

심층분석보고서

한화에어로스페이스-구매_상경계열

2026.03.31

1 장. 산업 분석

1.1 항공우주·방산 산업 개요 및 시장 구조

대한민국의 항공우주·방위산업은 **정부 주도의 국산화 정책**을 바탕으로 성장해 왔습니다. 과거 군사장비와 항공기 핵심 부품을 해외에 의존하던 단계에서 벗어나, **민간 기업들이 국내 기술로 항공 엔진과 무기체계를 개발·생산**하는 구조가 정착되었습니다[1]. 이 산업은 크게 **군수 분야(방위산업)**와 **민수 항공우주 분야**로 나눌 수 있는데, 방산 분야에서는 전투기·함정·지상장비 등 **완제 플랫폼**부터 미사일·레이다 등 **전자체계**, 탄약류에 이르는 **완결형 무기체계 공급망**을 갖추고 있습니다. 한편 항공우주 분야에서는 **항공기 완제기 제조, 항공기 엔진 및 부품 생산, 위성·발사체 개발** 등으로 세분화되며, 민간 항공과 군용 항공기 시장 모두를 포괄합니다. 대한민국은 이러한 **항공우주와 방산 부문을 모두 아우르는 독특한 산업 구조**를 형성하고 있으며, 주요 기업들이 방산과 민수 분야를 넘나들며 협업하는 생태계가 조성되어 있습니다[2]. 특히 **정부 (방위사업청 등)**가 최대 수요자(B2G 비즈니스)인 동시에 산업 발전의 촉진자 역할을 수행하여, 산업 전반의 밸류체인에 공공 부문의 영향력이 큼니다.

1.2 최근 3~5년 주요 트렌드

최근 5년간 항공우주·방산 산업에서는 **기술 혁신과 지정학 변화**가 시장 흐름을 크게 바꾸고 있습니다. 첫째, **우크라이나 전쟁** 등을 계기로 글로벌 **국방비 지출**이 급증하여 방산 수요가 크게 늘었습니다. 실제로 **2024년 전세계 군사비 지출은 2조 7천억 달러를 돌파**하며 전년 대비 9.4% 증가, 냉전 종식 이후 최고 수준의 증가율을 보였습니다[3]. 이처럼 **세계적으로 방산 투자 확대 추세**가 뚜렷해지면서 대한민국도 수혜를 입었는데, K9 자주포와 K2 전차 등의 한국 무기체계가 **우크라이나 사태로 인한 유럽 군비 확충 수요**에 맞물려 크게 각광받았습니다. 그 결과 대한민국은 **2022년 방산 수출 173억 달러를 기록하며 사상 최고치를 달성**했고, 다소 주춤했던 2023년(130억 달러, 2024년 96억 달러) 이후 **2025년에 150억 달러 이상으로 다시 반등**하는 등 방산 수출 강국으로 도약하고 있습니다[4]. 정부도 “2030년 세계 방산수출 4위국 도약”을 목표로 수출 지원과 **군사외교**에 박차를 가하고 있어 이러한 성장세는 당분간 지속될 전망입니다[5][6].

둘째, **우주산업의 부상**입니다. 2022년 한국형 발사체 누리호 성공을 계기로 국내에서도 **뉴 스페이스(New Space)** 흐름이 활발해졌습니다. 정부는 우주항공청 설립 등 민간의 우주개발 참여를 독려하고 있고, 민간 기업들이 발사체, 위성, 위성통신 등 **우주 밸류체인 전반으로 사업을 확장**하고 있습니다. 실제로 **세계 우주산업이 정부 주도에서 민간 주도의 상업시장으로 전환**되는 추세이며, 한국도 예외가 아닙니다[7]. 한화에어로스페이스를 비롯한 주요 기업들은 **위성 제조, 발사 서비스, 위성 데이터 활용** 등 새로운 우주 비즈니스 기회를 모색하며 **첨단 기술 투자**에 집중하고 있습니다. 예컨대 한화에어로스페이스는 누리호 발사체 엔진 개발을

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

통해 민간 우주기업으로 자리매김하고 있고, 한화시스템은 위성통신 사업에 진출했으며, 한국항공우주산업(KAI)은 초소형 위성 개발에 나서는 등 **우주 기술 혁신**이 가속화되고 있습니다.

셋째, **디지털 전환과 첨단 기술 도입**입니다. 방위산업에서도 AI, **무인화/자율주행 기술**, 빅데이터 기반 정비(MRO), 시뮬레이션 등 4 차 산업혁명 기술을 접목하는 노력이 활발합니다. 예를 들어, **AI를 활용한 표적 인식 및 지휘통제**, 시뮬레이터를 통한 훈련, **디지털 트윈으로 무기체계 개발기간 단축** 등이 업계 화두입니다. 또한 제조 공정에서도 **스마트 팩토리, 자동화 로봇** 도입으로 생산성을 높이고 품질을 향상시키는 **디지털 혁신**이 진행되고 있습니다[8]. 이런 기술 트렌드는 **항공우주 분야**에서도 마찬가지로, **친환경 항공기 기술(전기추진, 수소연료)**, **차세대 교통수단(UAM, 도심항공모빌리티)** 개발 등도 주요 흐름입니다. 기업들은 이러한 변화에 대응해 **R&D 투자 확대와 오픈 이노베이션(스타트업·학계와 협력)**을 활발히 추진하고 있습니다.

넷째, **공급망 재편과 규제 변화**입니다. 미·중 기술경쟁, 수출 규제 등으로 **국가 간 방산 협력 구도가 변화**하고 있습니다. 대한민국은 전통적으로 미국과의 방산 협력에 기반해왔으나, **수출 확대를 위해 폴란드, 인도, 중동 등 새로운 시장**으로 진출하고 있으며 각국의 수출규제를 준수하면서도 **현지 생산, 기술이전(OFFSET)** 등을 통해 수주 경쟁력을 높이고 있습니다. 또한 방산 수출에 대한 정부 승인 절차, 국제수출통제 규정(ITAR 등)에 대한 **컴플라이언스 역량**도 기업들의 필수 요소로 부상했습니다. **국내적으로는 방산혁신클러스터 조성**, 항공우주청 신설 등의 제도 변화가 산업에 긍정적 영향을 주고 있습니다. 요약하면 최근 산업 트렌드는 **"높아진 글로벌 수요 + 민간 기술혁신 주도 + 적극적 수출 드라이브"**로 요약되며, 이는 국내 항공우주·방산 기업들에게 큰 기회로 작용하고 있습니다[11].

1.3 시장 규모 및 성장률

국내 시장 측면에서, 대한민국의 방위산업 시장규모는 국방예산 증가에 힘입어 지속 성장 중입니다. 2023년 국방예산은 약 57조 원으로 세계 10위권이며, 이 중 방위력개선비(무기 획득 예산)가 17조 원 이상 편성되어 있었습니다. 국방중기계획에 따르면 **향후 5년간 연평균 6~7% 내외의 국방비 증가**가 예상되어 국내 방산시장은 안정적인 성장세를 보일 전망입니다. 항공우주 산업의 경우 민간항공은 코로나 19 팬데믹 이후 회복세에 접어들어 **국내 항공기 운항횟수 및 여객 수요가 증가**하면서 민항기 정비·부품 시장도 확대되고 있습니다. 또한 한국항공우주산업(KAI)의 KF-21 보라매와 소형무장헬기(LAH) 개발 등 **차세대 항공기 사업**에 국가 예산이 투입되어 **군용기 분야 내수시장**도 성장 중입니다. 한편 **글로벌 시장**을 보면, 앞서 언급한 바와 같이 **세계 군사비 지출은 2024년 2.7조 달러에 달할 정도로 역대 최대치**이며[3], 이에 따라 **글로벌 방산 기업들의 매출도 사상 최고 수준**을 경신하고 있습니다. 예컨대 2025년 미국의 록히드마틴, 레이시온 등의 수주잔고가 급증했고, 유럽의 방산 예산 확대에 힘입어 독일 라인메탈 등도 높은 성장률을 보이고 있습니다. **세계**

항공우주 산업 규모는 상업용 항공기 시장 회복과 우주산업 투자 붐으로 2025년 기준 7,000억 달러 이상으로 평가되며, 연 5%대 성장률이 예상됩니다. 특히 위성 발사 상업시장과 군용 드론 시장은 연 10% 이상의 고성장 분야로 주목받고 있습니다. 한국 방산업체들은 이처럼 성장하는 글로벌 시장에서 가격 대비 성능과 납기 준수를 강점으로 점유율 확대를 노리고 있습니다[9][10].

1.4 산업 가치사슬 및 수익원

항공우주·방산 산업의 가치사슬(Value Chain)은 전통적인 제조업 가치사슬과 더불어 정부 규격에 맞춘 개발·인증 프로세스가 중요합니다. 상류 단계에서는 핵심 기술 연구개발(R&D)과 설계/시제품 개발이 이뤄지며, 방산 분야의 경우 국방과학연구소(ADD)나 방위사업청이 R&D 단계에 참여하거나 지원합니다. 중류 단계에서는 소재/부품의 조달과 제조가 핵심인데, 항공엔진용 고온 합금소재, 전투기 동체의 탄소복합재 등 고부가가치 부품 공급망이 형성되어 있습니다. 주요 기업들은 자체 생산과 협력사 조달을 병행하며, 품질관리가 엄격히 이루어집니다. 예를 들어 엔진 제조는 Hanwha Aerospace(한화에어로스페이스)와 같은 전문기업이 담당하고, 미사일 유도전자는 LIG 넥스원 등이 공급하는 식입니다. 하류 단계에서는 완제품 통합 및 시험평가를 거쳐 군이나 항공사 등의 고객에게 인도됩니다. 납품 후에는 수십 년간의 후속 군수지원 및 MRO(정비, 업그레이드, 부품교체 등) 시장이 이어지는데, 이 또한 주요한 수익원입니다. 특히 방위산업은 무기체계 운용 수명주기가 30~40년에 달하므로 Lifecycle 전반에 걸친 수익이 발생합니다 (초도 양산 매출 + 성능개량사업 + 부품 공급 + 정비용역 등). 항공우주 산업 역시 민항기 엔진 유지보수 계약이나 위성 운영 서비스 등으로 장기 수익을 창출합니다.

가치사슬 내 핵심 수익 지점을 보면, 완제품/완제품 판매 단계에서 가장 큰 매출이 발생하지만 영업이익률은 개발비 등의 상쇄로 10~15% 수준인 경우가 많습니다. 반면 후속 지원(MRO)은 안정적 고마진 수익원으로 평가됩니다. 또한 핵심 부품 공급을 맡은 기업들은 해당 단가는 낮아도 다수 기종에 납품하면서 꾸준한 이익을 냅니다. 예컨대 한화에어로스페이스의 경우 글로벌 항공엔진 제조사의 Risk-Share Partner로서 부품을 공급하여 장기적으로 안정된 수익을 확보하는 전략을 취하고 있습니다. 다만 최근 Pratt & Whitney 사의 엔진 품질 이슈 등으로 RSP 사업에서 일시적 손실이 발생하기도 했는데, 이러한 위험은 수직계열화와 다변화 전략으로 보완되고 있습니다. 전반적으로, 항공우주·방산 산업은 개발-생산-후속지원으로 이어지는 가치사슬 전 과정에서 수익 창출이 가능하며, 각 세부 단계가 유기적으로 연결되어 산업 생태계를 형성하고 있습니다.

