 인도·동남아로 이동하고 있음을 시사합니다. 이는 동국제강이 인도에 냉연도금재 가공센터를 운영하고 있고, 해외영업 채용공고에서 "인도 등 해외법인 근무 가능자"를 우대하는 것과 직접적으로 연결되는 맥락입니다.

WSA의 2025년 10월 단기전망(Short Range Outlook)에 따르면, 2026년 글로벌 철강 수요는 17.73억 톤으로 전년 대비 1.3%의 소폭 반등이 예상됩니다. 그러나 이 반등은 중국을 제외한 신흥국(+3.4%)과 인도(+9%)가 주도하는 것이며, 중국 자체의 수요는 2024년부터 정체 내지 소폭 감소하는 구조입니다. 유럽과 북미의 수요 회복도 금리 인하 시점에 좌우되어 불확실성이 큰 상황입니다.

1-3. 산업을 뒤흔드는 세 가지 메가트렌드

첫 번째 메가트렌드는 보호무역주의의 극단적 강화입니다. 미국 트럼프 행정부는 2025년 3월 기존 25%였던 철강 Section 232 관세를 50%로 인상하고, 기존에 면제·감면을 받던 국가들의 예외를 대폭 축소했습니다. 이 조치는 한국 철강업계에 직격탄이 되고 있습니다. POSCO와 현대제철은 미국 내 현지 생산기지(현대제철의 루이지애나 EAF 제철소 건설, POSCO의 오하이오 HBI 공장 등)를 통해 관세 장벽을 우회하려는 전략을 취하고 있으나, 동국제강은 미국 내 생산기지가 없어 상대적으로 불리한 위치에 있습니다. 다만 동국인터내셔널(미국법인)을 통한 유통 네트워크는 보유하고 있습니다.

2024년 한 해 동안만 전 세계적으로 47건의 신규 반덤핑·세이프가드 조치가 발동되어 2016년 이후 최다를 기록했다는 사실은, 글로벌 철강 교역이 자유무역에서 관리무역으로 급속히 전환되고 있음을 보여줍니다. EU도 세이프가드 조치를 2026년까지 연장했고, 동남아 국가들도 중국산 저가 철강에 대한 반덤핑 관세를 속속 부과하고 있습니다. 해외영업 담당자에게 통상 규제에 대한 이해와 대응 능력이 필수 역량이 된 배경입니다.

두 번째 메가트렌드는 탄소국경조정(CBAM)으로 대표되는 탈탄소 규제의 본격화입니다. EU의 CBAM은 2023년 10월 전환기에 진입했고, 2026년 1월부터 본격 시행되어 수입 철강에 탄소 비용을 부과합니다. 이는 탄소배출이 높은 고로(BF) 기반 철강 수출업체에 불리하고, 전기로(EAF) 기반의 동국제강에는 상대적으로 유리한 규제 환경을 조성합니다. 동국제강의 전기로는 고로 대비 CO₂ 배출량이 약 75% 적으며, 국내 유일의 에코아크(Eco-Arc) 전기로를 가동하고 있어, CBAM 체제 하에서 가격 경쟁력 측면에서 이점을 가질 수 있습니다. 다만 CBAM의 실제 영향은 탄소 가격의 수준, 간접배출 포함 여부, 각국의 탄소시장 연계 여부 등에 따라 달라질 수 있어, 아직 불확실성이 큰 영역입니다.

세계 주요 철강사들의 수소환원제철(H₂-DRI-EAF) 투자는 이 탈탄소 트렌드의 최전선에 있습니다. SSAB(스웨덴)의 HYBRIT 프로젝트가 세계 최초로 화석연료를 전혀 사용하지 않는 철강 생산에 성공한 이후, ArcelorMittal, ThyssenKrupp, Tata Steel 등 유럽 주요 철강사들이 대규모 수소환원제철 프로젝트를 발표했습니다. 그러나 2024~2025년 들어 높은 에너지 비용과 녹색수소 공급 부족, 시장 불확실성으로 인해 다수의 프로젝트가 중단 또는 연기되는 사태가 발생했습니다. ArcelorMittal은 스페인 히혼의 DRI 프로젝트를 보류했고, ThyssenKrupp의 뒤스부르크 수소 입찰은 무기한 연기됐습니다. 반면 중국은 국가 차원의 수소 산업 육성 정책을 바탕으로 2030년까지 녹색수소 비용을 kg당 2.4달러 수준으로 낮추고, 연간 15~20Mt의 저탄소 1차 강 생산 역량을 확보할 전망이어서, 탈탄소 경쟁에서도 중국의 추격이 예상됩니다.

세 번째 메가트렌드는 디지털 전환(DX)의 가속화입니다. 글로벌 철강 디지털 전환 시장 규모는 2026년 약 120억 달러(연평균 14% 성장)에 달할 것으로 추정됩니다. AI·빅데이터·IoT·디지털 트윈 등 첨단 기술이 철강 생산 전 과정에 적용되고 있습니다. 구체적 사례를 보면, Tata Steel은 AI 기반 예측정비 시스템을 도입하여 비계획 설비 중단 시간을 20% 감축했고, ArcelorMittal은 고로의 디지털 트윈을 구축하여 에너지 소비를 12% 절감하는 성과를 거뒀습니다. POSCO도 딥러닝과 로봇틱스를 결합한 '제로디펙트(Zero Defect)' 스마트팩토리를 구축하고 있으며, AI 기반 품질예측 모델로 불량률을 획기적으로 낮추는 데 주력하고 있습니다. 이러한 디지털 전환은 해외영업 직무에도 영향을 미칩니다. CRM 시스템, 전자상거래 플랫폼(동국제강의 '스틸샵'), 실시간 재고·물류 추적 시스템 등이 영업 업무에 통합되고 있으며, 데이터 기반의 시장 분석과 고객 관리 역량이 점점 더 중요해지고 있습니다.

1-4. 철강 가치사슬(Value Chain)의 구조

철강 산업의 가치사슬은 상류(Upstream)에서 하류(Downstream)로 이어지는 일련의 과정으로 구성됩니다. 가

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

장 상류에는 원재료 조달이 있습니다. 고로 방식은 철광석(호주·브라질이 세계 공급의 약 70%)과 석탄(코크스용 유연탄)이 주요 원재료이고, 전기로 방식은 고철(스크랩)이 핵심 원재료입니다. 동국제강의 경우 스크랩 가격 변동이 원가에 직접적 영향을 미치며, 스크랩 수급 불안정은 전기로 업체 공통의 리스크 요인입니다.

중류는 제선·제강·연주 공정입니다. 고로에서는 철광석을 환원하여 선철을 생산하고, 전기로에서는 스크랩을 용해하여 용강을 만듭니다. 이후 연속주조(연주) 공정을 통해 슬라브·빌렛·블룸 등 반제품을 생산합니다. 동국제강의 당진공장은 슬라브를 연주하여 후판을 생산하고, 포항·인천공장은 빌렛을 연주하여 봉형강(철근·형강)을 생산합니다.

하류는 압연·가공·도금 공정과 최종 유통입니다. 열간압연으로 후판·형강·철근 등을 생산하고, 냉간압연과 도금 공정을 거쳐 냉연강판·도금강판·컬러강판 등 고부가 제품을 만듭니다. 동국씨엠(동국제강 계열)이 이 냉연·도금·컬러 공정을 담당하며, 특히 컬러강판에서 글로벌 1위의 경쟁력을 보유하고 있습니다.

가치사슬에서 수익 극대화의 핵심은 하류의 고부가 제품 믹스 비율을 높이는 것입니다. 단순 봉형강(철근)은 범용 제품으로 가격 경쟁이 치열하여 마진이 낮은 반면, 자동차용 초고강도강, 에너지용 후판(Oil & Gas, 풍력), 프리미엄 컬러강판 등은 기술 차별화를 통해 높은 부가가치를 창출할 수 있습니다. 동국제강이 고부가 후판과 'DK 그린바' 등 신제품 개발에 주력하는 이유가 여기에 있습니다.

최종 수요처별 비중은 글로벌 기준으로 건설 부문이 약 52%로 가장 크고, 기계·설비 약 15%, 자동차 약 12%, 조선 약 3%, 에너지·파이프 약 5%, 기타(가전·컨테이너 등) 약 13%를 차지합니다. 한국의 경우 건설 비중이 더 높아 약 55~60%에 달하며, 동국제강은 봉형강 중심이기 때문에 건설 의존도가 70%를 넘는 것으로 추정됩니다.

1-5. 중국 과잉생산이라는 구조적 리스크

글로벌 철강 산업이 직면한 가장 근본적인 구조 문제는 중국의 만성적 과잉생산입니다. 중국은 2024년 10.05억 톤을 생산하면서 약 1.1억 톤을 수출했는데, 이는 한국의 연간 총생산량(6,360만 톤)을 크게 상회하는 규모입니다. OECD에 따르면 글로벌 철강 과잉설비 규모는 2025년 6.8억 톤에서 2027년 7.21억 톤으로 더 확대될 전망이며, 이 과잉설비의 대부분이 중국에 집중되어 있습니다.

한국 시장에 대한 영향은 직접적이고 심각합니다. 한국의 철강 수입 비중은 약 31%에 달하며, 수입재 중 중국산이 50% 이상을 차지합니다. 중국산 철강의 국내 시장 점유율은 약 20%까지 확대된 상황이며, 가격 경쟁에서 국내 철강사들을 압박하고 있습니다. POSCO 뉴스룸의 분석에 따르면, 한국 철강 시장은 수입재의 무풍지대가 된 상태이며, 중국·일본·인도 등에서 저가 수입재가 지속적으로 유입되고 있습니다. 이러한 환경에서 국내 내수 시장에서의 수익성 확보가 어려워지면서, 철강사들은 수출 확대와 고부가 제품 전환을 통해 돌파구를 모색하고 있습니다.

동국제강의 입장에서 중국 과잉생산 문제는 양면적입니다. 국내 봉형강 시장에서 중국산 저가 철근의 유입은 직접적 위협이지만, 동시에 동남아·인도 등 신흥국 시장에서 중국산 제품과 경쟁하면서도 품질·납기·기술지원 등 비가격 경쟁력으로 차별화할 수 있는 기회이기도 합니다. 해외영업 담당자는 이 양면성을 이해하고, 각 시장별로 중국산 대비 어떤 가치 제안(Value Proposition)을 할 수 있는지를 고민해야 합니다.

1-6. 지원 전략 관점의 시사점

면접에서 철강 산업의 현황을 물을 때, 단순히 "경기가 어렵다"는 수준의 답변은 차별화가 되지 않습니다. 핵심은 "중국 과잉생산 → 글로벌 보호무역 강화 → 수출 시장 다변화 필요"라는 인과관계의 사슬을 이해하고, 여기

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

에 "전기로 기반의 저탄소 포지셔닝이 CBAM 시대에 새로운 경쟁력이 될 수 있다"는 구조적 해석을 더하는 것입니다. 특히 동국제강이 고로가 아닌 전기로를 운영한다는 사실은 단순한 기술적 차이가 아니라, EU CBAM 환경에서 탄소비용 측면의 가격 경쟁력으로 직결되는 전략적 자산이라는 점을 인식하고 있음을 보여주는 것이 효과적입니다.

2장. 주요 기업 비교 및 동국제강의 포지셔닝

2-1. 한국 철강 산업의 경쟁 구도: 5대 철강사 비교

한국 철강 산업은 명확한 위계 구조를 가지고 있습니다. 최상위에 POSCO홀딩스가 위치하며, 2024년 연결 매출 72.69조 원, 영업이익 2.16조 원을 기록했습니다. WSD(World Steel Dynamics)가 선정한 세계 최고 경쟁력 철강사 1위를 15년 연속 차지하고 있으며, 조강능력 3,860만 톤의 포항·광양 일관제철소를 운영합니다. 자동차강판, 전기강판 등 프리미엄 제품뿐 아니라, 포스코퓨처엠을 통한 2차전지 양극재·음극재 사업, 포스코인터내셔널의 글로벌 트레이딩까지 사업을 다각화한 종합 소재·에너지 그룹입니다. 다만 2024년에는 전년 대비 영업이익이 크게 감소했고, 저수익 106개 프로젝트를 구조조정하여 2.1조 원의 현금을 창출하겠다는 자구계획을 발표했습니다.

현대제철은 2024년 매출 23조 2,261억 원을 기록했으며, 2025년에는 매출이 소폭 감소했지만 영업이익은 2,192억 원으로 전년 대비 37.4% 증가하며 수익성 개선에 성공했습니다. 현대차그룹의 captive 수요(현대·기아자동차에 자동차용 강판 공급)를 기반으로 안정적인 매출 기반을 확보하고 있으며, 이것이 POSCO나 동국제강과 구별되는 가장 큰 구조적 강점입니다. 특히 주목할 것은 미국 루이지애나주에 연 270만 톤 규모의 전기로(EAF) 제철소를 2029년 가동 목표로 건설 중이라는 점입니다. 총 투자비 약 5.4조 원 규모의 이 프로젝트는 미국 50% 관세를 회피하면서 현대차 미국 공장에 직접 공급하기 위한 전략적 투자이며, 한국 철강사의 해외 생산기지 확보 움직임을 대표합니다.

세아제강지주는 2024년 매출 8조 7,478억 원, 영업이익 5,334억 원을 기록했습니다. 에너지용 강관(OCTG: 유정관, 송유관)에 특화된 글로벌 니치 플레이어로, 미주 매출 비중이 36.7%에 달합니다. 미국에 연 130만 톤 규모의 강관 생산기지를 보유하고 있어 Section 232 관세의 직접적 영향이 상대적으로 적으며, 해상풍력 하부 구조물(Monopile) 상업생산을 2025년 개시하면서 신재생에너지 분야로 사업을 확장하고 있습니다. 한국신용평가(KIS)는 세아제강의 신용등급을 AA-로 유지하면서 안정적 전망을 부여했는데, 이는 동종 업계 대비 높은 수준입니다.

KG스틸(구 동부제철)은 냉연·도금강판·컬러강판 시장에서 동국씨엠의 직접적 경쟁사입니다. 2024년 매출 약 3조 원 규모로, 건설·가전용 강판을 주력으로 하고 있습니다. KG그룹 편입 이후 구조조정을 진행하며 수익성 개선을 도모하고 있습니다.

이 5대 철강사의 총 영업이익 추이를 보면, 2022년 8.02조 원에서 2023년 5.23조 원, 2024년 3.10조 원으로 급격히 감소했습니다. 이는 철강 산업 전반의 업황 악화를 반영하며, 특히 건설경기 침체와 중국산 저가 수입재 유입이 복합적으로 작용한 결과입니다.

2-2. 동국제강의 포지셔닝: 전기로 기반 니치 전문기업

이러한 경쟁 구도 속에서 동국제강은 매우 명확한 포지셔닝을 가지고 있습니다. POSCO(종합 일관제철), 현대제철(captive 수요 기반 일관제철), 세아제강(에너지 강관 니치)과 달리, 동국제강은 전기로 기반의 봉형강·후판 전

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

문 기업입니다. 매출 규모(3.5조 원 수준)는 POSCO의 1/20, 현대제철의 1/7에 불과하지만, 특정 제품 영역에서의 전문성과 전기로의 구조적 장점을 활용하는 전략을 취하고 있습니다.

동국제강의 B2B 포지셔닝은 100% 기업간 거래 기반입니다. 최종 소비자(B2C)와 직접 접점이 없으며, 건설사·조선소·기계 제조사·유통상(강재상) 등이 주요 고객입니다. 이는 해외영업 직무의 성격을 규정하는 핵심 요소로, 개인 고객이 아닌 기업 고객(바이어)과의 장기적 관계 구축, 기술 사양 중심의 협상, 대량·장기 공급 계약이 업무의 중심이 됩니다.

포지셔닝을 좀 더 세밀하게 보면, 동국제강은 프리미엄도 아니고 순수 볼륨 플레이어도 아닌, 중간 영역에서 제품 차별화를 모색하는 위치에 있습니다. 봉형강(철근)은 범용 제품으로 가격 경쟁이 치열하여 프리미엄 포지셔닝이 어렵지만, 후판 분야에서는 조선·에너지용 특수 후판으로 차별화할 수 있습니다. 또한 2024년 12월 출시한 'DK그린바'(GFRP 보강근)와 대형 용접형강 'D-메가빔'은 기존 철근·형강 시장의 한계를 넘어서는 고부가 신제품으로, 중장기적으로 제품 포트폴리오를 업그레이드하려는 전략의 일환입니다.

2-3. 동국씨엠(컬러강판)이라는 그룹 차원의 경쟁 무기

동국제강의 경쟁력을 평가할 때 반드시 함께 봐야 하는 것이 계열사 동국씨엠입니다. 2023년 인적분할로 독립한 동국씨엠은 냉연도금강판·컬러강판을 전문으로 하며, 2025년 1월 아주스틸 인수를 완료하면서 글로벌 1위 규모의 컬러강판 기업으로 도약했습니다. 아주스틸 인수 후 국내 컬러강판 시장점유율은 40% 이상으로 1위를 확보했으며, 아주스틸이 보유한 폴란드 공장은 유럽 시장 공략의 생산 거점이 됩니다.

동국씨엠의 핵심 브랜드인 '럭스틸(Luxteel)'은 삼성전자 비스포크, LG전자 오브제 등 프리미엄 가전에 공급되는 고급 컬러강판으로, 일반 건설용 컬러강판 대비 월등한 부가가치를 창출합니다. 동국씨엠의 수출 비중이 70%에 달한다는 점은 해외영업 직무의 관점에서 매우 중요합니다. 동국제강 해외영업 담당자가 직접 동국씨엠 제품을 판매하지는 않더라도, 그룹 시너지 차원에서 해외 네트워크를 공유하거나, 같은 고객사에 봉형강·후판과 컬러강판을 패키지로 제안하는 등의 크로스셀링 기회가 존재합니다. 면접에서 이러한 그룹 전체의 사업 구조와 시너지를 이해하고 있음을 보여주는 것이 차별화 포인트가 될 수 있습니다.

2-4. 최근 6개월의 주요 경쟁사 이슈

2025년 하반기부터 2026년 초까지 경쟁사들의 주요 동향을 살펴보면, 각 기업이 미래 생존을 위해 어떤 방향으로 움직이고 있는지 윤곽이 드러납니다. POSCO홀딩스는 저수익 사업 106개 프로젝트의 구조조정을 단행하여 2.1조 원의 현금을 창출하겠다는 계획을 발표했습니다. 이는 철강 본업의 수익성이 악화된 상황에서 사업 효율성을 극대화하고, 2차전지 소재·친환경 소재 등 미래 사업에 투자 여력을 확보하기 위한 선택입니다. 현대제철은 2025년 연간 영업이익이 2,192억 원으로 전년 대비 37.4% 증가하며 비용 절감 효과를 보았으나, 매출은 소폭 감소했습니다. 매출 감소에도 영업이익이 증가한 것은 원가 관리와 제품 믹스 개선의 결과로, 구조적인 수요 회복이라기보다는 효율화에 의한 것입니다.