1.5 주요 플레이어와 경쟁 구도

국내 항공우주·방산 분야의 주요 플레이어로는 한화에어로스페이스, 한국항공우주산업(KAI), LIG 넥스원, 한화시스템, 현대로템 등을 꼽을 수 있습니다[11]. 이들 기업은 상호

보완적이면서도 일부 영역에서는 경쟁 관계입니다. 예를 들어 **KAI** 는 고정익/회전익 **완제기 개발**을 전문으로 하여 FA-50 경공격기, KF-21 전투기 등을 만들고, **한화에어로스페이스**는 해당 항공기에 들어가는 **엔진과 착륙장치** 등을 공급하거나 협력합니다[2]. 그러나 동시에 해외 수출 사업 등에서는 **패키지로 협업**하여 KAI 가 기체를 수출할 때 한화가 엔진·무장을 함께 제안하는 식으로 **팀 코리아(team Korea)** 전략을 취합니다. **LIG 넥스원**은 유도무기(미사일)와 군용 통신전자에 강점이 있는데, 한화에어로스페이스가 통합된 한화 방산계열(과거 한화디펜스 등)과 일부 분야에서 경쟁합니다. 예컨대 중거리 지대공미사일 사업에서 LIG 넥스원이 유도탄을 만들고, 한화는 발사대를 생산하는 식입니다. **한화시스템**은 방산전자(레이다, AESA 레이다, 전투체계) 분야를 맡고 있어, 전투기 전자장비 등에서 KAI·한화와 협업 관계입니다[2]. **현대로템**은 K2 전차 등 지상장비를 생산하는데, 자주포·장갑차 분야의 한화와 포트폴리오가 다르면서도 **미래 전차 개발** 등에서 경쟁할 수도 있습니다. 즉 국내 시장은 **분야별 전문기업들이 공존**하면서도 **대형 프로젝트 수주 시 컨소시엄 또는 경쟁** 구조가 혼재되어 있습니다.

글로벌 관점에서 보면, **한국의 주요 방산 기업들은 세계 상위 30 위권 내 진입**을 이루고 있습니다. 예를 들어 2022 년 한화에어로스페이스(당시 한화디펜스 포함)는 스톡홀름국제평화연구소(SIPRI) 기준 방산매출 기준 세계 20 위권에 올랐습니다. 경쟁상대로는 **미국의 록히드마틴, 보잉, 레이시온, 영국 BAE 시스템즈, 프랑스 탈레스, 이스라엘 IAI** 등 글로벌 방산 거인들이 있지만, 이들은 주로 자국 및 동맹국 시장을 기반으로 하고 있어 **한국 업체들과 직접 경쟁하는 경우는 제한적**입니다. 오히려 한국 기업들은 **신흥 방산수요국**을 공략하면서 **서방 대비 가성비와 빠른 납기**를 강점으로 틈새를 파고드는 전략을 씁니다[9][10]. 최근 폴란드가 대규모로 한국산 무기를 도입한 사례가 대표적이며, 폴란드뿐 아니라 노르웨이, 호주, 중동 등에서도 **한국산 장비에 관심을 보이는 등 시장 판도가 변화**하고 있습니다. 이에 대응해 국내 1 위 사업자인 한화에어로스페이스는 2022~2023 년 그룹 방산 계열사를 통합하며 **"한국판 록히드마틴"**을 지향했고[12], KAI 도 민간 항공기 해외 사업 등으로 포트폴리오를 넓히고 있습니다. **결론적으로**, 국내 항공우주·방산 업계는 **한화 vs KAI+LIG** 등의 구도라기보다, **협력과 경쟁을 병행하며 함께 세계 시장으로 진출**하는 구조입니다. 정부의 정책 지원하에 각 사가 전문역량을 발휘하고, 대형 프로젝트에서는 역량을 결집해 해외 거대 기업들과 경합하는 모습입니다. 이런 배경에서 한화에어로스페이스는 **종합 방산 플랫폼 기업**으로서 독보적 지위를 굳히려 하고 있습니다.

2 장. 경쟁사 및 회사 포지셔닝

2.1 동종 업계 주요 회사 비교

한화에어로스페이스를 중심으로 동종 업계 주요 기업들을 3~4 곳 선정하여 포트폴리오와 강약점을 비교하면 다음과 같습니다.

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

- **한국항공우주산업(KAI):** 국내 유일의 완제기 제조사로 **고정익 군용기(전투기, 훈련기)**와 **회전익(헬리콥터)** 개발에 특화되어 있습니다. *포트폴리오:* T-50/FA-50 훈련기·경공격기, KF-21 차세대 전투기 개발, 수리온 헬기, 무인기, 다목적기 등. *강점:* 정부와 공군의 전폭적 지원을 받아 항공기 체계종합 능력을 갖췄고, 해외 여러 국가에 초음속 훈련기 수출 실적이 있습니다. 또한 항공기 설계부터 양산, 비행시험까지 **End-to-End 역량**이 있습니다. *약점:* 항공 완제기 중심이라 **제품 다각화가 제한적**이고, 민수 분야(여객기 등) 진출은 미약합니다. **엔진이나 레이다 등 핵심 부품은 외부 협력**에 의존하며, 수주처가 정부/군에 집중돼 매출 변동성이 있습니다.
- **LIG 넥스원:** 정밀유도무기와 방산전자 전문 기업입니다. *포트폴리오:* 현궁·청상어·해성 등의 미사일/어뢰, 중거리 지대공미사일(M-SAM) '천궁' 유도탄, 각종 레이다·통신시스템, 전자전장비 등. *강점:* 국내에서 **미사일 개발 역량**이 가장 축적되어 있고, 해군 유도무기 분야에서는 독보적 지위를 갖습니다. 또한 체계통합보다는 **부품·부분체계 전문화**로 해외 톱티어 업체와 협업(예: 인도 현지 대공미사일 사업 등)도 활발합니다. *약점:* 완제 플랫폼이 없어 단품 위주의 매출 구조를 가지며, 대규모 수출보다는 국내 사업 비중이 높습니다. 사업 분야가 방산에 한정되어 민수 기술 전이가 적고, 규모 면에서 한화 등에 비해 상대적으로 작습니다.
- **한화시스템:** 과거 삼성탈레스→한화로 편입된 회사로 **방산 IT·전자 체계**를 담당합니다. *포트폴리오:* 함정 전투체계, 이지스체계 국산화, 피아식별기, 다양한 군 통신장비, AESA 레이다, 우주위성 탑재체, 그리고 최근에는 **위성통신 서비스** 등. *강점:* **국내 유일의 방산 전자종합 업체**로서 대형 방산플랫폼의 두뇌에 해당하는 SW와 전자장비를 공급하고 있습니다. ICT 융합기술을 바탕으로 **디지털 방산**(AI 지휘통제, 사이버보안 등) 분야 개척에도 적극적입니다. *약점:* 역시 완제기나 무기 플랫폼 자체는 없어서 **시스템 통합 기업과 협업 의존도**가 높습니다. 또한 민간 사업(스마트시티, UAM 등 신사업)에 진출하고 있으나 수익화는 시작 단계입니다.
- **현대로템:** 현대자동차그룹 계열로, **지상무기와 철도시스템**을 영위합니다. *포트폴리오:* K2 흑표 전차, 장갑차, 철도 차량(고속열차, 전동차), 플랜트 등. *강점:* 자동차 기술을 활용한 **궤도 차량 기계설계 능력**이 뛰어나고, K2 전차를 개발하여 터키 등 해외 수출 기반을 마련했습니다. 민수 철도 사업을 병행해 사업 포트폴리오가 다변화되어 있습니다. *약점:* 지상전투체계 중에서도 전차/장갑차에 집중되어 있고, 방산 매출의 변동성이 큼니다. 또한 그룹 차원에서 방산이 주력 사업이 아니다 보니 연구개발 투자여력이 상대적으로 제한적입니다.

이 외에도 **ADD(국방과학연구소)**, **현대위아(포탑 및 장갑차 부품)**, **대한항공(항공기 제조 협력)** 등 관련 플레이어들이 있지만, 종합 기업으로는 위 기업들이 주요 축이라 할 수 있습니다. **요약하면**, 한화에어로스페이스는 **엔진·지상무기·우주 분야를 모두 망라**하는

종합성에서 경쟁사들과 차별화됩니다. KAI 가 항공기, LIG 넥스원이 미사일, 한화시스템이 전자전으로 각각 전문화되어 있다면, 한화에어로스페이스는 엔진 기술력을 기반으로 지상에서 우주까지 플랫폼을 보유한 구조입니다[13]. 이러한 포트폴리오 다각화가 한화의 강점이자, 동시에 각 분야별 전문화 정도는 경쟁사 대비 깊이가 부족할 수 있는 양면성이 있습니다. 예컨대 전투기 개발은 KAI 주도, 미사일은 LIG 주도인 반면 한화에어로스페이스는 이들과 협력하며 부분적인 역할을 해왔습니다. 그러나 최근 한화가 이들 분야까지 통합하려는 움직임을 보이고 있어(KAI 지분 인수 등[14][15]), 경쟁구도가 재편될 가능성도 주목됩니다.

2.2 한화에어로스페이스의 시장 포지셔닝

한화에어로스페이스는 현재 국내 방산업계 1 위이자, 글로벌 시장에서 떠오르는 종합 방위산업체로 포지셔닝하고 있습니다. 2023~2024 년 일련의 방산 계열사 재편을 통해, 엔진·지상무기·우주 등 다방면을 아우르는 'Defense & Aerospace 플랫폼 기업'의 형태를 갖추었습니다[12]. 이 회사의 포지셔닝을 몇 가지 측면에서 살펴보면:

- **제품 포지셔닝: 프리미엄 vs 가성비** 측면에서, 한화의 제품들은 서방 선진국 제품 대비 가격경쟁력이 높은 편입니다. K9 자주포, 천무 MLRS, 전차, 미사일 등은 동급 대비 성능은 우수하면서도 가격은 70~80% 수준으로 평가받아 '가성비 방산' 이미지를 구축했습니다. 그렇다고 저가에만 의존하는 것은 아니며, 품질 면에서도 실전에서 입증되었고 개량을 거듭하여 프리미엄에 근접한 성능을 달성했습니다. 이로써 신흥국 시장 뿐 아니라 폴란드 같은 NATO 국가에도 판매될 수 있었습니다. 요약하면, 한화는 "합리적 비용의 하이엔드 제품" 포지션으로 글로벌 방산시장에서 입지를 다지고 있습니다. 특히 B2B/B2G 시장에서 정부 구매자들을 설득하기 좋은 포지션(예산 대비 효과)이라는 평가를 받습니다.
- **고객 기반 (B2B/B2G):** 한화에어로스페이스의 고객은 거의 대부분 정부 및 군(B2G)입니다. 국내에서는 대한민국 국방부/각 군이 최대 고객이며, B2C 소비자 대상 사업은 없습니다. 다만, 민항기 엔진부품 사업 등은 해외 항공기 제조사(B2B)를 고객으로 합니다. 예를 들어 Pratt & Whitney, GE 등 글로벌 항공엔진 제작사의 파트너로서 엔진부품을 공급하고[16], 민항 MRO 사업으로 대한항공 등과 협업하는 식입니다. 또한 우주사업의 경우 향후 민간 위성통신 기업이나 해외 정부 등을 고객으로 확보할 잠재력이 있습니다. 최근 폴란드, 노르웨이 등 해외 정부 고객의 비중이 급증하면서, 한화의 매출 중 수출이 차지하는 비중이 2024 년 처음 50%를 돌파했습니다[17][18]. 이는 곧 한화가 한국 내수 위주 기업에서 글로벌 고객 기반을 가진 회사로 변모하고 있음을 뜻합니다. 포지셔닝 관점에서 "한국 정부의 무기공급사"에서 "글로벌 방산 솔루션 프로바이더"로 도약하고 있는 것입니다.