세아제강지주는 해상풍력 하부구조물(Monopile) 상업 생산을 개시하면서 에너지 전환(Energy Transition) 시장에서 새로운 매출원을 확보했습니다. 이는 전통적인 Oil & Gas 강관 사업의 변동성을 보완하는 전략적 포트폴리오 다각화입니다. 동국제강 자체로는 2025년 7월 사상 첫 인천공장 셋다운을 단행하고, 2026년 3월에는 수출전략팀 신설과 해외영업 인력 확충을 발표하면서 내수 의존에서 수출 확대로의 전략 전환을 본격화하고 있습니다.

2-5. 면접 활용 포인트: 경쟁사 비교 질문에 대한 전략적 답변

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

"왜 POSCO나 현대제철이 아닌 동국제강인가?"는 면접에서 반드시 나올 수 있는 질문입니다. 이에 대한 전략적 답변 프레임은 다음과 같습니다. POSCO는 조직 규모가 크고 체계적이지만 신입사원이 End-to-End 프로세스를 경험하기 어려운 구조이고, 현대제철은 captive 수요 중심이어서 해외영업의 자율성과 도전성이 상대적으로 제한적입니다. 반면 동국제강은 규모는 작지만, 해외영업 담당자 한 명이 시장조사부터 계약·선적·대금회수까지 전 과정을 책임지는 구조이기 때문에 빠르게 역량을 축적할 수 있다는 논리가 설득력 있습니다. 또한 수출 비중 확대가 회사의 핵심 전략이 된 시점에서 입사하면 조직 내에서의 영향력과 기여도가 상대적으로 클 수 있다는 점도 유효한 포인트입니다.

3장. 동국제강 심층 분석: 위기 속에서 수출이라는 돌파구

3-1. 그룹 구조: 인적분할 이후의 새로운 체제

동국제강그룹은 1954년 장경호 회장이 부산에서 동국제강을 설립한 이래 70년의 역사를 가진 국내 최초의 민간 철강기업입니다. 2023년 6월 기존 동국제강 법인을 인적분할하여 현재의 3사 체제로 재편했습니다. 동국홀딩스(지주회사)가 전략 컨트롤타워를 맡고, 동국제강(열연사업, 봉형강·후판)이 열연 제품 생산·판매를, 동국씨엠(냉연사업)이 냉연도금강판·컬러강판 생산·판매를 담당합니다.

지배구조를 살펴보면, 동국홀딩스가 동국제강과 동국씨엠 지분 각각 약 33.6%를 보유하고 있으며, 오너 일가(장세주 회장 32.54%, 장세욱 부회장 20.94%)가 동국홀딩스 지분 63.08%를 장악하고 있습니다. 동국제강의 대표이사는 최삼영 사장이며, 그룹 총괄 회장은 장세주 회장입니다. 4세 경영 승계도 진행 중으로, 장세주 회장의 장남인 장선익 전무가 동국제강·동국씨엠의 구매실장을 겸직하면서 실무 경험을 쌓고 있습니다.

이 인적분할의 전략적 의미는 각 사업부문의 책임 경영 체제를 강화하고, 사업 특성에 맞는 독립적 경영을 가능하게 하려는 것입니다. 특히 동국씨엠은 분할 후 독자적으로 아주스틸 인수, 글로벌 컬러강판 사업 확장 등을 추진하면서 빠른 의사결정과 공격적 성장 전략을 실행하고 있습니다. 반면 동국제강(열연)은 건설경기 침체라는 구조적 역풍 속에서 비용 절감과 수출 확대라는 방어적 전략에 집중하고 있습니다.

3-2. 사업 구조와 제품별 매출 비중

동국제강의 사업 구조는 크게 봉형강 사업과 후판 사업으로 양분됩니다. 봉형강 사업은 철근(이형봉강)과 형강(H형강·L형강 등)을 생산하며, 전체 매출의 약 78%를 차지합니다. 주요 생산기지는 인천공장(연간 220만 톤, 국내 최대 단일 철근 공장)과 포항공장입니다. 후판 사업은 조선·에너지·산업기계·풍력 등에 사용되는 중후판을 생산하며, 매출의 약 20%를 차지합니다. 당진공장(연간 150만 톤 생산능력)이 주요 생산기지입니다. 나머지 2% 정도가 기타 수익(스틸샵 플랫폼, 부산물 판매 등)으로 구성됩니다.

이 제품 구조의 핵심 리스크는 건설 의존도의 과도한 집중입니다. 봉형강의 최대 수요처가 건설업이기 때문에, 건설경기 침체는 동국제강의 실적에 직격탄이 됩니다. 2025년 3월 전국 철근 판매량이 67만 9천 톤으로 10년 내 최저를 기록한 것은 이 구조적 취약성의 단면입니다. 반면 후판은 조선·에너지 등 비건설 수요처가 있어 상대적으로 안정적이며, 특히 LNG 운반선 발주 증가와 해상풍력 투자 확대는 후판 수요의 긍정적 요인입니다.

해외영업 직무 관점에서 이 제품 구조를 이해하는 것은 매우 중요합니다. 수출 확대 전략은 봉형강과 후판 모두에 적용되지만, 제품별로 수출 시장과 전략이 다릅니다. 봉형강(철근·형강)의 경우 동남아·중동 건설 시장이 주요 타겟이며, 싱가포르 SGBP 인증(코일철근)과 태국 TIS 인증(H형강)을 취득하여 해당 시장 진입 기반을 마련한 상태입니다. 후판의 경우 일본·유럽의 조선소, 중동·동남아의 에너지 프로젝트가 주요 타겟이 됩니다.

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

3-3. 재무 실적 추이: 3년 연속 이익 감소의 현실

동국제강의 최근 재무 실적은 뚜렷한 하락 추세를 보이고 있습니다. 2023년(분할 후 하반기) 실적은 별도 비교가 어렵지만, 2024년 연간으로는 매출 3조 5,275억 원, 영업이익 1,025억 원(영업이익률 2.9%)을 기록했습니다. 2025년에는 매출이 3조 2,034억 원으로 9.2% 감소했고, 영업이익은 594억 원으로 42.1% 급감했습니다. 영업이익률은 1.9%로 하락하여 수익성이 크게 악화되었습니다.

분기별로 살펴보면 추세가 더 우려스럽습니다. 2025년 1분기 영업이익 158억 원, 2분기 283억 원으로 상반기에는 비교적 양호했으나, 3분기 245억 원(전년 동기 대비 14% 증가이나 절대치 소규모), 4분기에는 영업이익 7억 원, 순손실 135억 원을 기록하며 사실상 적자로 전환했습니다. 4분기 실적 급락의 원인은 겨울철 건설 비수기, 스크랩 원가 상승, 전기료 부담 확대가 복합적으로 작용한 것입니다.

이 재무 현실을 해외영업 지원자가 어떻게 해석해야 하는지가 중요합니다. 실적 악화를 부정적으로만 볼 것이 아니라, 바로 이 위기가 수출 확대 전략의 배경이며, 해외영업 인력 채용의 직접적 동기라는 점을 이해해야 합니다. 회사가 어려울 때 수출을 늘리기 위해 인력을 투입한다는 것은, 해외영업이 회사의 생존과 성장에 핵심적인 역할을 한다는 의미입니다. 이 맥락에서 "위기를 기회로 전환하는 데 기여하겠다"는 포부를 설득력 있게 제시하는 것이 전략적입니다.

3-4. 전략 방향: 최삼영 대표의 4대 전략과 수출전략팀 신설

최삼영 대표이사는 2026년 3월 정기주주총회에서 동국제강의 4대 전략 방향을 제시했습니다. 첫째는 판매 포트폴리오 다변화입니다. 건설용 봉형강 중심에서 벗어나 조선·에너지·인프라 등 다양한 수요처로 판매 채널을 확대하고, 고부가 제품(DK그린바, D-메가빔 등) 비중을 높이겠다는 것입니다. 둘째는 통상 대응 고도화입니다. 미국 50% 관세, EU CBAM 등 급변하는 통상 환경에 선제적으로 대응하기 위한 전문 인력과 시스템을 강화하겠다는 것입니다. 셋째는 가동 최적화입니다. 인천공장 셋다운에서 보듯 수요에 맞춰 유연하게 가동률을 조절하여 불필요한 재고와 원가 부담을 줄이겠다는 것입니다. 넷째가 바로 수출 확대로, 수출 비중을 2025년 11%에서 2026년 15%로 끌어올리겠다는 구체적 수치 목표를 설정했습니다.

이를 실행하기 위해 기존 해외영업팀을 '수출전략팀'으로 개편하고, 23명 규모의 수출영업지원TF를 별도로 구성했습니다. 이는 단순한 조직 개편이 아니라, 해외영업의 위상이 회사 내에서 격상되었음을 의미합니다. 신입 해외영업 직원이 이 변화의 시점에 입사하면, 조직의 핵심 전략을 직접 실행하는 역할을 할 수 있다는 점에서 커리어 성장 관점에서도 의미 있는 타이밍입니다.