- **사업 모델:** 한화에어로스페이스는 전통적인 **제조업 + 애프터마켓(후속지원)** 모델을 가지고 있습니다. 자체 R&D 로 개발하거나 기술협력을 통해 무기체계를 확보한 뒤 양산하여 판매하고, 납품 이후에 **훈련, 정비, 성능개량** 등 지속 서비스를 제공합니다. 최근에는 단순 하드웨어 판매를 넘어서, **통합 패키지 제공**에 주력하고 있습니다. 예컨대 폴란드에 K9 자주포를 판매할 때 단품만 파는 것이 아니라 **탄약, 훈련, 부품공장 현지설립, 기술이전까지 토탈 패키지**를 제안함으로써 계약을 성사시켰습니다. 또한 **MRO** 와 **업그레이드 사업**을 통해 **지속적 수익**을 창출하는 **롱테일 비즈니스 모델**을 갖춥니다. 한편 **민간 부문**에서는 항공엔진 부품 RSP 사업처럼 **파트너십 기반 매출**이 특징입니다. 즉 독자 제품을 만들어 파는 것이 아니라 글로벌 Tier 1 기업과 **위험분담투자(RSP)** 계약을 맺고 개발 비용을 분담하는 대신 생산품을 납품하여 수익을 얻는 구조입니다. 이 모델은 **진입장벽이 높지만 일단 진입하면 장기간 안정적 물량 확보**가 가능하다는 장점이 있습니다. 요약하면 한화에어로스페이스의 사업모델은 **하드웨어 제조 + 서비스 + 파트너십 공급**의 혼합 형태로, **B2G 프로젝트 사업과 글로벌 밸류체인 참여**를 병행하고 있습니다.
- **최근 이슈 및 전략적 움직임:** 2023 년 이후 한화에어로스페이스 관련 큰 이슈로는 **방산 계열사 통합과 구조조정**, 그리고 **해외 초대형 수주**를 들 수 있습니다. 2022~2023 년에 걸쳐 한화에어로스페이스는 자회사였던 한화디펜스(지상무기)와 한화정밀기계/한화비전(산업장비, 시큐리티)을 분할·합병하는 구조조정을 단행했습니다[19][20]. 그 결과 **방산·항공우주 중심으로 사업포트폴리오를 재편**하고, 비핵심 사업은 별도 법인(한화산업솔루션 등)으로 떼어내어 전문성을 높였습니다. 또한 2023 년 한화그룹이 **대우조선해양을 인수하여 한화오션으로 편입**하면서, 한화에어로스페이스는 **해양 방산(함정)** 분야까지 그룹 차원에서 아우를 수 있게 되었습니다[19]. 이로써 한화는 **육·해·공을 포괄하는 종합 방산 그룹**으로 거듭나고 있으며, 한화에어로스페이스는 그 중심축 역할을 합니다. 두 번째 이슈로는 **해외 대형 수주**입니다. 2022 년 폴란드와의 K9 자주포, 천무, K2 전차, FA-50 항공기 등 일괄 계약(총 120 억 달러 규모)에 한화가 핵심 참여하며 국내 방산 역사상 최대 수주를 기록했습니다. 이후 **폴란드 2 차 계약 이행**과 **루마니아 K9 자주포 계약**(2023 년), **호주 자주포 사업 수주 추진** 등으로 **K-방산 수출의 주역**이 되고 있습니다[8][21]. 최근 3~6 개월 내에도 폴란드와 추가 무기체계 협상, 한화오션의 캐나다 잠수함 사업 입찰 준비, 한화에어로스페이스의 **KAI 지분 확대(4.99%)**를 통한 전략적 협력 강화[14][15] 등의 뉴스가 이어졌습니다. 특히 2026 년 3 월 한화가 공식적으로 KAI 지분을 늘렸다고 공시하면서 **“항공·우주 분야 미래 협력 강화”**를 표방한 바 있는데[14], 이는 장기적으로 KAI 인수합병 가능성까지 거론되는 이슈입니다. 한화에어로스페이스는 이를 통해 **전투기 분야까지 사업 영역을 넓혀 종합군수업체로 도약**하려는 전략으로 풀이됩니다. 또 다른 최근 현안으로는 **국내 차세대 우주발사체 사업 주계약자 선정**인데, 한화에어로스페이스가 한국형 발사체 KSLV-III 개발의

주도권을 확보하여 **2027년 발사를 목표로 한 차세대 발사체 개발**을 진행 중입니다[22]. 이러한 일련의 움직임들은 모두 **한화에어로스페이스의 위상 강화와 사업 확장**을 보여주며, 업계 내 포지셔닝을 “**국가 전략기업**” 수준으로 끌어올리는 방향입니다[23][24].

3 장. 한화에어로스페이스 심층 분석



한화에어로스페이스는 지상무기부터 항공·우주 기술까지 포괄하는 **종합 방위산업체**로서, 사진은 창원 사업장에서 직원이 다연장 로켓 시스템 **K-239 천무**를 점검하는 모습이다. 이러한 주력 제품들의 성공적인 수출이 최근 회사 매출 성장을 견인하고 있다. 한화에어로스페이스의 **사업 구조, 전략, 강점과 리스크**를 심층적으로 살펴보겠습니다.

3.1 사업 구조와 매출 구성

한화에어로스페이스의 사업 구조는 크게 **방산 부문**과 **항공우주 부문**으로 나뉩니다. 방산 부문에는 지상무기 (자주포·장갑차 등), 유도무기/탄약, 방산전자 등이 포함되고, 항공우주 부문에는 항공기 엔진사업, 민간항공 부품, 우주발사체 등이 속합니다. 최신 실적 기준으로 볼 때, **방산 부문이 매출의 약 60~70%**를 차지하여 핵심 캐시카우 역할을 합니다[25][26]. 2024년 연결기준 매출 11.24 조 원 중 방산 부문 매출은 약 7.0 조 원으로 전년 대비 70% 성장하여 사상 처음으로 방산 매출 7 조 원을 돌파했습니다[25][26]. 이는 전체 매출 성장의 견인차였고, 이익 기여도 역시 높았습니다 (방산 부문 영업이익 1.56 조 원으로 전년 대비 173% 증가[26]). 방산 부문 내에서도 **지상무기 시스템** 매출 비중이 가장 크며, K9 자주포와

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

K239 천무 등 **포병체계** 수출이 폭발적으로 증가한 영향이 큼니다[27][8]. 또한 2023 년 흡수합병한 한화디펜스의 K21 보병전투차, 대공무기 등 매출도 반영되어 지상무기 분야가 매출의 핵심 축입니다.

한편 **항공우주** 부문은 남은 약 30~40%를 구성합니다. 이 중 **항공기 엔진사업**이 상당 부분을 차지하는데, 한화는 **군용 항공기 엔진 MRO 및 부품제작**뿐 아니라 **민항기 엔진 국제공동개발(RSP)**에 적극 참여하고 있습니다. Pratt&Whitney 의 차세대 엔진(GTF) 개발 프로젝트 등에서 위험분담 파트너로서 수주를 따냈고, **베트남 공장 설립** 등으로 생산능력을 확대하여 **엔진 부품 수출**을 늘리고 있습니다[28]. 2024 년 한화에어로스페이스 **별도 기준으로 수출액이 내수보다 많아져 수출 비중 53%**를 기록했는데, 항공엔진 부문의 해외 매출 확대가 큰 기여를 했습니다[17][18]. **우주사업** 매출은 아직 초기 단계로, 한국형 발사체 누리호 관련 개발 매출과 일부 위성 관련 매출이 존재하지만, 전체에서 차지하는 비중은 5% 미만으로 추정됩니다. 다만 향후 정부의 발사체 본격 개발 사업(차세대 발사체)에 따라 **우주 부문 매출이 급증할 잠재성**이 있습니다.

요약하자면, 한화에어로스페이스의 **매출 포트폴리오**는 “방산 2/3, 항공우주 1/3” 구조이며, 방산 중에서는 **지상체계가**, 항공우주 중에서는 **엔진사업**이 가장 크다고 볼 수 있습니다. 이러한 사업 다각화로 2024 년 한화에어로스페이스는 **국내 방산업계 최초로 연 매출 10 조 원 돌파 및 영업이익 1 조 원 돌파**의 기록을 세웠습니다[25]. 또한 **수주잔고** 측면에서도 2024 년 말 기준 **전체 수주잔고 32.4 조 원**을 확보하여 향후 안정적인 매출 기반을 갖췄습니다[29]. 그 중 상당 부분이 폴란드 등 **수출 물량**으로, 내수와 수출이 균형을 이루는 구조로 변모하고 있습니다.

3.2 중장기 전략 방향

한화에어로스페이스는 자사의 비전을 “**글로벌 Top-Tier 방위산업·항공우주 기업**”으로 설정하고, 중장기적으로 **규모의 경제 확보와 기술 리더십**을 동시에 추구하고 있습니다[12]. 이를 위한 핵심 전략 방향은 아래와 같습니다.

- ① **글로벌 방산 톱티어 도약**: 앞서 살펴본 방산 계열 통합을 통해 **2020 년대 후반까지 세계 10 위권 방산업체로 진입**한다는 목표를 공표했습니다[12]. 이를 위해 **수출 확대**가 최우선 전략으로, 정부의 목표(2030 년 방산수출 세계 4 위)에 발맞춰 **2025~2026 년에도 수주 파이프라인을 유지하며 수출 비중 증가로 영업이익률 제고**를 노리고 있습니다[28]. 예를 들어 **2026 년까지 연간 10 조 원대 수주**를 달성해 수주잔고를 40~50 조 수준으로 늘리고, 이를 기반으로 매출 및 이익의 지속 성장을 이루겠다는 전략입니다. 또한 지역 다변화 전략으로 **폴란드 등 기존 대형 고객의 후속계약**뿐 아니라 **루마니아, 호주, 인도, 중동 등 신규 시장 개척**에도 공을 들이고 있습니다[21]. **해외에 생산거점 설립**도 병행하여, 폴란드 현지에 합작법인 또는

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

생산시설 설립, 인도네시아 등과 기술협력을 통해 **현지화를 추진** 중입니다. 이로써 **글로벌 방산기업으로의 체질 전환**을 가속화하고 있습니다.

- ㉔ **우주사업 강화**: 한화에어로스페이스는 사명에 걸맞게 **우주개발 분야의 주도적 기업**을 지향합니다. 누리호(KSLV-II) 사업을 통해 축적한 발사체 엔진 기술을 바탕으로, 정부와 함께 **차세대 발사체 개발의 주계약자**로 선정되었고[30], 향후 **민간 위성발사 서비스**까지 사업화하려는 청사진을 제시했습니다. 우주사업 강화를 위한 전략으로 **“우주 밸류체인 완성”**을 내걸고 있는데, 그룹 내 한화시스템(위성통신)·한화(위성체 제조, 한화솔루션의 태양광 기술 활용) 등과 협업하여 **위성 제작 - 발사체 - 위성운용서비스**를 아우르는 **통합 솔루션**을 마련 중입니다[13][31]. 또한 2022 년 인수한 **세트렉아이(민간위성 기업)**의 기술과 시너지를 내고, **제주도에 민간 우주센터 건립(한화시스템 주도)** 등 인프라 투자도 이뤄졌습니다[2]. 중장기적으로는 저궤도 위성군 사업, 우주 탐사 분야까지 진출하여 **종합 우주기업으로 진화**하는 것이 목표입니다. 이러한 우주 부문은 아직 수익 창출보다는 **선제적 투자단계**로, 한화에어로스페이스는 이를 **미래 신성장동력**으로 육성한다는 전략입니다[31].
- ㉕ **항공 엔진 및 신기술 투자**: 항공엔진 분야에서 한화에어로스페이스는 **국내 유일의 가스터빈 엔진 제조사**로서 지위를 공고히 하고, **친환경·신세대 엔진 기술**에 지속 투자할 계획입니다. 예를 들어 **차세대 전투기(KF-21)용 엔진 국산화** 참여와, **도심항공모빌리티(UAM)용 전기추진 시스템** 개발 등을 추진하고 있습니다. 또한 **민항기 엔진 글로벌 공급망**에서 역할을 확대하기 위해 **베트남 제 3 공장 건설** 등 해외 생산기지 확충을 계획하고 있으며[28], 이를 통해 2030 년대에는 **엔진 부문 매출을 현재의 2 배 이상**으로 성장시킨다는 전략입니다. 한편 AI, 자율주행, 소재 등 **첨단 신기술**에도 투자하여, **미래형 무기체계**(예: 유무인 복합체계, 로봇전투체계)에 대비하고 있습니다[32]. 실제로 한화에어로스페이스는 KAIST 등과 공동으로 **초장사정 유무인 복합 자주포** 개발 프로젝트를 진행 중이며[33], 이는 **미래 지상전 플랫폼** 선점을 위한 선행투자로 볼 수 있습니다. 요약하면, 중장기적으로 한화는 **현재 주력 사업을 규모 있게 키우는 한편, 우주·미래무기 등 신사업을 성장축으로 추가하여 포트폴리오를 확장**하려 합니다.
- ㉖ **내부역량 강화 및 글로벌 경영**: 전략 달성을 뒷받침하기 위해 **조직 및 인재 전략**도 전개하고 있습니다. 한화에어로스페이스는 스스로 **“Great Challenger”** 문화 정착을 강조하며, **주인의식과 변화혁신 마인드**를 갖춘 인재를 키워 **조직 실행력을 제고**하겠다고 밝히고 있습니다. 또한 최근 방산 수출 증가에 맞춰 **글로벌 경영체계**로의 전환을 시도 중인데, 영어 공용화, 해외 법인 권한 강화, 해외 전문가 영입 등을 추진합니다. 2024년에는 방산부문에 **미국 현지 법인 (Hanwha Defense USA 등)**을 통한 마케팅을 강화했고, 폴란드 등지에 주재원을 대폭 늘렸습니다.

나아가 **M&A 및 투자**를 통해 부족한 역량을 메우겠다는 전략도 열려 있습니다. 대표적으로 **KAI 지분 투자**가 그러한 사례이며 [14], 향후 위성분야 스타트업이나 해외 기술기업 인수도 검토할 것으로 예상됩니다. **ESG 경영** 측면에서는 무기수출에 따른 국제정세 민감성을 고려해 **윤리경영, 컴플라이언스**를 강조하고, 동시에 **친환경 추진체 개발** 등 환경적 책임도 이행하려는 모습을 보입니다. 이러한 내부 다짐들은 **중장기 비전 달성**을 위한 **기반 다지기**라 할 수 있습니다.

3.3 기술 및 차별화 포인트

한화에어로스페이스의 경쟁사를 뛰어넘는 **차별화 포인트**로는 ①**핵심 기술력**, ②**통합 플랫폼 역량**, ③**한화그룹 시너지**, ④**비용 경쟁력**을 들 수 있습니다.

첫째, 항공 엔진을 비롯한 핵심 기술력입니다. 한화에어로스페이스는 **항공기 가스터빈 엔진 기술**에서 국내 최고 수준일 뿐 아니라, 세계 유수의 엔진 제조사들과 **공동개발 능력**을 갖춘 몇 안 되는 기업입니다 [13]. GE, Pratt & Whitney 와의 협력을 통해 F404/KF-16 엔진 면허생산, 차세대 엔진 부품 개발 등을 수행해왔고, 축적된 **정밀가공-터빈설계 노하우**는 동북아 지역에서 독보적입니다. 또한 한화는 **로켓발사체 엔진** 분야에서도 75 톤급 액체엔진 개발을 성공하여, **우주발사체 추진기관 국산화**를 이끈 주역입니다. 이처럼 **엔진·추진기관 기술**을 보유한 것은 전세계 방산업체 중에서도 일부에 불과하며, 이는 한화의 큰 강점입니다. 더 나아가 한화는 **탄약 및 화약 기술**(과거 한화탄약 부문)과 **정밀기계 가공능력**(한화정밀기계)도 내재화하고 있어, **무기체계의 심장**과 **탄환**을 모두 만들 수 있는 기업으로 평가받습니다. 반면 KAI 나 LIG 넥스원 등은 이러한 엔진/탄약 기술이 없지요. *요컨대, "엔진부터 탄두까지" 핵심을 쥔 기술력이 한화의 차별화 원천입니다.*

둘째, 통합 플랫폼 제공 역량입니다. 한화에어로스페이스는 단품이 아니라 **완성된 무기 플랫폼**을 제공할 수 있는 기업입니다. 예를 들어 K9 자주포는 새시, 포탑, 사격통제 등 전 영역을 자체 통제하여 생산하며, **K9 자주포의 글로벌 시장 점유율이 50% 이상**으로 추정될 정도로 히트 상품이 되었습니다 [34][8]. 또한 지대공유도무기 '천무' 체계도 발사대 차량부터 유도탄(탄두는 한화), 지휘차량까지 패키지로 공급합니다. 이처럼 **자사가 직접 플랫폼 시스템을 개발·생산하고 통합**할 수 있는 능력은 국내에서 한화만의 강점입니다 (타사는 일부 요소만 담당하는 경우가 많음). 더욱이 한화는 **항공분야에서도 완제기 제외한 핵심부분 (엔진·착륙장치 등)을 만들고, 우주발사체도 통합 제작** 가능하므로, **다분야 플랫폼을 아우르는 포트폴리오**를 갖췄습니다 [13]. 이는 고객 입장에서 **원스톱(one-stop) 솔루션**을 제공받을 수 있다는 의미입니다. 폴란드 사례처럼 한화는 전차+자주포+로켓+미사일 패키지를 제안하여 **Cross-selling** 이 가능하고, 유지보수도 통합 지원이 용이합니다. 이러한 플랫폼 통합 역량은 장기간에 걸쳐 형성된 것이기에 타 경쟁사가 단기간 내 모방하기 어렵습니다.

셋째, 한화그룹 계열사와의 시너지입니다. 한화에어로스페이스는 한화그룹 산하에서 다양한 관련 계열사와 협력할 수 있다는 점이 차별화 요소입니다. 예를 들어 한화시스템과는 무기 전자장비, 위성사업에서 시너지를 내고, 한화오션과는 함정 무기체계 분야 협업(예: 함포, 함정 탑재 무기)도 가능합니다. 그룹 금융계열(한화금융) 지원으로 대규모 M&A 추진이나 프로젝트 파이낸싱이 수월하며, 그룹의 화학/소재 계열 기술을 무기에 적용하는 것도 가능합니다. 실제로 한화솔루션의 탄소소재를 드론 등에 적용하거나, 한화케미칼의 폭발물 원료를 탄약 제조에 쓰는 등 그룹 내 수직계열 효과를 누리고 있습니다. 또한 방산 기업으로서 대외 신뢰도나 인지도를 확보하는 데도 재계 7 위 한화그룹의 브랜드 파워가 도움이 됩니다. 이런 종합 그룹 소속이라는 규모의 이점은 단독 회사로서는 가지기 힘든 것이며, 해외 수주전에서도 “재계 전체의 지원을 받는 안정된 공급처”라는 인상을 주어 신뢰를 높입니다.

넷째, 비용 효율성과 기민한 실행입니다. 한화에어로스페이스는 한국적 제조 경쟁력을 바탕으로 상대적으로 원가경쟁력이 높습니다. 국내 생산 인프라(창원 등)를 효율화하고, 일부 부품을 중소 협력업체와 분업함으로써 품질을 유지하면서도 가격을 낮추는 공급망을 구축했습니다. 예컨대 동일 스펙 자주포라도 서방 경쟁제품보다 단가가 낮아 폴란드 등에서 선택받았습니다. 또한 한화는 의사결정의 속도가 빠르고 사업 추진이 과감한 것으로 평판이 있습니다. 2022 년 폴란드와의 협상에서 불과 몇 달 만에 계약을 성사시키고 첫 물량을 6 개월 만에 납품한 사례는 신속 납기 능력을 보여줍니다. 이는 민첩한 생산라인 증설과 인력 투입이 가능했기에 가능했으며, 큰 조직임에도 유연하게 대응한 결과입니다. 이러한 애자일(Agile)한 실행력은 관료적일 수 있는 방산 분야에서 한화만의 강점으로 부각됩니다. 결국 “싸고 빠르고 믿을만한 무기 공급자” 이미지가 형성되었고, 이것이 차별화 포인트로 작용하고 있습니다[9][10].

이상의 강점을 기반으로, 한화에어로스페이스는 2020 년대 중후반 방산 호황기를 주도하는 기업 중 하나로 자리잡았습니다. 물론 동시에 해결해야 할 과제들도 존재하지만, 일단 제품력, 포트폴리오, 그룹 지원, 비용경쟁력 면에서 상당한 우위를 확보한 모습입니다.

3.4 주요 리스크 요인

이처럼 성장 가도를 달리고 있는 한화에어로스페이스지만, 몇 가지 리스크 요인도 함께 관리해야 합니다. 아래에 주요 위험들을 짚어보겠습니다.

- ① 지정학적/정책 리스크: 방위산업은 지정학적 환경에 크게 영향을 받는 산업입니다. 최근 호황은 우크라이나 전쟁 등으로 방산 수요가 급등한 특수한 상황 덕분인데, 만약 향후 국제 정세가 안정화되어 각국이 국방예산을 감축한다면 수출 성장세가 둔화될 수 있습니다. 또한 한국 정부의 수출 정책 변화, 예컨대 무기 수출에 대한 규제 강화나 외교적 이유로 특정 국가와의 방산 협력 제한 등이 생길 경우 타격이 있을 수 있습니다. 한화는 폴란드 등 몇몇 대형 계약에 실적이 편중되어 있는데, 특정 국가

의존도가 높아 생길 수 있는 외교 리스크도 존재합니다. 따라서 **수출 시장 다변화와 정부 협조 유지**가 리스크 관리에 중요합니다.

- ㉔ **통합 후유증 및 조직문화 리스크**: 2022~2023 년 진행된 한화 방산계열의 흡수합병으로 조직 규모가 급격히 커지고 인력이 크게 늘었습니다. 서로 다른 조직 문화(예: 한화디펜스 vs 한화에어로스페이스) 간 융합이 아직 완전하지 않을 수 있고, 이에 따른 **내부 커뮤니케이션 문제나 비용 상승(중복조직 정리 비용)** 등이 단기 리스크입니다. 또한 우수인재 확보가 관건인 첨단 산업임에도 급팽창한 사업 규모에 비해 **핵심 연구인력, 숙련기술자 확보가 따라가지 못할 우려**도 있습니다. 실제로 항공엔진 전문인력이나 로켓과학자 등은 한정된데, 경쟁사나 빅테크로 인재 유출 가능성도 경계해야 합니다. **조직문화 측면**에서는 전통 제조업 문화와 최근 지향하는 IT 스타트업식 문화 사이에서 혼선이 있을 수 있어, 단기간 성과압박이 내부 사기 저하로 이어지지 않도록 균형 잡힌 경영이 필요합니다.
- ㉕ **기술/사업 성공 리스크**: 한화가 미래 주력으로 삼은 우주사업, 신기술 무기체계 등이 **계획대로 성과를 낼지**는 불확실성이 존재합니다. 예를 들어 차세대 발사체 개발은 기술적 난이도가 높고 경쟁도 치열하여 성공이 담보되지 않으며, 일정 지연이나 개발 실패 가능성도 있습니다. 또 KAIST 와 개발 중인 유·무인 복합 자주포 같은 혁신 기술이 **시장 요구에 맞을지, 군이 양산 채택할지** 미지수입니다. 만약 이러한 신사업들이 예상만큼 성과를 못 내면, 투입된 **막대한 R&D 비용 회수**가 어려워져 재무부담이 될 수 있습니다. 또한 **항공엔진 RSP 사업**의 경우 글로벌 파트너의 상황에 영향을 크게 받는데, 최근 Pratt & Whitney GTF 엔진 결함 사태처럼 예기치 못한 문제로 **한화가 손실 분담**을 해야 할 리스크도 있습니다[35]. 기술적 위험을 분산하기 위해서는 **포트폴리오 내 여러 프로젝트 균형**, 그리고 **손실보전 계약 체결** 등 대비책이 필요합니다.
- ㉖ **경쟁 심화 및 시장변수 리스크**: 방산 수출 시장에서 한국의 부상에 대해 기존 방산강국들이 경계를 높이고 있습니다. 예컨대 미국이나 독일 업체들이 한국산 무기의 점유 확대에 대응해 **가격 인하, 외교 압력** 등을 행사할 수 있습니다. 또한 경쟁국(터키, 인도 등)도 자체 무기 수출을 늘리며 **K-방산의 대체재**로 떠오를 가능성이 있습니다. 이처럼 **경쟁 구도의 변화**는 향후 한화의 수주에 변수입니다. 동시에 환율 변동, 원자재가 상승 등 **거시경제 요인**도 수익성에 영향을 줍니다. 한화에어로스페이스는 수출 비중이 높아 원/달러 환율에 민감하며, 소재 가격이 오르면 원가 부담이 커집니다. 2022 년 이후 공급망 불안으로 일부 부품 조달 애로를 겪은 바 있는데, 이런 **공급망 리스크**도 존재합니다. 따라서 **환헤지, 멀티소싱** 등 대응책이 필요합니다.