3-5. 해외법인 및 수출 인프라 현황

동국제강그룹의 해외 네트워크는 7개국에 걸쳐 있습니다. 미국에는 동국인터내셔널(유통법인)이, 일본에는 주식회사 동국(영업법인)이, 멕시코에는 코일센터(가공법인)가, 태국에는 영업법인이, 인도에는 냉연도금재 가공센터가, 파나마에는 DKC S.A.(중남미 거점)가, 베트남에는 인터지스 비나(물류법인)가 운영되고 있습니다. 여기에 아주스틸 인수로 확보한 폴란드 공장이 유럽 생산 거점으로 추가되었습니다.

다만 이 해외법인들의 규모와 역할은 POSCO인터내셔널이나 현대제철의 해외 네트워크와 비교하면 제한적입니다. POSCO인터내셔널은 전 세계 60여 개 법인에서 철강 트레이딩과 E&P(자원개발)를 수행하며 매출이 수십조 원에 달하고, 현대제철은 미국에 연 270만 톤 규모의 EAF 제철소를 건설 중입니다. 동국제강의 해외법인은 대부분 영업·유통·가공 거점으로, 해외 생산기지는 보유하지 않습니다(과거 브라질 CSP 제철소는 2022년 ArcelorMittal에 매각 완료). 이는 해외영업 담당자가 본사에서 생산을 관리하고 수출하는 방식이 주가 된다는

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

것을 의미하며, 현지 법인과의 긴밀한 커뮤니케이션과 물류 관리 역량이 특히 중요해지는 구조입니다.

3-6. 신사업: DK그린바와 스틸샵, 그리고 CVC

동국제강의 신사업 중 가장 주목할 만한 것은 GFRP(유리섬유강화플라스틱) 보강근 'DK그린바'입니다. 기존 철근은 시간이 지나면 부식되어 콘크리트 구조물의 수명을 단축시키는 문제가 있는데, DK그린바는 부식이 전혀 없어 구조물 수명을 획기적으로 연장할 수 있습니다. 또한 기존 철근 대비 중량이 1/4 수준으로 경량이며, 인장강도는 2배 이상입니다. 탄소배출량은 철근 대비 약 35% 수준에 불과하여 친환경 건설소재로서의 가치가 높습니다. 2024년 12월 국토교통부의 설계기준 개정으로 GFRP 보강근의 적용 범위가 넓어졌으며, 2025년 4월 포항 공장에서 초도 출하가 이루어졌습니다. 해외 시장에서도 친환경·고내구성 건설소재에 대한 수요가 증가하고 있어, DK그린바는 해외영업의 새로운 제품 라인업으로 기대됩니다.

'D-메가빔'은 대형 용접형강으로, 기존 열간압연 H형강의 크기 한계를 넘어서는 대형 구조재입니다. 대형 물류센터, 데이터센터, 공장 등 초대형 건축물에 적합하며, 별도의 보강 없이 넓은 공간을 확보할 수 있는 것이 장점입니다.

철강 전자상거래 플랫폼 '스틸샵'은 2024년 기준 고객사 2,472곳, 누적 판매량 31만 6천 톤 규모로 성장했습니다. B2B 전자상거래가 철강 유통에서도 확산되는 추세를 반영하며, 해외 바이어에게도 온라인 채널을 통한 소규모·다품종 주문 기회를 제공할 수 있는 플랫폼입니다.

동국인베스트먼트(CVC)를 통해 675억 원 규모의 벤처펀드를 조성하고 반도체·2차전지·바이오 등 비철강 분야에 투자를 시작한 것은, 철강 본업 의존도를 낮추고 미래 성장동력을 확보하려는 장기적 포석입니다. 다만 아직 초기 단계이며, 단기적 실적 기여는 제한적입니다.

3-7. ESG 전략: '스틸 포 그린(Steel for Green)'

동국제강은 2021년 '스틸 포 그린(Steel for Green)' ESG 전략을 선언하고, 친환경 경영을 핵심 아젠다로 설정했습니다. 구체적 성과로는 국내 유일의 에코아크(Eco-Arc) 전기로 운영(인천공장), 온실가스 배출량 2018년 대비 21% 감축(CO₂ 약 130만 톤 equivalent), 한국 ESG기준원(KCGS) 3년 연속 A등급 획득 등이 있습니다. 에코아크 전기로는 일반 전기로 대비 에너지 효율이 약 10% 높고, 다이옥신 배출이 극히 적은 친환경 공법입니다. EU CBAM 체제에서 탄소배출 원단위가 낮은 제품이 가격 경쟁력을 가진다는 점에서, 이러한 ESG 투자는 해외영업의 세일즈 포인트로 활용할 수 있습니다. 유럽 바이어에게 제품 제안 시 탄소발자국(Carbon Footprint) 데이터를 제시하고, CBAM 적용 시 경쟁사 대비 가격 우위를 강조하는 전략이 가능합니다.

3-8. 리스크 요인의 종합적 평가

동국제강이 직면한 리스크를 종합적으로 정리하면 다음과 같습니다. 시장 리스크로는 건설경기 회복 시점의 불확실성이 가장 크며, 2025년 하반기~2026년에도 주택착공 회복 신호가 뚜렷하지 않습니다. 통상 리스크로는 미국 50% 관세로 인한 대미 수출 제약이 있으며, 현지 생산기지가 없어 POSCO·현대제철 대비 구조적 불리가 존재합니다. 경쟁 리스크로는 중국산 저가 철강의 지속적 유입과, 국내 봉형강 시장에서의 공급과잉(인천공장 섀다운의 배경)이 있습니다. 재무 리스크로는 2024년 페럼타워 재매입에 6,450억 원을 투입하면서 차입금이 증가했고, 투자 여력이 제한적인 상태입니다. 지배구조 리스크로는 장세주 회장의 과거 횡령 전력(2014년 유죄 확정)과, 4세 경영 승계 과정에서의 지배구조 변화 가능성이 있습니다.

3-9. 지원 전략 관점의 시사점

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

동국제강의 현재 상황을 한마디로 요약하면, "철강 본업의 단기 실적은 악화되고 있으나, 수출 확대·고부가 신제품·ESG 등 중장기 전략의 방향성은 명확하다"입니다. 면접에서 회사의 재무 실적 악화에 대한 질문이 나올 경우, 건설경기 의존도 70%라는 구조적 원인을 분석하고, 이에 대한 회사의 대응(수출 비중 15% 목표, 수출전략팀 신설, DK그린바 등 고부가 제품 개발)을 구체적으로 언급한 뒤, 해외영업 직무가 이 전략 전환의 핵심 실행 주체라는 점을 연결하는 것이 효과적입니다.

4장. 인재상·조직 문화·도메인 선호 인재 특성

4-1. 동국제강의 공식 핵심가치와 경영이념

동국제강의 공식 핵심가치는 변화(Change), 열정(Passion), 소통(Communication), 몰입(Commitment), 협력(Collaboration)의 5가지입니다. 이 5개 키워드는 자기소개서 문항에 직접 반영되어, 지원자에게 "5개 중 1개를 선택해 자신의 경험과 연결하여 표현하라"는 식으로 요구합니다. 따라서 이 키워드 각각의 의미를 표면적으로만 이해하는 것이 아니라, 해외영업 직무의 맥락에서 어떻게 해석되는지를 깊이 있게 고민해야 합니다.

'변화'는 급변하는 글로벌 통상 환경(미국 관세 50%, EU CBAM, 중국 과잉생산)에 유연하게 대응하는 역량과 직결됩니다. 해외영업은 환율, 관세, 바이어의 요구, 경쟁사의 움직임 등이 매일 바뀌는 환경에서 일하기 때문에, 변화에 대한 적응력과 선제적 대응 능력이 핵심입니다. '열정'은 철강이라는 전통 산업에서 새로운 시장과 고객을 개척하는 데 필요한 드라이브이며, 장기 출장과 까다로운 협상 과정을 견디는 에너지원입니다. '소통'은 해외 바이어와의 크로스컬처 커뮤니케이션과 내부 유관부서(생산·품질·물류·재무)와의 조율 역량을 의미합니다. '몰입'은 수십 개의 프로젝트를 동시에 관리하면서도 각각에 충분한 주의를 기울이는 집중력과 책임감입니다. '협력'은 혼자서는 어떤 거래도 완결할 수 없는 B2B 영업의 본질, 즉 생산·품질·물류·재무 등 내부 조직과의 원활한 팀워크를 가리킵니다.

경영이념으로는 1977년 장상태 회장(창업 2세)이 제정한 문화발전·인재양성·우수한 품질·기술혁신·사회환원의 5대 강령이 있으며, 경영방침으로 윤리경영·책임경영·스피드경영·인재경영·미래경영을 표방합니다. 특히 '스피드경영'은 해외영업 직무에서 자주 언급되는 키워드로, 글로벌 시장에서의 빠른 의사결정과 실행력을 강조하는 조직 문화를 반영합니다.

4-2. 조직 문화의 실제: 공식 메시지와 현장의 괴리

동국제강의 조직 문화를 이해하기 위해서는 공식 발표 자료뿐 아니라, 직장인 리뷰·합격 후기·보도자료 등 다양한 채널의 정보를 종합해야 합니다. 가장 두드러진 특징은 31년간 무분규의 안정적 노사관계입니다. 이는 철강업계에서 매우 이례적인 기록으로, 조직 내 갈등 관리와 소통 문화가 상대적으로 잘 작동하고 있음을 시사합니다.

2025년에는 여성가족부(현 성평등가족부)로부터 '가족친화기업' 인증을 재획득했으며, 이는 동국제강그룹 분할 이후 첫 인증입니다. 구체적인 복리후생으로는 입학돌봄휴가(자녀 입학 시 최대 5일), 리프레시 제도(보직 3년차 팀장에게 5일 휴가와 휴가비 지원), 자기개발비 지원, 경조사 지원 등이 있습니다. 또한 유연근무제와 워라밸(Work-Life Balance)을 강조하는 메시지가 채용 페이지에서 확인됩니다.

잡플래닛 기준 평점은 약 3.3점(313건 리뷰)으로, 철강업계 평균 수준입니다. 주목할 점은 성장가능성에 대한 긍정 평가가 2015년 10.53%에서 2021년 52.94%로 수직 상승했다는 것입니다. 이는 인적분할과 신사업 추진 등 변화의 움직임에 대해 내부 직원들이 긍정적으로 평가하기 시작했음을 의미합니다. 합격 후기에서는 면접

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

분위기가 대체로 편안하고 대화하듯 진행된다는 평가가 다수이며, 전공 지식에 대한 깊이 있는 질문이 8~9개 수준으로 출제된다는 정보도 있습니다.

다만 전통적인 제조업 조직의 특성도 분명히 존재합니다. 위계적 조직 구조, 상대적으로 보수적인 의사결정 프로세스, 제조 현장 중심의 문화 등은 IT·스타트업 출신 지원자에게는 적응이 필요한 부분일 수 있습니다. 그러나 해외영업 직무의 경우 본사 사무직으로, 현장 근무보다는 글로벌 비즈니스 환경에서 독립적으로 업무를 수행하는 특성이 있어, 조직 문화의 영향이 상대적으로 제한적일 수 있습니다.

4-3. 채용 프로세스와 면접 형식의 특성

동국제강의 채용 프로세스는 서류전형 → 1DAY 면접(에세이+적성검사+심층면접) → 최종합격의 구조로 진행됩니다. 1DAY 면접은 하루에 모든 전형을 집중 실시하는 형태로, 에세이 작성, IQ 유사 적성검사, 다대일 심층면접(약 40분)을 순차적으로 진행합니다. 면접은 다수의 면접관이 한 명의 지원자를 평가하는 형식이며, 전공 관련 질문이 상당히 깊이 있게 출제됩니다.

해외영업 직무의 경우 무역 관련 기본 지식(인코텀즈, LC, B/L 등), 철강 산업에 대한 이해, 외국어 능력(특히 영어, 그리고 일본어·중국어·러시아어 등 제2외국어), 해외 경험 등이 주요 평가 포인트가 될 것으로 예상됩니다. 채용공고에서 "향후 인도 등 해외법인 근무 가능자"를 우대사항으로 명시하고 있어, 해외 파견에 대한 의지와 준비를 보여주는 것이 중요합니다.

4-4. 해외영업 도메인이 선호하는 인재의 공통 특성

철강 해외영업 현직자들의 인터뷰와 업계 전문가의 분석을 종합하면, 이 직무에서 성과를 내는 사람들의 공통된 역량·사고방식·행동 패턴이 명확하게 수렴합니다.

첫째, 스피드와 센스가 가장 핵심적인 역량입니다. 효성티앤씨 철강1PU 해외영업 현직자는 "영업은 스피드, 상대방이 원하는 것을 잘나에 캐치하고 판단하는 센스"가 가장 중요하다고 강조합니다. 글로벌 철강 시장에서는 가격이 시시각각 변하고, 바이어의 요구도 빠르게 변합니다. 이러한 환경에서 정보를 빠르게 수집하고, 상황을 정확히 판단하여 적시에 의사결정을 내리는 능력이 성과를 좌우합니다. 이는 동국제강의 '스피드경영' 방침과도 일맥상통하며, 면접에서 빠른 판단력과 실행력을 보여주는 경험 사례를 준비하는 것이 효과적입니다.

둘째, 꼼꼼한 멀티태스킹 능력이 필수적입니다. 포스코인터내셔널 철강본부 현직자는 "직원 한 명이 하나의 사업 자처럼 거래의 시작부터 끝까지 전 과정을 책임 관리한다"고 설명합니다. 해외영업 담당자는 동시에 수십 개의 프로젝트를 관리하면서, 매일 바뀌는 선적 스케줄, 가격 변동, 바이어 요청, 내부 생산 일정 등을 정리하고 우선 순위를 매겨야 합니다. 단순히 빠르기만 한 것이 아니라, 정확하고 꼼꼼하게 처리하는 것이 핵심입니다. "기술적인 부분은 절대 OK라고 단정 짓고 넘어가지 않고 두 번, 세 번 확인한다"는 현직자의 교훈은 이 맥락에서 중요합니다.

셋째, 신뢰 기반의 관계 구축력이 장기적 성과를 결정합니다. B2B 영업에서 한 번의 거래가 아닌 장기적 파트너십을 구축하는 것이 핵심이며, 이를 위해서는 성실함, 적극성, 사교성, 끈기가 종합적으로 필요합니다. 해외 바이어는 한국의 여러 철강사 중 왜 동국제강을 선택해야 하는지에 대한 답을 담당자 개인의 신뢰도에서 찾는 경우가 많습니다. 약속한 납기를 지키고, 품질 문제에 신속히 대응하며, 시장 정보를 공유하는 등의 일상적 행동이 장기적으로 관계를 강화합니다. 이는 동국제강의 핵심가치 중 '소통'과 '협력'에 정확히 대응합니다.

넷째, 담당 시장에 대한 전문가 수준의 이해가 기대됩니다. 단순히 철강 제품 지식만으로는 부족하며, 담당 국가의 인구, 국민소득, 경제성장률, 정치변동, 종교, 소비성향, 건설 및 인프라 투자 트렌드까지 파악하는 수준이 요

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

구됩니다. 예를 들어 인도 시장을 담당한다면, 인도의 'Make in India' 정책, 인프라 투자 계획(NIP: National Infrastructure Pipeline), 주요 건설 프로젝트, 철강 수입 규제, BIS 인증 요건 등을 숙지해야 합니다. 이러한 시장 전문성은 하루아침에 갖춰지는 것이 아니므로, 입사 전부터 관심 시장에 대한 기본적인 공부를 시작하는 것이 좋습니다.

다섯째, 기술적 전문성 외에 조직 내에서 높이 평가받는 소프트스킬과 업무 태도가 있습니다. 가장 중요한 것은 내부 이해관계자 조율 능력입니다. "영업 혼자 처리할 수 있는 일은 거의 없으며, 관련 타부서 사람들의 협조와 동의를 얼마나 잘 얻어내느냐에 따라 회사 생활이 결정된다"는 현직자의 증언은 이 점을 명확히 보여줍니다. 생산부서에 긴급 납기를 요청하고, 품질관리팀에 클레임 대응을 조율하고, 재무팀에 LC 네고를 의뢰하는 등 매일의 업무가 내부 협업으로 이루어집니다. 이 과정에서 무조건 밀어붙이는 것이 아니라, 상대방의 입장을 이해하면 서로 고객의 요구를 관철시키는 균형 감각이 필요합니다.

또한 체력과 회복 탄력성도 간과할 수 없는 요소입니다. 해외영업은 분기 1회 이상의 해외 출장, 시차에 따른 불규칙한 업무 시간, 바이어와의 회식-접대 등 체력적 부담이 큰 직무입니다. 장기 출장에서의 컨디션 관리, 클레임 발생 시 심리적 압박 극복, 목표 미달 시 좌절하지 않고 다시 도전하는 회복 탄력성이 장기적 커리어에 결정적 영향을 미칩니다.

4-5. 동국제강 해외영업 채용의 구체적 우대사항

이번 2026년 채용공고에서 해외영업 직무의 우대사항을 살펴보면, 영어 능통자가 기본이고, 일본어·중국어·러시아어 가능자가 추가 우대됩니다. 이는 동국제강의 주요 수출 시장과 해외법인 위치를 반영합니다. 일본에는 주식회사 동국이, 동남아·인도에는 각각 법인이 있어 다양한 언어 능력이 현장에서 직접적으로 활용됩니다. 특히 "향후 인도 등 해외법인 근무 가능자"가 명시적으로 언급되어 있는 점은 매우 중요합니다. 동국제강이 인도에 냉연도금재 가공센터를 운영하고 있고, 인도가 글로벌 철강 수요 성장의 핵심 시장(연 9% 성장 전망)이라는 점에서, 인도 파견은 회사의 핵심 전략 실행과 직결됩니다. 면접에서 인도 시장에 대한 기본적인 이해와 해외 장기 체류에 대한 적극적 의지를 보여주는 것이 차별화에 효과적입니다.

4-6. 면접 활용 포인트: 핵심가치 연결 전략

자기소개서에서 5가지 핵심가치 중 하나를 선택해야 한다면, 해외영업 직무에 가장 직결되는 것은 '소통'과 '변화'입니다. '소통'은 해외 바이어와의 이문화 커뮤니케이션, 내부 유관부서와의 조율, 해외법인과 협업 등 해외영업의 일상 업무 자체가 소통의 연속이기 때문입니다. '변화'는 미국 50% 관세, EU CBAM, 중국 과잉생산, 환율 변동 등 급변하는 통상 환경에서 유연하게 대응해야 하는 직무 특성과 부합합니다. 이 키워드를 선택한 뒤, 대학 시절이나 인턴 경험에서 다양한 배경의 사람들과 협업했거나, 예상치 못한 변화에 빠르게 적응하여 성과를 낸 구체적 사례를 연결하는 것이 전략적입니다.