- ⑥ **규제 및 평판 리스크**: 방산은 무기특성상 윤리적 논란이나 수출 통제 리스크도 내포합니다. 만약 수출한 무기가 국제 분쟁에서 민간 피해를 유발하거나 인권 문제가 대두되면 기업 평판이 타격받을 수 있습니다. 또 대외비 기술 유출이나 사이버 해킹 등 **보안사고**도 큰 위험입니다. 국내외 법규 준수 면에서도, 부패방지나 수출통제 위반 시 제재를 받을 수 있어 컴플라이언스 강화가 중요합니다. 최근 한화에어로스페이스는 **ESG 차원에서 인권경영과 투명경영**을 선언하고 이런 리스크를 줄이기 위해 노력 중입니다[36][37]. 하지만 방산업 특성상 사회적 눈초리가 있을 수밖에 없어, **지속적인 윤리·준법 경영**이 리스크 완화의 관건입니다.

종합하면, 한화에어로스페이스는 “**기회와 위험이 공존**”하는 국면에서 있습니다. 방산 호황의 파도를 잘 타면 도약하지만, 위 언급한 리스크들이 현실화되지 않도록 면밀한 관리가 필요합니다. **리스크 관리 역량** 자체가 이 기업의 지속 성장 가능성을 좌우할 것입니다.

4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

4.1 공식 인재상과 실제 해석

한화에어로스페이스는 “**Great Challenger**”라는 슬로건으로 자사가 원하는 인재상을 정의하고 있습니다. 공식적으로 제시된 세 가지 핵심 키워드는 ①**주인의식**, ②**탁월함(월등한 차별성)**, ③**변화 수용성**입니다[38]. 이를 풀어서 설명하면, “**책임있게 몰입하는 주인의식**”, “**기존 틀을 넘어서는 탁월한 차별화**”, “**미래 기회를 선점하는 변화 수용성**”으로 표현됩니다[39]. 즉 **맡은 일에 주인처럼 책임지고 몰입하며, 평범함을 뛰어넘어 남다른 성과를 내기 위해 혁신적 접근을 하고, 변화에 유연하게 적응하여 새로운 기회를 창출하는** 사람이 한화에어로스페이스가 찾는 인재상이라는 뜻입니다[40][41].

실제 채용과 평가 맥락에서 이 인재상을 해석해보면 다음과 같습니다. “**주인의식**”은 단순히 주도적으로 일한다는 의미를 넘어, **회사의 목표를 자기 일처럼 여기고 끝까지 책임지는 자세**를 강조합니다[40]. 예를 들어 조직에 손해가 가더라도 옳다고 판단한 일은 적극 추진하거나, 문제 발생 시 회피하지 않고 해결에 나서는 태도를 높이 평가합니다. “**월등한 차별성(탁월함)**”은 **남다른 아이디어와 창의성으로 두드러진 성과를 낸 경험**을 뜻합니다[42]. 단순히 시키는 일을 성실히 한 것보다, 새로운 방법을 모색해 개선하거나 혁신한 사례, 혹은 어려운 도전을 통해 남보다 뛰어난 결과를 만든 경험을 중시합니다. “**변화 수용성**”은 **환경 변화에 대한 민첩한 적응과 성장 마인드**를 의미합니다[41]. 과거에 겪었던 큰 변화나 위기 상황에서 어떻게 유연하게 대처하고 배우며 성장했는지를 보고, 경직되거나 보수적인 태도보다는 **항상 학습하고 변화를 즐기는 인재**를 원한다는 뜻입니다.

요약하면, **한화에어로스페이스의 인재상 = 오너십 + 이노베이션 + 어댑터(Adapter)**라고 정리할 수 있습니다. 실제로 자기소개서 문항에서도 이 세 가지를 각각 묻는 문항이 별도로

있었을 정도로 [43], 채용 전형 전반에 걸쳐 **지원자의 경험에서 이러한 요소를 찾아내려는 평가**가 이뤄집니다. 지원자는 자신의 경험을 어필할 때 **책임감 있게 몰입한 사례, 창의적으로 개선한 사례, 급변하는 상황에 적응한 사례**를 꼭 준비하는 것이 좋습니다. 이는 면접에서도 이어져, 면접관들이 “가장 힘들었던 변화는 무엇이었나? 어떻게 극복했나?”, “남들이 NO 라고 할 때 YES 를 만들어낸 경험이 있나?” 등의 질문을 통해 인재상 부합도를 검증합니다.

한편, 한화에어로스페이스는 **한화그룹 공통의 핵심가치**도 공유하고 있습니다. 한화그룹 차원에서 ‘도전, 헌신, 정도’ 등의 가치를 언급하는데, 특히 **도전정신**과 **헌신적 협력**은 Great Challenger 와 일맥상통합니다. 실제 현직자 인터뷰에 따르면, **“한화에어로스페이스는 보수적인 군수기업 이미지와 달리 끊임없이 새로운 시도를 장려하는 분위기”**라고 하며, 직원들에게 **주도적으로 의견을 내고 변화를 리드할 것**을 요구한다고 합니다. 따라서 지원자는 이러한 문화를 염두에 두고 자신이 **기존의 틀을 깨본 경험, 팀을 이끌어 책임졌던 경험**을 강조하면 기업이 찾는 인재상과 부합할 것입니다.

4.2 조직 문화와 근무 환경

한화에어로스페이스의 조직 문화는 **대기업의 체계와 방산업 특유의 엄격함**, 그리고 **최근의 혁신 지향 분위기**가 혼재되어 있습니다. 전통적으로는 한화그룹 문화가 **“가족적이면서도 상명하복 뚜렷”**한 것으로 알려져 왔습니다. 특히 방위산업이라는 특성상 **보안과 규율**을 중시하여 **군대식 문화**가 일부 존재했다는 평가도 있습니다. 예를 들어 직급 간 위계질서를 엄격히 하고, 개발 프로젝트도 군의 요구사항에 따라 움직이던 관행 등이 있었습니다. 그러나 **최근 들어 젊은 인력 유입과 사업 다각화**로 분위기가 많이 달라지고 있습니다.

사람 중심 경영을 강조하면서, 한화에어로스페이스는 2025 년 **인권경영 선언**과 **공정한 인사 제도 개선** 등을 발표했습니다 [36][37]. **성과급 및 보상체계**도 기존 연공서열보다 **개인 성과와 역량 중심**으로 개편하는 추세입니다. 또한 **소통 문화**에도 힘써, 사장단과 MZ 세대 직원 간 대화의 장을 마련하거나, **제안 제도**를 통해 현장 목소리를 듣고 있습니다. 복장 규정도 과거보다 완화되어 **자율복장(비즈니스 캐주얼)**을 채택하고, 근무 형태에서도 **유연근무제(탄력 출퇴근)**를 도입하는 등 변화하는 분위기입니다.

방산 기업이다 보니 **야근이나 일정 압박**이 존재하는 편이나, 주 52 시간제를 준수하고 있고 **추가 수당 지급** 등으로 보상하려 노력합니다. 일부 조직은 개발 일정에 따라 **집중 근무**기가 있고 이때는 잦은 야근이 불가피하지만, 프로젝트 완료 후에는 대체휴가를 충분히 부여하는 식으로 **워라벨**을 맞추려고 합니다. 직원들의 평을 보면 **“일은 빠세지만 보람 있다”, “국가사업 하는 프라이드가 있다”**는 의견과 함께 **“군대문화 잔재가 아직 조금 있다”, “전근(지방사업장 발령)이 잦을 수 있다”**는 현실적인 이야기들도 나옵니다. 현재 본사는 경기 성남과 창원 등 사업장이 여러 곳이라, 부서에 따라 **지방 근무** 가능성도 고려해야 합니다. 대신 **안정적인 정년보장**과 **직원 복지**(의료, 주거지원 등)는 대기업 수준으로 갖춰져 있어 전반적으로 **고용안정성이 높고 처우가 좋은 편**입니다.

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

요약하자면, 조직 문화는 **"보수와 혁신의 중간"**이라 표현할 수 있습니다. 기본적인 틀은 대기업/군수산업의 체계이지만, 그 안에서 **유연성과 창의를 불어넣으려는 노력**이 지속되고 있는 상황입니다. 지원자 입장에서 **튼튼한 조직에서 체계적으로 일하면서도, 개인의 도전정신을 발휘할 수 있는 무대**라고 볼 수 있습니다. 실제 면접에서도 **"우리 회사는 현재 변혁기인데, 당신은 이 변화에 어떻게 기여할 것인가?"**라는 식의 질문을 받을 수 있으므로, **기존 문화의 강점과 개선점**을 잘 이해하고 자신의 적응력과 개선 아이디어를 보여주는 것이 좋겠습니다.

4.3 최근 채용 공고 동향

한화에어로스페이스는 **2023 년 하반기와 2026 년 상반기**에 걸쳐 대규모 신입 공채를 진행했습니다[44]. 특히 2026 년 3 월에는 **"2026 상반기 대규모 신입사원 채용"**이라는 이름으로 20 여 개 직무에 걸쳐 채용을 공고했는데, 이는 방산 호황으로 인한 인력 수요 증가에 따른 것으로 풀이됩니다. 최근 공고의 **직무 구성**을 보면 R&D 직군을 매우 세분화하여 **기계/항공, 전기/전자, SW/컴공, 화학공학, 재료** 등 전공별로 나눠 선발했고, 제조/생산기술 직군도 유사하게 나누어 뽑았습니다[45][46]. 이는 첨단 기술기업으로서 **전문성을 중시**하는 채용 기초를 보여줍니다. 또한 **구매, 사업개발, 재무, 인사, 총무** 등 Staff 직군도 신입을 모집하였는데, 눈에 띄는 것은 **"구매" 직무를 공학계열과 상경계열로 이원화**하여 각각 채용한 점입니다[47][48]. 이는 **기술구매(자재 구매)**와 **일반구매(경영 구매)**를 분리하여 해당 전공 지식을 갖춘 인력을 선발하려는 의도로 해석됩니다.

최근 채용 공고의 **설명 문구**를 보면 "한화에어로스페이스는 주인의식·월등한 차별성·변화 수용성의 마인드셋을 갖춘 **The Great Challenger** 를 찾는다"는 메시지를 강조하고 있습니다[49]. 공고를 통해서도 **회사의 인재상 키워드**를 각인시키고 있어, 지원자들이 이를 자기소개서와 면접에서 잘 보여주기를 기대하는 것으로 보입니다. 실제 자기소개서 문항도 **지원동기/비전, 직무역량** 외에 **3 가지 인재상 관련 문항**으로 구성되어 있었고[43], 분량도 각 800 자씩으로 상당했기에 이를 통해 철저히 인재상 적합도를 보겠다는 의지가 엿보입니다.

채용 프로세스는 **서류전형 → 인적성검사(한화그룹 종합역량검사) → 1차 면접(실무진) → 2차 면접(임원진) → 채용검진** 순으로 진행되는 것이 일반적입니다. 한화그룹 공채의 일부로서 인적성(한화 TEST)을 보며, 면접은 **역량면접 + PT** 또는 **토론전형**을 병행하기도 합니다. **면접 질문 경향**은 지원 직무와 관련된 전문지식 확인, 프로젝트 경험에 대한 구체적인 질의, 그리고 **한화 인재상 키워드에 대한 사례 질문** 등으로 요약됩니다. 예컨대 구매 직무 지원자라면 "원가 절감을 위해 노력했던 경험?", "협상에서 주도적으로 임했던 사례?" 등을 물어볼 수 있고, 인재상 측면에서는 "예상치 못한 변화를 겪은 경험?" 같은 질문이 나옵니다.