5장. 직무 분석: 철강 해외영업의 실체와 워크플로우

5-1. 해외영업 직무의 본질: End-to-End 프로세스 관리자

철강 해외영업은 단순히 제품을 외국에 파는 일이 아닙니다. 시장조사에서 바이어 발굴, 견적 산출, 가격 협상, 계약 체결, 생산 의뢰, 품질관리 확인, 선적 수배, 무역 서류 작성, 통관, 대금 회수까지 거래의 전 과정(End-to-End Process)을 한 명의 담당자가 일관적으로 책임 관리하는 B2B 영업 직무입니다. 이는 소비자 B2C 영업과는 근본적으로 다른 구조이며, 담당자 한 명이 사실상 독립적인 사업자처럼 자신의 거래를 운영한다는 점에서

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

매우 높은 수준의 자율성과 책임감이 동시에 요구됩니다.

동국제강의 해외영업은 특히 '수출 직접 영업' 형태가 주가 됩니다. POSCO인터내셔널처럼 별도의 종합상사가 수출을 대행하는 구조가 아니라, 동국제강 본사의 해외영업(수출전략)팀이 직접 해외 바이어를 발굴하고 계약하며 수출하는 방식입니다. 이는 담당자가 처음부터 끝까지 모든 과정을 경험할 수 있다는 점에서 학습 기회가 크지만, 동시에 업무 강도와 책임이 그만큼 높다는 의미이기도 합니다.

5-2. 하루·한 달·1년 단위의 업무 리듬

해외영업 담당자의 일일 업무는 시차를 고려한 리듬으로 구성됩니다. 오전 9시 출근 즉시 야간에 수신된 해외 바이어의 이메일을 확인합니다. 특히 미주·유럽 바이어의 경우 시차로 인해 밤사이 대량의 메일이 쌓여 있는 것이 일반적입니다. 동시에 당일 환율(원/달러, 원/엔 등)을 확인하고, 주요 원자재(스크랩, 철광석) 가격 동향을 체크합니다. 이 정보들은 견적 산출과 가격 협상의 기초 데이터이기 때문입니다.

오전 10시~12시에는 긴급 업무를 처리합니다. 선적 서류(B/L, Invoice, Packing List 등) 확인 및 발행, 생산부서와의 납기 조율, 품질 클레임 발생 시 대응 등이 이 시간대에 집중됩니다. 점심 이후 오후 1시~4시에는 거래처 미팅이나 외근이 이어집니다. 국내에 있는 해외 바이어 대리인(에이전트)이나 포워더(운송 주선업체)와의 미팅, 내부 회의(영업전략 회의, 생산계획 미팅 등)가 주로 이 시간에 진행됩니다. 오후 4시 이후에는 유럽 바이어와의 실시간 커뮤니케이션이 가능해지는 시간대로, 가격 협상이나 계약 조건 조율 등 핵심 업무가 집중될 수 있습니다.

월간 업무로는 전월 판매 실적 정리와 익월 판매 계획 수립, 시장 동향 리포트 작성(담당 지역의 경제 상황, 경쟁사 동향, 가격 변동 등), 기존 고객 관계 유지를 위한 정기 미팅(전화·화상·대면)이 반복됩니다. 분기별로는 영업 전략 리뷰, 예산 대비 실적 분석, 수출 목표 조정이 이루어집니다.

연간 업무로는 차년도 영업 전략 수립(목표 시장, 타겟 고객, 판매 목표, 가격 전략 등), 해외 전시회 참가(분기 1회 이상 출장이 일반적), 장기 공급 계약(Annual Contract) 갱신 협상, 신규 시장·제품의 인증 취득(예: 싱가포르 SGBP, 태국 TIS 등) 등이 핵심입니다. 특히 장기 공급 계약 갱신은 연간 수억~수십억 원 규모의 매출이 걸려 있어, 가장 중요한 연간 업무 중 하나입니다.

5-3. 내부·외부 이해관계자 맵

해외영업 담당자가 일상적으로 상호작용하는 이해관계자는 내부와 외부로 양분됩니다. 내부 이해관계자로는 먼저 생산부서가 있습니다. 수주 후 생산 일정을 요청하고, 납기를 조율하며, 긴급 주문 시 가동 스케줄 조정을 의뢰합니다. 인천·포항·당진 각 공장의 생산관리팀과 직접 소통하며, 이 과정에서 생산부서의 현실적 제약(설비 점검, 원재료 수급, 가동률 등)을 이해하면서도 고객 납기를 맞추기 위한 협상력이 필요합니다.

품질관리(QC)팀은 제품의 기술 사양 충족 여부를 확인하고, 해외 바이어의 품질 요구사항에 대한 기술적 자문을 제공합니다. 품질 클레임 발생 시 QC팀과 협력하여 원인을 분석하고 대응책을 마련합니다. 물류팀(또는 수출관리팀)은 선적 스케줄 수배, 컨테이너·벌크 선박 예약, 통관 서류 준비, 운송 비용 산출 등을 담당합니다. 재무(경리)팀은 수출대금 회수, 신용장(LC) 네고, 환차손 관리, 바이어 신용 평가 등을 지원합니다. 연구소(기술연구원)는 바이어의 특수 요구사항에 대한 기술 솔루션을 개발하거나, 신제품(DK그린바 등)의 해외 시장 적합성을 검토합니다. 경영진(팀장·임원)은 주요 거래의 가격 최종 승인, 전략적 파트너십 결정, 대형 프로젝트 수주 관련 의사결정을 담당합니다.

외부 이해관계자로는 해외 바이어(트레이딩 컴퍼니, End User, 유통상, 프로젝트 바이어), 에이전트·대리점(현지

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

시장 정보 제공, 바이어 발굴, 거래 중개), 선사·포워더(운송 수배, 운임 협상), 관세사(통관·원산지 증명·FTA 활용), 은행(LC 개설·네고, 수출금융), 해외법인(현지 시장 정보, 고객 관리 지원), 보험사(적하보험, 수출보험) 등이 있습니다.

이 복잡한 이해관계자 네트워크를 효과적으로 관리하는 것이 해외영업 담당자의 핵심 역할이며, 어느 한 쪽과의 소통이 원활하지 않으면 전체 거래가 지연되거나 문제가 발생할 수 있습니다. 따라서 '소통'과 '협력'이라는 동국제강의 핵심가치가 해외영업 직무에서 가장 실질적으로 작동하는 것입니다.

5-4. 필요 역량의 세 층위

해외영업에 필요한 역량은 기술 지식(Technical Knowledge), 하드 스킬(Hard Skill), 소프트 스킬(Soft Skill)의 세 층위로 구분할 수 있습니다.

기술 지식은 철강 업계에서 일하기 위한 기본 소양입니다. 먼저 철강 제품별 규격·성분·용도에 대한 이해가 필수적입니다. 봉형강의 경우 SD300, SD400, SD500 등 항복강도별 분류, D10~D32 등 직경별 분류, 코일철근과 직선철근의 용도 차이 등을 알아야 합니다. 후판의 경우 SM490, SM520 등 규격별 차이, 조선·구조·압력용기·풍력 등 용처별 요구사항의 차이, 두께·폭·길이 제원이 가격에 미치는 영향 등을 이해해야 합니다. 또한 제강→연주→압연→(도금) 공정의 기본 흐름을 이해하면 바이어의 기술 문의에 대응할 수 있으며, 생산부서와의 소통도 원활해집니다. 인코텀즈(Incoterms 2020)는 국제무역의 공통 언어로, FOB(본선인도), CIF(운임보험료포함인도), CFR(운임포함인도) 등 각 조건에서 매도인과 매수인의 비용·위험 부담 범위를 정확히 알아야 합니다.

하드 스킬로는 먼저 무역 서류 실무가 있습니다. 신용장(L/C) 개설·수정·네고 절차, 선하증권(B/L) 확인, 상업송장(Commercial Invoice)·포장명세서(Packing List) 작성, 원산지증명서(C/O) 발급 등 수출입 실무 전반에 대한 이해가 필요합니다. 원가 분석 기반의 견적 산출도 핵심 하드 스킬입니다. 스크랩 원가, 전기료, 합금철 비용, 인건비, 운송비, 마진 등을 종합하여 FOB/CIF 가격을 산출하고, 환율 변동과 관세를 감안한 경쟁력 있는 가격을 제시해야 합니다. 계약 협상에서는 가격뿐 아니라 납기, 품질 보증, 클레임 처리 조건, 결제 방식(L/C, T/T, D/A 등), 불가항력 조항 등 다양한 조건을 협의합니다. 시장 분석 능력으로는 담당 지역의 건설 투자 동향, 인프라 프로젝트, 경쟁사 가격, 환율 전망 등을 종합하여 영업 전략을 수립하는 역량이 요구됩니다. ERP/CRM 시스템 운영은 수주·재고·선적·대금 등 업무 정보를 체계적으로 관리하는 데 필수적입니다.

소프트 스킬 중에서는 이문화 커뮤니케이션(Cross-cultural Communication) 능력이 가장 강조됩니다. 현지자의 증언에 따르면, "나라의 고유문화나 고객의 성향에 맞춰 유연하게 대처"하는 능력이 핵심입니다. 예를 들어 일본 바이어는 정확한 사양서와 면밀한 품질 관리를 중시하고, 동남아 바이어는 관계 기반의 친밀한 소통을 선호하며, 유럽 바이어는 논리적이고 체계적인 제안을 기대합니다. 각 문화권의 비즈니스 에티켓, 의사결정 방식, 소통 스타일을 이해하고 적응하는 것이 중요합니다. 비즈니스 영어 커뮤니케이션에서는 구어 회화보다 이메일 작문 능력이 더 중요한 경우가 많습니다. 계약 조건, 기술 사양, 가격 변동 사유 등을 명확하고 정확하게 서면으로 전달하는 능력이 분쟁 예방과 신뢰 구축의 핵심입니다. 문제 해결력(Problem Solving)은 품질 클레임, 선적 지연, 환율 급변, 통상 규제 변경 등 예상치 못한 상황에서 빠르게 대안을 모색하고 실행하는 역량입니다.

5-5. 성과지표(KPI)와 평가 포인트

해외영업의 성과는 다양한 정량·정성 지표로 평가됩니다. 가장 기본적인 정량 지표는 매출액·수주액 목표 달성을입니다. 연초에 설정된 지역별·제품별 판매 목표 대비 실제 달성 비율이 핵심 평가 기준입니다. 거래 건별 마진율(수익성)도 중요한데, 단순히 많이 파는 것이 아니라 적절한 마진을 확보하면서 판매하는 것이 중요합니다. 무조건 가격을 낮춰 물량을 늘리는 것은 바람직하지 않으며, 원가 대비 적정 마진을 확보하면서 바이어를 설득하

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

는 것이 역량입니다.

신규 고객 개발 건수는 기존 고객 유지와 더불어 성장의 핵심입니다. 특히 동국제강이 수출 비중 확대를 추진하는 현 시점에서 신규 시장·신규 바이어 개발은 최우선 KPI가 될 것입니다. 기존 고객 유지율(Retention Rate)은 장기적 관계 관리의 성과를 나타내며, B2B 영업에서 신규 고객 획득 비용이 기존 고객 유지 비용의 5~7배에 달한다는 점에서 매우 중요합니다. 대금 회수율은 수출 대금이 약정된 기한 내에 정상적으로 회수되었는지를 나타내며, 미수금 관리와 바이어 신용 평가 역량과 연결됩니다. 납기 준수율은 약속한 납기 내에 제품이 선적·도착되었는지를 측정하며, 생산·물류 부서와의 협업 역량을 반영합니다. 클레임 발생률과 처리 속도는 품질 관리와 고객 만족도의 지표입니다.

B2B 영업의 특성상 세일즈 사이클이 길어, 첫 접촉에서 계약 체결까지 4개월 이상 걸리는 경우가 74.6%에 달합니다. 따라서 단기 실적뿐 아니라 파이프라인(진행 중인 잠재 거래)의 규모와 진척도를 체계적으로 관리하는 것이 중요하며, 이것이 중장기적 KPI 달성의 선행 지표가 됩니다.

5-6. 제품·지역별 영업 특성의 차이

철강 해외영업이라 하더라도 제품과 지역에 따라 영업의 성격이 상당히 달라집니다. 동국제강의 주력 수출 제품인 봉형강(철근·형강)의 경우, 건설 시장의 성장세가 강한 동남아·인도·중동이 주요 타깃 시장입니다. 이 시장에서는 가격 경쟁력이 가장 중요한 구매 결정 요인이며, 중국산 저가 제품과의 차별화를 위해 품질 안정성, 납기 신뢰도, 현지 인증(SGBP, TIS, BIS 등) 보유 여부가 핵심 세일즈 포인트가 됩니다. 거래 규모는 건당 수백~수천 톤 수준이며, 건설 프로젝트의 일정에 맞춰 분할 납품하는 형태가 일반적입니다.

후판의 경우 수요처가 더 특수합니다. 조선소(LNG 운반선·벌크선 등), 에너지 기업(Oil & Gas 프로젝트, 풍력발전 타워), 산업기계 제조사 등이 주요 고객이며, 기술 사양이 매우 까다롭습니다. 바이어가 요구하는 화학성분, 기계적 성질(인장강도·항복강도·충격치), 두께·폭·길이 제원, 열처리 조건 등을 정확히 이해하고, 이를 내부 생산·품질팀에 전달하여 맞춤 생산을 의뢰해야 합니다. 후판 영업은 기술 영업(Technical Sales)의 성격이 강하며, 제품 지식의 깊이가 차별화의 핵심입니다.

지역별로는 유럽이 가장 까다로운 시장으로 꼽힙니다. 품질 요구 수준이 높고, CBAM 규제 대응이 필요하며, 가격 협상도 치열합니다. 반면 기술력과 ESG 역량을 인정받으면 프리미엄 가격을 받을 수 있는 시장이기도 합니다. 일본은 자국어 소통을 강하게 선호하는 시장으로, 일본어 능력이 큰 자산이 됩니다. 품질에 대한 기준이 매우 높고, 장기적 거래 관계를 중시하는 문화입니다. 동남아는 관계 기반 영업이 중요한 시장으로, 현지 에이전트와의 파트너십이 성공의 열쇠입니다. 인도는 급속한 인프라 투자로 수요가 폭발적으로 증가하고 있으나, 가격 경쟁이 치열하고 결제 리스크(대금 회수 지연)도 상대적으로 큰 시장입니다.

5-7. 대표 업무 시나리오: 동남아 신규 시장 개척

동국제강 해외영업 신입사원이 동남아 시장 개척 프로젝트에 투입되는 시나리오를 구체적으로 그려보겠습니다.

1단계(시장 조사, 1~2개월): 태국 건설 시장의 H형강 수요를 분석합니다. 태국 정부의 인프라 투자 계획(고속철도, 수자원 관리 시설 등), 연간 H형강 소비량, 주요 공급업체(중국·일본·인도 제품의 시장점유율), 수입 관세 및 인증 요건 등을 조사합니다. 동국제강이 이미 태국 TIS 인증을 취득한 상태이므로, 이를 세일즈 포인트로 활용할 계획을 수립합니다.

2단계(바이어 발굴, 2~3개월): 태국 현지 건설자재 전시회(예: Architect Expo) 참가 또는 온라인 B2B 플랫폼을 통해 잠재 바이어 리스트를 작성합니다. 태국 법인 또는 현지 에이전트를 통해 바이어의 신용도, 구매 규모,

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

기존 공급선 등 기본 정보를 파악합니다. 관심을 보이는 바이어에게 회사 소개서와 제품 카탈로그(TIS 인증서 포함)를 발송합니다.

3단계(샘플 제공 및 기술 협의, 1~2개월): 바이어의 요청에 따라 H형강 샘플을 발송하고, 밀시트(Mill Test Certificate) 등 품질 서류를 제공합니다. 바이어의 기술 사양(규격, 화학성분, 기계적 성질, 표면 품질 등)을 확인하고, 내부 품질관리팀에 충족 가능 여부를 검토 의뢰합니다.

4단계(견적·가격 협상, 1~2개월): FOB 또는 CIF 기준의 견적을 산출합니다. 스크랩 원가, 전기료, 합금철 비용, 운임(한국~태국 해상운송), 보험료, 관세 등을 종합하여 경쟁력 있는 가격을 제시합니다. 바이어와 수차례 가격 협상을 거쳐 최종 가격, 수량, 납기, 결제 조건(L/C 또는 T/T), 클레임 처리 조건 등을 합의합니다.

5단계(계약 체결 및 생산 의뢰): Sales Contract를 체결하고, 포항공장에 해당 규격·수량의 H형강 생산을 의뢰합니다. 생산 일정과 선적 스케줄을 조율하고, 바이어에게 예상 선적일을 통보합니다.

6단계(선적·통관·대금회수): 생산 완료 후 물류팀과 협력하여 선적을 수배합니다. B/L, Invoice, Packing List, C/O(원산지증명서) 등 선적 서류를 작성·확인하고, 바이어에게 발송합니다. L/C 조건인 경우 네고은행에 서류를 제출하여 대금을 회수합니다. 선적 후에도 바이어의 수령 확인, 품질 이상 여부 확인 등 사후 관리를 지속합니다.

이 과정에서 품질 클레임이 발생하면, 즉시 내부 품질팀과 원인을 분석합니다. 예를 들어 H형강의 치수 공차가 바이어 요구를 벗어난 경우, 밀시트 데이터와 실측 데이터를 비교하여 공정상의 원인을 파악하고, 바이어에게 신속한 상황 설명과 대응 방안(대체 납품, 가격 할인, 향후 납품분에서의 보상 등)을 제시합니다. 이 대응의 속도와 성의가 장기적 신뢰 관계를 좌우합니다.

5-8. 커리어 패스와 성장 경로

해외영업의 커리어 패스는 대체로 다음과 같은 경로를 따릅니다. 신입(사원, 1~2년)에서는 선배 업무 보조와 전체 프로세스 학습이 중심입니다. 무역 서류 작성, 선적 스케줄 관리, 바이어 이메일 대응 보조, 시장 자료 조사 등 기초 업무를 수행하면서 업무 프로세스와 제품 지식을 습득합니다. 다만 "연차보다는 맡게 되는 업무(담당 지역)가 중요하며, 신입사원 때부터 바로 실무에 투입되어 1인분을 해야 한다"는 업계 특성을 인지할 필요가 있습니다. 특히 동국제강처럼 규모가 크지 않은 조직에서는 신입도 빠르게 독립적인 역할을 부여받을 수 있습니다.