채용 톤은 비교적 **전문적이고 진지한 분위기**를 유지합니다. 방산업 특성상 재미나 창의성보다는 **꼼꼼함과 책임감**을 강조하는 편이며, 공고문 및 채용설명회 자료에서도 **"대한민국을 대표하는 항공우주·방산기업의 일원이 될 준비가 되었는가"**와 같은 문구로

사명감과 열정을 자극합니다. 즉, 면접에서도 지원자의 **애국심 내지 국가 안보 기여 의지**를 물어볼 수 있습니다. 실제 합격자 후기에서 “인성 위주 질문이 많았고, 회사분석 내용은 마지막에 짧게 어필할 기회가 있었다”[50]는 언급이 있는데, 이는 회사에 대한 관심도 중요하나 결국 **한화의 문화와 인재상에 맞는 인성**을 가장 중시한다는 뜻으로 해석됩니다.

요 몇 개월간 채용공고 패턴을 보면 **신입 대규모 공채와 수시 경력 채용**을 병행하고 있습니다. 경력직 채용은 수시로 해외사업 전문가, 연구개발 경력자 등을 뽑고 있고, 신입은 연 1~2 회 정기공채를 유지하는 형태입니다. 이는 대기업 중 공채를 유지하는 몇 안 되는 사례로, **신입사원 육성의 의지**로 볼 수 있습니다. 또한 **산학장학생 프로그램 운영, 인턴십** 등을 통해 우수 인재를 미리 확보하는 노력도 엿보입니다.

4.4 평가에서 강조되는 역량과 키워드

한화에어로스페이스의 서류/면접 평가에서 반복적으로 등장하는 **키워드와 역량**은 크게 다섯 가지 정도로 정리할 수 있습니다: ①**책임감**, ②**도전정신**, ③**전문성**, ④**팀워크/협업**, ⑤**글로벌 역량**.

- **책임감/주인의식**: 위 인재상 1번 항목과 직결되는 요소로, **끝까지 해내는 끈기, 본인인 한 일에 대한 책임지는 태도**를 매우 중요하게 봅니다. 따라서 면접에서 “자신이 한 실수나 실패를 어떻게 수습했는가?”를 물어보거나, 단체 과제에서 본인의 책임 범위를 명확히 한 경험을 듣기도 합니다. 이는 **신뢰성과 직결**되기에 평가 시 배점이 높습니다.
- **도전정신/문제해결력**: 기존에 없던 일에 뛰어들어 성과를 낸 경험 혹은 어려운 문제를 **창의적으로 해결한 사례**를 면접관들이 즐겨 묻습니다. 이때 실패 경험이 있더라도 거기서 무엇을 배워 다음에 어떻게 개선했는지를 강조하면 긍정적으로 평가받습니다[51]. **혁신, 개선, 창의** 같은 키워드가 단골로 등장하며, 지원자가 **Safe 한 선택만 해온 사람인지, 아니면 Risk 를 무릅쓰고 혁신해본 사람인지**를 구분하려 합니다.
- **전문성/직무역량**: 방산/항공우주 산업의 특수성을 고려하여 **직무 관련 기술지식과 산업 이해도**를 많이 봅니다. 예컨대 구매 직무라면 **원가분석, 공급망 관리 지식**을, R&D 라면 해당 전공의 최신 기술 트렌드를 알고 있는지 등을 확인합니다. 자기소개서 2 번 문항으로 **직무역량을 800 자에 걸쳐 서술하게 한 것도 이 때문**입니다[39]. 따라서 지원자는 **직무와 연관된 프로젝트/인턴 경험**을 구체적으로 준비해야 하며, 면접에서도 관련 질문이 깊게 들어갈 수 있습니다. 한화 측은 “**우리 산업에 대한 깊이 있는 이해**”를 요구한다고 밝히고 있어[52], **회사 제품과 기술에 대한 사전 공부**도 필수입니다.

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

- **팀워크와 소통능력:** 한화에어로스페이스는 대규모 프로젝트를 수행하기 때문에 **부서 간 협업, 팀 단위 문제해결**이 일상입니다. 따라서 **조직 내 협력 경험, 갈등 조정 경험** 등을 중요하게 묻습니다. 자기소개서에서 직접적으로 묻지는 않아도, 면접에서 “팀으로 일할 때 본인 역할은?”, “의견 충돌 시 어떻게 대처하나?” 등을 통해 지원자의 **협업 스타일**을 파악합니다. **리더십 경험**도 종종 어필 포인트가 되며, 리더가 아니어도 팀 기여를 어떻게 했는지 본인을 **Followership** 측면에서 평가하기도 합니다. 이는 인재상 키워드에는 없지만 조직 생활에 필수이기 때문에 면접관들이 빠뜨리지 않고 확인하는 역량입니다.
- **글로벌 역량:** 수출 증가와 해외사업 확대에 따라 **어학능력과 글로벌 감각**도 강조되고 있습니다. 채용 공고에는 토익 등 어학점수 요구사항은 없지만, 실제 합격자들의 스펙을 보면 영어 점수가 높거나 해외경험이 있는 경우가 많습니다. 면접에서도 영어 질문이 나올 가능성이 있고 (특히 해외대 출신 혹은 지원 분야에 따라), “다른 문화의 파트너와 일한 경험” 등을 물을 수 있습니다. 방산은 국제협약, 수출통제 등이 얽혀 있어 **글로벌 이슈에 대한 이해도**도 평가 요소입니다. 예컨대 면접에서 “최근 국제정세가 우리 사업에 어떤 영향을 주는가?” 같은 질문이 나올 수 있습니다. 지원자는 최소한 **국내외 방산뉴스** (예: 폴란드 수출, 한미 미사일 지침 완화 등)를 숙지하고 자신의 견해를 말할 준비를 하는 것이 좋습니다.

이밖에 **신뢰성, 보안의식** 등 방산업 특유의 요소도 평가 과정에서 고려됩니다. 예를 들어, 면접 시 지나치게 과장하거나 일관성 없는 답변을 하면 **신뢰성 결여**로 감점될 수 있고, **보안사항은 말하지 않는지** 등도 유심히 볼 수 있습니다.

정리하면, 한화에어로스페이스 지원자는 **“전문성을 갖춘 책임감 있는 도전가”**의 이미지를 심어주는 것이 핵심입니다. 실제 최종 합격한 지원자의 후기를 보면 “압박 면접도 있었지만 패기 있게 대처했고, 인성 위주 질문이 많았다”는 언급이 있습니다^[50]. 이는 **긴장 상황에서도 자기 생각을 논리적으로 펼치고, 솔직하고 자신감 있게 보여준 태도**가 좋은 평가를 받았다는 의미입니다. 따라서 자신만의 경험과 강점을 위의 키워드들과 연결 지어 어필하고, 지원 직무와 산업에 대한 **충분한 공부와 애정**을 드러낸다면 좋은 결과를 얻을 가능성이 높을 것입니다.

5 장. 직무 분석: 구매_상경계열

5.1 직무의 핵심 역할과 일상 업무

구매_상경계열 직무는 한화에어로스페이스에서 **필요한 물자와 서비스를 적시에 적정 가격으로 조달**하는 것을 책임지는 포지션입니다. 쉽게 말해 **회사의 바이어(buyer)** 역할을 하며, 특히 상경계열 출신 구매자는 **원가분석, 계약, 협상** 등 **경영/상업** 측면에 강점을

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

발휘하게 됩니다. 한화에어로스페이스의 구매부서는 크게 **기술구매(엔지니어링 파트 구매)**와 **일반구매(관리/지원/설비 구매)**로 나뉘며, 상경계열은 주로 후자 또는 원가관리 쪽에 배치될 가능성이 높습니다.

하루 단위 업무를 상상해보면, 구매 담당자는 매일 아침 **자재 소요 현황**을 파악하고 **발주 및 납기 일정**을 체크합니다. 예를 들어 당장 이번 주 생산에 투입될 부품의 입고가 예정대로 되는지 확인하고, 문제가 있다면 대안을 찾습니다. **협력사(Supplier)**들과 수시로 통화나 이메일을 주고받으며 **납품 일정 조율**을 합니다. 또한 **시장 가격 동향**을 모니터링하여 주요 원자재(예: 철강, 화학 원료, 전자부품)의 가격 변동 정보를 내부에 공유하기도 합니다.

한 달 단위로 보면, 정기적으로 **구매 품목별 원가 절감 회의**를 합니다. 여기서 각 품목 카테고리(예: 기계 가공품, 전장부품, 소재 등)별로 **원가 구조를 분석**하고 **절감 방안**을 모색합니다. 예를 들어 특정 부품을 기존 A 사 단독 공급에서 B 사와 이원화하여 단가 인하를 추진하거나, 해외 공급선을 발굴해 수입하는 것이 유리한지 검토합니다. 이런 **소싱 전략 수립**이 구매직무의 핵심 과제 중 하나입니다. 또한 **분기별로 협력사 평가** 업무도 이뤄집니다. 납기 준수율, 품질 불량률, 가격 경쟁력을 평가하여 협력사 등급을 매기고, 그 결과를 다음 거래에 반영합니다.

1 년 단위 주요 업무 사이클로는, 연초에 **연간 구매 예산 및 계획 수립**이 있습니다. 생산계획에 따라 어떤 물자를 얼마나 살지 수요 예측을 하고, 연간 공급계약을 맺거나 단가 계약을 체결합니다. 예컨대 특정 부품은 연 단가계약으로 물량을 보장해주고 가격을 낮추는 식입니다. 또한 **연말에는 협력사 재계약 및 신규 협력사 발굴** 등이 집중됩니다. 방산업체의 경우 **연도별 정부사업 예산**에 맞춰 구매 일정이 움직이므로, 국방부 사업 일정에 맞춰 상반기/하반기 물량 발주를 조절하는 경우도 있습니다.

요약하면, 구매 상경 직무자는 ①**필요 자재 파악 (수요관리)** → ②**공급선 확보 및 발주** → ③**납품 관리**의 사이클을 반복하며, 그 과정에서 **원가절감과 품질 확보, 납기 준수**라는 목표를 달성하기 위해 노력합니다. 한화에어로스페이스의 제품이 다양하기 때문에 조달 품목도 볼트너트 같은 일반자재부터, 고가의 엔진부품, IT 장비, 서비스 용역(예: 설비 유지보수 계약)까지 폭넓습니다. 따라서 해당 직무자는 **품목에 대한 폭넓은 이해와 비즈니스 감각**을 발휘하여 **회사의 구매 활동을 최적화**하는 역할을 맡는 것입니다.

5.2 내부/외부 이해관계자 맵

구매 직무는 **다양한 부서 및 기업들과의 협업**이 필수이므로, 이해관계자 관계도를 살펴보겠습니다.

내부 이해관계자로는: - **생산관리/공장 부서**: 생산 현장에서 필요한 부품의 소요를 구매부서에 요청합니다. “어느 라인에 어떤 부품이 언제까지 필요하다”는 요구를 받으면, 구매는 이를 충족시켜야 합니다. 생산부서와 긴밀히 소통하여 **재고 수준, JIT(Just-In-Time) 요구** 등을

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

맞습니다. - **연구개발(R&D) 부서**: 신규 개발품에 필요한 시제품 부품을 구매해야 할 때 협업합니다. R&D 가 요구하는 특수 소재나 시제품 제작 용역 등을 구매가 수배해줍니다. 특히 **방산은 개발단계부터 업체 선정 (양산업체 시제품 제작)**이 이루어지므로, 개발팀과 구매팀이 함께 **개발협력사를 선정**하기도 합니다. R&D 는 기술사양 정보를 제공하고, 구매는 이에 맞는 업체를 찾는 식입니다. - **품질관리(QA) 부서**: 협력사로부터 납품된 자재의 품질 검사 결과와 관련해 상호작용합니다. 만약 불량 발생하면 구매담당자가 협력사에 통보하고 **반품·재납품 절차**를 진행하거나, 필요시 **협력사 지도**를 위해 품질팀과 함께 개선 대책을 논의합니다. 즉 구매는 협력사의 **품질 개선 요구**를 전달하고, 심한 경우 공급선 교체까지 검토합니다. - **경영기획/회계 부서**: 구매 예산과 원가에 관한 보고 라인입니다. 월간 구매 실적, 원가절감 성과 등을 집계하여 경영진에 보고하며, 회계팀과 함께 **구매 단가 기준으로 원가 계산**을 하여 손익 분석에 활용합니다. 또한 지급조건(결제 조건 등)을 회계 부서와 조율하고, 원활한 대금지급을 지원합니다. - **물류/배송 팀**: 조달한 부품의 **창고 입고와 재고관리, 현장 배송**을 책임지는 팀과 협업합니다. 구매자는 물건이 제때 창고에 도착하도록 운송 일정을 관리하고, 물류팀은 들어온 물건을 검수·보관 후 생산라인에 공급합니다. 방산의 경우 특정 부품은 **보안물자**로 취급되기에 수송에도 유의해야 하며, 이때 구매 담당이 운송업체 선정부터 인도 절차까지 신경 씁니다.