주니어(대리, 3~5년)에서는 담당 지역·고객을 독립적으로 운영합니다. 자신만의 바이어 포트폴리오를 관리하고, 견적부터 대금회수까지 전 과정을 독자적으로 수행합니다. 이 단계에서 영업 실적(매출·마진)이 본격적으로 평가되기 시작하며, 해외 출장도 빈번해집니다.

시니어(과장~차장, 6~10년)에서는 대형 고객·프로젝트를 관리하고, 담당 시장의 전략을 수립합니다. 후배 육성의 역할도 맡게 되며, 신규 시장 개척이나 신제품 런칭 등 전략적 프로젝트를 리드합니다. 해외법인 파견 근무가 이 시기에 이루어지는 경우가 많습니다.

매니저(부장~임원, 10년 이상)에서는 팀·사업부를 총괄하며, 영업 전략 수립, 주요 거래 의사결정, 경영진 보고, 대외 네트워크 관리 등을 담당합니다. 해외영업 임원은 회사 전체의 수출 전략을 좌우하는 핵심 의사결정자입니다.

5-9. 지원 전략 관점의 최종 시사점

이 리포트의 분석에서 도출되는 핵심 시사점은 네 가지로 수렴합니다.

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

첫째, 동국제강의 수출 확대 전략이 해외영업 채용의 직접적 배경이라는 점을 면접에서 명확히 인식하고 있음을 보여야 합니다. 건설경기 침체로 봉형강 내수가 구조적으로 위축되는 상황에서, 수출전략팀 신설과 수출영업지원 TF 가동은 단순한 조직 개편이 아니라 생존 전략입니다. 싱가포르-태국 인증 취득을 통한 동남아 시장 확대, 인도 법인 활용, 폴란드 공장(아주스틸)을 통한 유럽 거점 확보 등 구체적 실행 계획을 파악하고, 자신이 이 전략에 어떻게 기여할 수 있는지를 설득력 있게 제시해야 합니다.

둘째, 동국제강의 차별화된 포지셔닝을 긍정적으로 해석하는 시각이 필요합니다. POSCO·현대제철 대비 규모 열세는 사실이지만, 전기로 기반의 친환경 포지셔닝(EU CBAM 대응 유리), 니치 제품 전문성(DK그린바-D-메가빔 등 고부가 신제품), 그리고 동국씨엠의 글로벌 컬러강판 1위라는 그룹 시너지는 분명한 강점입니다. "작지만 전문적인 기업에서 End-to-End 프로세스를 배우고 싶다"는 맥락이 설득력을 가질 수 있습니다.

셋째, 핵심가치 5가지(변화·열정·소통·몰입·협력) 중 '소통'과 '변화'가 해외영업 직무에 가장 직결됩니다. 해외영업의 본질이 내부 유관부서 조율과 외부 바이어 커뮤니케이션이며, 미국 50% 관세-EU CBAM-중국 과잉생산 등 급변하는 통상 환경에 유연하게 대응해야 한다는 점에서, 이 두 키워드를 자기소개서와 면접에서 구체적 경험과 연결하는 것이 전략적입니다.

넷째, 인도 법인 근무 가능성이 명시되어 있으므로, 해외 파견에 대한 적극적 의지와 이문화 적응 경험을 어필하는 것이 차별화에 효과적입니다. 인도가 글로벌 철강 수요 성장의 핵심 시장(연 9% 성장)이라는 산업적 맥락과, 동국제강이 인도에 냉연도금재 가공센터를 운영하고 있다는 회사 전략을 연결하여, "인도 시장 개척에 기여하고 싶다"는 구체적 포부를 제시하는 것이 효과적입니다.

참고 레퍼런스 (References)

- World Steel Association — 글로벌 조강 생산량 통계 (2024, 2025)** — <https://worldsteel.org/media/press-releases/2025/december-2024-crude-steel-production-and-2024-global-totals/> / <https://worldsteel.org/media/press-releases/2026/december-2025-crude-steel-production-2025-global-crude-steel-production/>
- World Steel Association — Short Range Outlook (October 2025)** — <https://worldsteel.org/media/press-releases/2025/worldsteel-short-range-outlook-october-2025/>
- White & Case LLP — Section 232 관세 50% 인상 분석** — <https://www.whitecase.com/insight-alert/trump-administration-increases-steel-and-aluminum-section-232-tariffs-50-and-narrows>
- European Commission — CBAM 탄소국경조정제도 공식 안내** — https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism_en
- IEEFA — 수소환원제철(H2-DRI-EAF) 기술 분석** — <https://ieefa.org/resources/hydrogen-unleashed-opportunities-and-challenges-evolving-h2-dri-eaf-pathway-beyond-2024>
- Transition Asia — 중국 그린스틸 경쟁력 분석** — <https://transitionasia.org/will-china-win-the->

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

[green-steel-race/](#)

7. **GMK Center** — EU 철강 탈탄소 프로젝트 현황 — <https://gmk.center/en/posts/major-pause-in-eu-steel-industry-decarbonization-projects/>
8. **GMK Center** — 철강 산업의 AI 적용 현황 — <https://gmk.center/en/posts/robots-near-the-blast-furnace-artificial-intelligence-in-steel-industry/>
9. **Steel Technology** — 글로벌 철강사 AI-자동화 도입 현황 — <https://www.steel-technology.com/articles/top-6-steel-companies-adopting-ai>
10. 포스코그룹 뉴스룸 — 글로벌 보호무역주의와 한국 철강시장 진단 — <https://newsroom.posco.com/kr/%EC%88%98%EC%9E%85%EC%9E%AC-%EB%AC%B4%ED%92%8D%EC%A7%80%EB%8C%80-%ED%95%9C%EA%B5%AD-%EC%B2%A0%EA%B0%95%EC%8B%9C%EC%9E%A5-%EC%A7%84%EB%8B%A8/>
11. 포스코그룹 뉴스룸 — 생존의 기로에 선 철강산업 — <https://newsroom.posco.com/kr/%ED%8A%B9%EB%B3%84%EA%B8%B0%EA%B3%A0-%EC%83%9D%EC%A1%B4%EC%9D%98-%EA%B8%B0%EB%A1%9C%EC%97%90-%EC%84%A0-%EC%B2%A0%EA%B0%95%EC%82%B0%EC%97%85-%EC%A0%95%EB%B6%80%EC%99%80%EC%9D%98-%EB%8F%99%ED%96%89/>
12. 한국경제 — POSCO 15년 연속 글로벌 경쟁력 1위 — <https://www.hankyung.com/article/2025011316111>
13. 포스코홀딩스 — 2024년 실적 발표 — <https://newsroom.posco.com/kr/%ED%8F%AC%EC%8A%A4%EC%BD%94%ED%99%80%EB%94%A9%EC%8A%A4-2024%EB%85%84-%EC%8B%A4%EC%A0%81-%EB%B0%9C%ED%91%9C%EC%82%AC%EC%97%85-%EA%B2%BD%EC%9F%81%EB%A0%A5-%EA%B0%95%ED%99%94%EC%99%80-%EA%B5%AC/>
14. 중앙이코노미뉴스 — 현대제철 2025년 실적 — <https://www.joongangnews.com/news/articleView.html?idxno=491492>
15. 뉴스와이어 — 세아제강지주 2024년 실적 발표 — <https://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=1005246>
16. 뉴스톱 — 5대 철강사 실적 및 전략 비교 — <https://www.newstopkorea.com/news/articleView.html?idxno=26447>
17. 영남일보 — 동국제강 2024년 매출 3조5천275억원 — <https://www.yeongnam.com/web/view.php?key=20250128010003511>
18. 이지경제 — 동국제강 2025년 매출·영업이익 — <https://www.ezyeconomy.com/news/articleView.html?idxno=231195>

심층 분석 보고서: 동국제강-해외영업

19. 시사저널e — 동국제강 해외사업 전략 분석 — <https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=412253>
20. 중앙이코노미뉴스 — 최삼영 사장 수출 확대 전략 — <https://www.joongangnews.com/news/articleView.html?idxno=504952>
21. 시사저널 — 동국제강 인천공장 첫 생산 — <https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=334507>
22. 이지경제 — 동국제강 신사업(DK그린바·D-메가빔) 출시 — <https://www.ezyeconomy.com/news/articleView.html?idxno=211362>
23. 그린포스트코리아 — 동국제강 '스틸 포 그린' ESG 전략 — <https://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=300763>
24. 경북일보 — 동국제강 가족친화기업 인증 — <https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView.html?idxno=4059804>
25. 동국제강 공식 — 경영이념 및 핵심가치 — <https://www.dongkuksteel.com/ko/company/principle>
26. 동국제강그룹 채용 페이지 — 인재상 및 채용 안내 — <https://dongkuk.career.greetinghr.com/ko/story1>
27. 잡플래닛 — 동국제강 기업 분석 및 리뷰 — <https://www.jobplanet.co.kr/contents/news-1780>
28. 자소설닷컴 — 동국제강 기업정보 — <https://jasoseol.com/companies/2391>
29. 포스코인터내셔널 매거진 — 철강 해외영업사원 인터뷰 — <https://newsmagazine.poscointl.com/?p=4938>
30. 효성블로그 — 철강 해외영업 직무 인터뷰 — <https://blog.hyosung.com/5303>