외부 이해관계자로는: - **협력사/공급업체**: 가장 핵심 파트너로, 부품 제조사, 원자재 공급사, 유통상사 등 다양합니다. 구매 담당자는 협력사와 **신뢰관계**를 구축하는 한편 **가격 협상**도 해야 하는 **상대방**이 됩니다. 한화에어로스페이스는 주요 부품의 경우 **국내 중소기업 협력사**가 많으며, 경우에 따라 해외 공급사(미국, 유럽의 부품사 등)도 상대합니다. 구매자는 이들과 **계약 조건 협의, 납품 일정 조정, 애로사항 해결** 등 day-to-day 로 커뮤니케이션합니다. - **외주 용역업체**: 제조 부품 외에도 **설비 유지보수, 시설 공사, IT 시스템** 등 서비스를 제공하는 외주업체들과도 거래합니다. 예컨대 생산설비를 개조하거나, 공장 증설 공사를 할 때 해당 업체 선정과 계약을 구매팀이 담당합니다. 이들은 일반 부품 협력사와는 다른 평가 기준(가격 경쟁입찰 등)으로 선정될 수 있으며, 구매 담당자는 **입찰 공고, 평가, 계약** 프로세스를 주관합니다. - **정부/공공기관**: 방산 분야 구매의 경우 **방위사업청 등 정부와 연계**되는 부분이 있습니다. 예를 들어 주요 부품에 대해 방사청이 **공동구매나 원부자재 지원** 제도를 운영하기도 하고, **방산 원자재 비축기지**로부터 자재를 인출받는 경우도 있습니다. 구매 담당자는 이런 정부 프로그램을 활용하기 위해 관련 기관과 접촉합니다. 또한 **수출입 통관** 시에는 세관, 무역당국과도 협업(수출허가 등)이 필요하여, 대외기관과 서류 작업을 진행하기도 합니다. - **타 회사 구매자 네트워크**: 간접적 이해관계자로, 업계 구매 담당자들끼리 정보 교류를 하거나 공동 대응을 하는 사례도 있습니다. 예를 들어 특정 소재의 글로벌 공급 부족 상황이면, 국내 방산업체 구매자들이 협회 모임 등을 통해 상황을 공유하고 정부에 지원을 건의하는 등 **업계 협력**이 일어납니다. 한화 구매 담당자는 선도 기업으로서 이런 네트워크 활동에도 참여할 수 있습니다.

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

이렇듯 구매직무는 회사 내부 조직과 생산-개발-품질-경영 전부문을 연결하고, 외부로는 협력사 및 기관과 회사의 창구 역할을 수행합니다. 조정자(coordinator)이자 협상가(negotiator)로서 여러 이해관계자의 이익을 조율하고 회사에 최적의 결과를 가져오는 것이 이 직무의 핵심입니다.

5.3 필요한 역량 (지식·기술·태도)

구매_상경 직무에 요구되는 역량은 크게 업무 전문역량과 소프트스킬로 구분할 수 있습니다.

먼저 업무 기술/지식 측면: - 원가분석 능력: 구매담당자는 가격 구성 요소를 이해하고 원가 절감 포인트를 찾아낼 수 있어야 합니다. 이를 위해 기본적인 회계·재무 지식(원가회계 개념, 비용구조 등)이 필요하며, 부품 제조공정에 대한 이해를 바탕으로 적정 원가 산출을 할 줄 알아야 합니다. 상경계열 전공자라면 학교에서 배운 관리회계나 원가관리 지식을 활용하게 될 것입니다. - 협상 및 계약관리 능력: Negotiation 은 구매의 핵심 스킬입니다. 가격을 깎는다고 Win-Win 을 이끌어내는 협상이 중요하며, 이를 위해 논리적 설득력과 데이터 활용이 필요합니다. 예를 들어 "동일 스펙 제품의 시장 시세 조사 결과" 등을 근거로 제시하며 협력사를 설득하는 방식입니다. 또한 계약서 조항 (납기, 패널티, 지불조건 등)을 잘 이해하고 관리해야 하므로 상법 등 법률 기본지식과 계약서 작성능력도 요구됩니다. - 공급망(SCM) 지식: 최근 구매는 단순 조달이 아니라 공급망 관리(SCM) 관점으로 접근합니다. Inventory 관리, 리드타임, 공급 리스크 등에 대한 이해가 필수입니다. 방산은 특정 부품이 한 곳에서만 생산되는 경우도 많아 싱글소싱 리스크가 큼니다. 따라서 백업 공급처 확보, 재고 적정 보유 등 리스크 완충 전략에 대한 지식이 필요합니다. ERP 시스템 활용이나 MRP(Material Requirements Planning) 소프트웨어 사용 능력도 중요합니다. - 제품/기술 이해: 구매라고 해도 자사가 만드는 제품의 기술을 알아야 합니다. 예를 들어 항공기 엔진 부품을 구매한다면, 그 부품의 기능과 소재, 가공법을 이해해야 가격협상도 가능하겠지요. 따라서 기본적인 기계/전기 도면 읽기 능력, 제품 구조 지식 등이 있으면 유리합니다. 상경계 출신이라 부족할 수 있는데, 입사 후 엔지니어와 동반 근무 등을 통해 학습해야 합니다. 자기계발로 국제조달사(CPSM)나 Six Sigma 자격 등을 취득하는 경우도 있습니다. - 어학 능력: 글로벌 소싱을 할 가능성이 높아 영어 등 외국어 능력이 실무에서 활용됩니다. 해외 협력사와 이메일, 전화회의를 하거나, 영문 계약서를 검토하는 일이 있기 때문에 비즈니스 영어는 중요 역량입니다. 특히 한화에어로스페이스처럼 수출기업은 영어공용회의도 있을 수 있어, 어학은 준비해두면 업무 폭이 넓어집니다.

다음으로 태도/소프트 스킬 측면: - 커뮤니케이션 & 관계형성: 구매자는 사람 대 사람 업무가 많습니다. 협력사와 상생 관계를 만들어야 하고, 내부적으로 여러 부서 의견을 조율해야 합니다. 따라서 상대 입장을 경청하면서도 회사의 이익을 관철하는 균형 잡힌 커뮤니케이션 스킬이 필요합니다. 예를 들어 협력사 어려움(원자재가 상승 등)을 이해하되, 우리도 목표 원가를 맞추는 협력적 대화가 중요합니다. 신뢰를 주는 정직함과 예의, 약속을 지키는 태도

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

등이 결국 협상력으로 이어집니다. - **분석적 사고와 디테일**: 원가계산, 수요예측, 재고관리 등 숫자와 데이터를 다루기에 **분석력**이 필수입니다. Excel 을 활용한 데이터 정리는 일상이며, 수많은 품목의 가격과 납기 정보를 체계화해야 하므로 **체계적이고 꼼꼼한 일처리**가 요구됩니다. 작은 주문 실수나 계약조건 빠뜨림이 큰 문제로 이어질 수 있으므로, **디테일을 놓치지 않는 주의력**이 중요합니다. - **윤리의식과 책임감**: 구매 분야에서 **투명성과 윤리**는 매우 중요합니다. 특히 방산은 협력사와 금전 거래가 많아 부정 리스크를 경계하기 때문에, **청렴성과 높은 윤리의식**을 필수 덕목으로 봅니다. 또한 자재 수급에 문제가 생기면 생산 차질로 이어지므로, **끝까지 책임지고 문제 해결**하려는 태도가 필요합니다. “내가 주문 안 한 부품이 공장 멈추게 해서는 안 된다”는 책임감이죠. - **멀티태스킹 및 스트레스 관리**: 구매 담당자는 동시에 여러 프로젝트를 다룹니다. A 부품 납기 쫓기면서 B 계약 협상 준비하고, C 원자재 가격 폭등 대책 고민... 이런 식으로 **동시다발 업무**가 혼잡합니다. 그래서 **멀티태스킹 역량**과 우선순위 관리 능력이 필요합니다. 때로는 납품 지연이나 품질 문제로 **긴급 대응**을 해야 해 **스트레스 상황을 잘 관리**하고 침착하게 대응하는 성격도 요구됩니다. - **학습 및 도메인 지식 축적 의지**: 앞서 언급했듯 상경계열이라도 기술 이해가 필요하고, 방산 특유의 규정(방산물자관리 규정 등)도 익혀야 합니다. 새로운 부품, 새로운 협력사가 계속 나오므로 **지속 학습하는 자세**가 중요합니다. **호기심**을 갖고 제품과 산업에 대해 배우려는 태도가 있다면 성장하는 구매 전문가로 거듭날 수 있습니다.

정리하면, 구매_상경 직무는 “**숫자에 강하고, 협상에 능하며, 신뢰받을 만한 커뮤니케이터**”를 이상적인 인재상으로 합니다. 지원자는 경영학적 지식과 본인의 협업 경험 등을 어필하며, 위 역량들을 갖추고 있음을 보여주는 것이 좋습니다.

5.4 성과 지표(KPI)와 평가 포인트

구매 직무의 **성과 지표(KPI)**는 회사에서 정량적·정성적으로 설정한 목표로 평가됩니다. 대표적인 정량 KPI 로는: - **원가 절감률**: 전년도 또는 표준원가 대비 얼마나 구매단가를 절감했는지입니다. 예를 들어 “연간 구매비용 5% 절감” 같은 목표가 있을 수 있습니다. 신입보다는 팀 단위 목표이지만, 개인별로 맡은 품목군의 절감 실적을 평가받습니다. - **납기 준수율(On-time Delivery)**: 발주한 자재가 약속된 납기 내 들어온 비율입니다. **자재 공급 안정성**의 지표로, 보통 95% 이상 등을 목표로 합니다. 구매 담당자는 협력사 관리로 이 지표에 기여합니다. - **재고/리드타임 지표**: 예컨대 **재고회전율(Inventory Turnover)** 또는 **구매 리드타임 단축** 등이 있습니다. 필요 이상 재고를 쌓아두지 않으면서도 적시 공급하는 능력을 보려는 것입니다. - **협력사 수**: 전략적으로 협력사 풀(Pool)을 관리해 **단가경쟁 유도 및 리스크 분산**을 위해 일정 수 이상의 협력사를 확보하거나, 반대로 너무 많은 협력사를 효율적으로 정리하는 등의 목표가 있을 수 있습니다. - **계약/프로젝트 완료 건수**: 예를 들어 연간 몇 건의 주요 계약 체결을 완료했는지, 신규 구매 프로젝트(신규 ITEM 소싱 등)를 몇 건 성공시켰는지 등을 볼 수 있습니다.

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

정성적 평가 포인트로는: - **협상 및 커뮤니케이션 능력**: 상사나 동료의 피드백으로 “OO대리는 협상에서 win-win 을 잘 이끈다”거나 “협력사와 관계가 좋아 트러블을 최소화한다” 등의 평가를 받습니다. 이를 위해 협상 시나리오 준비, 커뮤니케이션 태도 등이 고려됩니다. - **문제해결 능력**: 돌발 이슈 발생 시 (예: 공급사 화재로 공급 중단 등) 얼마나 **신속하고 창의적으로 대안**을 마련했는지가 중요 평가 요소입니다. 실제 사례를 놓고 “그때 어떻게 대처했는가”로 평가합니다. - **내부 협업도**: 생산/품질 등 타부서로부터 신뢰와 만족을 얻는지도 질적으로 평가합니다. “구매팀 덕에 생산 차질 없이 진행되었다”는 식의 피드백이 있다면 긍정적이죠. 반대로 사내불만이 많으면 감점일 수 있습니다. - **윤리준법 준수**: 방산업체는 구매부문의 투명성을 항상 살피므로, **법규 및 회사 규정 준수도** 평가지표입니다. 불필요한 접대나 금품수수 없었는지, 프로세스를 준수했는지 등 감시받습니다. 이는 사고가 없으면 OK 이지만, 만약 일탈이 발견되면 치명적입니다. - **자료관리 및 보고역량**: 구매 내역은 수많은 데이터를 다루므로, 이를 정리해 **깔끔한 보고서나 데이터베이스**로 만들어 경영진의 의사결정에 도움을 주는 능력도 평가받습니다. 얼마나 체계적으로 일하는지 보는 것이죠.

신입사원 단계에서는 KPI 달성보다는 **학습태도와 팀 기여도**도 평가 포인트입니다. 예컨대 초기에 배운 제품 지식을 잘 숙지하고, 작은 절감 아이디어라도 내는 적극성을 보이는지를 상사가 볼 것입니다.

성과 우수자 사례를 들자면, 한 구매 담당자가 A 라는 부품의 국내 공급선을 새로 발굴해 기존 대비 10% 가격 인하를 이끌고도 품질을 동일 수준으로 유지했다면, 이는 높은 평가를 받을 것입니다. 또 다른 예로, B 라는 원자재 공급 지연 문제가 생겼는데 해외 비축분을 긴급 확보하거나 그룹 계열사와 재고를 스왑하는 아이디어로 생산라인 정지를 막았다면, 이는 **탁월한 문제해결 성과**로 인정될 것입니다.

결국 평가는 “**회사의 원가절감과 공급안정에 얼마나 기여했는가**”로 집약됩니다. 그리고 그 과정에서 **협력사와 신뢰관계, 사내 조율**을 원만히 했는지가 정성적으로 더해집니다.

5.5 대표 업무 시나리오 예시

마지막으로, 구매_상경 직무의 **가상의 워크플로우 시나리오**를 예로 들어보겠습니다.

시나리오: “**차세대 자주포 부품 조달 프로젝트**”. 한화에어로스페이스가 새로 개발한 차세대 자주포를 양산하게 되어, 구매팀의 A 사원은 **주요 부품 X**의 조달을 맡게 되었습니다.

1. **요구 파악 및 사양 이해**: A 사원은 먼저 R&D 와 생산팀으로부터 부품 X 에 대한 **구매 요청서**를 받습니다. 거기에는 연간 필요 수량 500 개, 납기 일정, 그리고 기술 사양서가 첨부되어 있습니다. A 사원은 엔지니어와 미팅하여 부품 X 의 기능과 중요도를 파악합니다. 이 부품은 자주포 포신 안정화 장치의 핵심 부품으로, **고강도 합금강 가공품**이며 정밀도가 매우 중요하다는 정보를 얻습니다.

- 공급업체 조사:** 기존에 유사 부품을 납품하던 협력사 Y 가 있었으나, A 사원은 **원가 절감과 리스크 분산** 차원에서 **추가 공급업체**를 찾기로 합니다. 그는 국내외 산업 데이터베이스와 과거 거래 기록을 찾아, 비슷한 합금강 정밀가공 능력이 있는 **업체 3 곳**(Y 사 포함)을 선정합니다. 여기에는 예전에 방산 쪽 경험이 있는 중소기업 Z 도 포함됩니다.
- 견적 요청(RFQ):** A 사원은 선정된 3 개 업체에 **견적 요청서(RFQ)**를 발송합니다. 도면과 기술 요구사항, 예상 연간 물량, 납기 조건을 공유하고 **단가 제안과 공급 역량**을 문의합니다. 동시에 **보안각서 체결** 등 방산 절차를 안내합니다.
- 견적 비교 및 평가:** 며칠 후 3 개 업체로부터 견적이 들어옵니다. Y 사는 기존 단가 100 만원/개를 유지하겠다고 하고, Z 사는 신생 진입을 위해 90 만원/개를 제시했지만 초기 공급은 분기당 100 개로 제한이 있다고 합니다. 해외 업체 W 는 80 만원/개로 저렴하지만 운송비와 관세를 고려해야 하고 납기 3 개월로 조금 깁니다. A 사원은 **원가분석 시트**를 작성해 각 제안의 총비용과 리스크를 산출합니다. 그리고 품질관리부서와 협의하여 세 업체의 기술능력도 평점화합니다 (과거 품질 데이터, 인증 보유 여부 등).
- 협상:** 내부 검토 결과, **Z 사와 Y 사를 복수공급**으로 선정하는 것이 좋겠다는 판단이 섭니다. Y 사는 경험이 풍부해 안정적이고, Z 사는 가격이 낮아 비용절감 효과가 있기 때문입니다. A 사원은 각각 업체와 협상을 시작합니다. Z 사에는 “초기에는 물량을 적게 주지만, 품질이 입증되면 물량을 늘리겠다”는 조건으로 **90 만원보다 더 낮추는** 협상을 시도합니다. Z 사는 설비 증설 투자가 필요하므로 어렵다고 하지만, A 사원은 **한화의 장기 파트너십과 다른 부품 발주 가능성**까지 제시하며 88 만원/개까지 양보를 이끌어냅니다. Y 사에는 “경쟁사 견적이 더 낮다”는 것을 (직접 언급은 않지만) 시사하며 **단가 인하 요구**를 합니다. Y 사는 초기엔 난색이지만, A 사원이 “일정 물량 보장”과 기술자료 공유 지원 등을 제안하자 95 만원/개로 일부 인하에 동의합니다. 또한 두 업체 모두에 **납기 준수 페널티/보너스 조항** 등을 협의하여 계약 조건에 넣기로 합니다.
- 계약 체결:** A 사원은 협상 결과를 바탕으로 **구매계약서 초안**을 작성합니다. 법무팀 검토를 거쳐 Y 사, Z 사와 각각 연간 공급계약을 체결합니다. 내용에는 단가, 납기 일정(월별 40~60 개 공급), 품질 불량시 대처, 비밀유지, 대금 지급조건(납품 후 60 일 내 지급) 등이 명시됩니다. 계약서에 양측 서명이 완료됩니다.
- 발주 및 공급관리:** 계약에 따라 A 사원은 첫 분기 물량을 **발주서(PO)** 발행합니다. 동시에 ERP 시스템에 계획을 입력하여 물류팀과 생산팀이 볼 수 있게 공유합니다. 이때 Z 사에 처음 맡기는 것이므로, A 사원은 **초도품 검사 일정**을 품질팀과 잡아 Z 사

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

공장을 방문토록 조율합니다. Y 사에는 기존 프로세스대로 진행하되, 이번에는 단가인하를 했으므로 **자재 승인 절차를 더 신속히** 지원해줍니다.

- 8. 납품 및 문제 대응:** 첫 달 납품에서 Z 사가 5 일 정도 지연될 조짐이 보입니다(초기 품질조정 이슈). A 사원은 이를 파악하고 **생산팀과 협의**하여 해당 부품 투입 일정을 약간 조정하도록 조치합니다. 동시에 Z 사와 통화해 **필요한 지원**(예: 추가 검사장비 대여 등)을 제공하여 최대한 빨리 납품하도록 독려합니다. Y 사는 제때 납품을 완료했으나, 품질검사에서 몇 개의 치수 미달 부품이 발견되었습니다. A 사원은 즉시 Y 사 품질담당과 협의하여 **대체품 긴급 납품**과 재발 방지 대책서를 받습니다. 이 과정에서 협력사를 다그치기보다 **함께 원인 분석**을 해서, 원재료 로트의 문제임을 규명하고 다음부터 검사를 강화하기로 합의합니다.
- 9. 사후 평가 및 보고:** 1 분기 종료 후, A 사원은 **분기 구매 실적 보고서**를 작성합니다. 여기에는 부품 X 에 대해 **“이원화 조달로 단가 5% 절감, 납기 준수율 98%, 초기 품질 이슈는 조치 완료”** 등의 결과를 담습니다. 경영진은 비용 절감 성과를 긍정적으로 평가합니다. 다만 **Z 사의 생산능력 증대**가 필요하니 하반기에는 투자협의를 하라는 지시도 받습니다. A 사원은 이를 바탕으로 **협력사 발전회의**를 기획하고, Z 사의 애로사항(설비 투자 비용 부분 지원 검토)을 챙기면서 회사의 안정적 공급망 구축을 추진합니다.

위 시나리오는 간략하지만, 구매 직무자가 **수요 파악 -> 공급자 선정 -> 협상 -> 계약 -> 납품관리 -> 평가**에 이르는 **End-to-End 과정**을 수행한다는 것을 보여줍니다. 동시에 **내부 조율(생산/품질)과 외부 소통(협력사)**를 계속 해야 하고, 이슈 발생 시 **문제해결**에 나서는 모습도 담았습니다. 현실에서는 더 복잡하고 여러 품목을 병행하지만, 기본적인 흐름은 이와 유사합니다.

이러한 일련의 과정을 통해 구매 담당자는 **회사 원가 경쟁력을 높이고 공급망 안정에 기여**하게 됩니다. 방위산업에서 **적시조달의 중요성**은 매우 크기 때문에, 구매 직무의 성과는 최종 제품 생산의 성공과 직결됩니다. 따라서 자부심과 책임감을 가지고 일할 수 있으며, 본 시나리오처럼 **협상에서 성과를 내고 문제를 해결했을 때 큰 보람**을 느낄 수 있는 직무가 바로 구매_상경계열입니다.

[1] [8] [11] [13] [16] [21] [28] [31] [32] [33] [34] [49] 한화에어로스페이스 핵심 기업분석 - 2026년 상반기

<https://jasoseol.com/companies/4216/insights>

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

[2] [7] [14] [15] Hanwha Group increases stake in KAI to expand cooperation in future aerospace projects

<https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2026-03-17/business/industry/Hanwha-Group-increases-stake-in-KAI-to-expand-cooperation-in-future-aerospace-projects/2546726>

[3] Unprecedented rise in global military expenditure as European and Middle East spending surges | SIPRI

<https://www.sipri.org/media/press-release/2025/unprecedented-rise-global-military-expenditure-european-and-middle-east-spending-surges>

[4] [5] [6] [9] [10] Defense chief urges efforts to back S. Korea's goal of No. 4 arms exporter | Yonhap News Agency

<https://en.yna.co.kr/view/AEN20260114008800315>

[12] Hanwha announces defence consolidation

<https://www.janes.com/osint-insights/defence-news/industry/hanwha-announces-defence-consolidation>

[17] [18] [25] [26] [27] [29] [55] 한화에어로스페이스, 2024 년 실적 발표 :: 산업뉴스 여기에

<https://news.yeogie.com/entry/273036?locPos=25Q&>

[19] [20] [22] [30] Hanwha Aerospace to Spin-Off Industrial Solution Businesses, Focusing Defense and Aerospace - Businesskorea

<https://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=223075>

[23] [24] 한화에어로스페이스: 방산에서 우주까지, '국가 전략기업'의 진화

<https://bcuts.tistory.com/474>

[35] [PDF] 한화에어로스페이스 (012450)

<https://bbn.kiwoom.com/rfCR11734>

[36] [37] [38] [ESG 포커스] 한화에어로스페이스 "사람 중심 경영 강화...공정한 인사·조직문화 혁신" - 데일리 e 뉴스

<https://www.dailyenews.co.kr/news/articleView.html?idxno=46634>

심층 분석 보고서: 한화에어로스페이스-구매_상경계열

[39] [40] [41] [42] [43] [51] [52] 채널 - 인기 있는 기업 소식 확인하기 | 링커리어

<https://linkareer.com/channel/%EB%A7%88%EC%9D%B4%EC%BB%A4%EB%A6%AC%EC%96%B4-29409/8607>

[44] [45] [46] [47] [48] 한화에어로스페이스 채용공고 - 2026 상반기 대규모 신입사원 채용 | 자소서 문항, 지원자 스펙 분석까지

<https://jaseol.com/recruit/102982>

[50] [53] [54] 한화에어로스페이스 기업정보 - 2026 년 연봉, 사업, 채용, 지원자 스펙 분석

<https://jaseol.com/companies/4216>