

한국형 차세대 전투기 KF-X 해외 수출 가망성 향상을 위한 마케팅 전략

Marketing Strategies for Exporting the KF-X

<논문 요약본>

1. 연구 배경

2015년 3월 30일, 한국항공우주산업(주)가 한국형 차세대 전투기 KF-X의 우선사업체로 선정됨에 따라 KF-X 한국형 전투기 사업이 가시화 되었다. 한국형 전투기 사업을 통해 한국은 독자적인 선진 전투기 설계기술을 확보 할 수 있으며 2020년 도태 예정인 F-4, F-5 전투기 교체를 통해 대북 억지력과 공군전력을 유지 할 수 있다. 그리고 전투기의 해외 수출을 통하여 부가적인 경제 효과 역시 창출해 낼 수 있다. 특히, 한국형 전투기의 개발 및 배치에 있어서 규모의 경제를 실현하고 경제적 이익을 극대화 하기 위해서는 추가적인 해외 수출이 필수불가결 하다고 하겠다. 이에 본 연구는 한국형 전투기 사업의 성공을 위한 KF-X 해외수출을 위한 마케팅 전략 도출을 제안하고자 한다.

2. 연구 내용

본 연구에서는 KF-X 요소 분석 등의 현황을 연구한 뒤 현재 국내외 전투기 관련 방산 시장조사를 통해 전투기의 현재 시장 위치를 파악하였다. 또한 Porter의 경영전략과 전투기 산업에서 사용되는 High/Medium/Low 전략을 융합한 KF-X 경쟁전략 모델을 제안하였다. 이에 따라 도출된 전략 하에 주요 수출 대상국 및 KF-X의 포지셔닝을 제시하고 이에 적합한 가격, 성능, 정치적 지원 등과 같은 마케팅 믹스 전략을 제시하였다. 연구 내용은 다음과 같다.

활용	차별화	비용우위	집중화
High	F-22 F-15E	F-15C/D	
Medium		FA-18	A-10
Low		F-16 F-4 F-5	

표.1 KF-X 경쟁전략 모델

활용	차별화	비용우위	집중화
High	F-22 F-15E	F-15C/D KF-X FA-18	
Medium		F-16	A-10
Low		F-4 F-5	

표.2 KF-X 포지셔닝맵

S(Strength)	W(Weakness)
1. 2020년 기준 가장 최신의 Medium급 전투기 2. 적절한 가격(가격경쟁력) 3. 기본 250대 발주 거래 물량 확보 4. 쌍발엔진 5. 동급 전투기에 비해 많은 무장 가능 (장착대수/무장(1b): 10개/16,000) 6. 동급 전투기에 비해 빠른 속도 7. 제조사인 KAI 아시아 최초 에어버스 설계 승인권 보유	1. FA-50 외의 Medium 급 전투기 개발 경험부족 2. 5세대 전투기에 비해 부족한 스텔스 기능 3. 5세대 전투기에 비해 부족한 초음속 순항기능 4. 5세대 전투기에 비해 부족한 추력편향기술과 기동성
O(Opportunity)	T(Threat)
1. 동남아, 중동, 남미를 중심으로 수요가 증가하는 추세 2. 전 세계적으로 Medium급 전투기 개발이 적은 상황 3. 남중국해, 중동 등 안보 불안정에 따른 전투기 수요 증가	1. 인도에서 개발중인 HAL Tejas와의 경쟁 불가피 2. 미국, 러시아, 중국, 일본 등의 항공선진국의 경우 5~6세대 개발에 착수했다.

표.3 KF-X의 SWOT Analysis

3. KF-X 마케팅 믹스 제안

시장선택	<p>현재 아시아-태평양 국가들은 주변국의 성장으로 인해 자국의 국방력을 강화하고 군수물자를 선진화 하는 추세를 보이고 있다. 따라서 본 연구에서는 필리핀, 파라과이 등과 같은 저개발 국가이지만 군수 선진화가 진행중인 국가를 잠재시장으로 보았다. 결론적으로 현재 군수의 선진화를 추진중인 저개발 및 개발도상국, 그 중 특히 우리나라와 정치적 이해관계가 유사하고 절충무역의 잠재성이 높은 필리핀 등지와 같은 중동 및 동남아시아의 국가를 목표시장으로 삼는 것이 적절하다</p>
가격책정	<p>현재 KF-X의 체계개발비용과 양산비용을 계약을 체결한 대수로 나누면 대략 6500만달러~7000만달러로 계산된다. 따라서 규모의 경제를 이용하여 수출 체결 대수가 증가하여 생산요소 투입량이 증가하면 단위당</p>

	개발비와 생산비가 줄어들어 대당가격 인하가 가능하다. 따라서 KF-X 대당가를 6500만달러 이하로 책정한다.
주요성능	KF-X의 해외 수출 시 국산 AESA 를 통해 전투기 제작 가격을 절감할 수 있으며 군수 선진화를 추진하는 표적시장의 요구사항을 적절하게 반영할 수 있을 것으로 보인다. 따라서 KF-X의 해외 수출 시 유지 및 보수 비용의 절감과 효율적 기체관리를 위해 국산 AESA레이더를 주요 성능으로 선정하여야 한다. 무장, 스텔스 등과 같은 타 성능의 경우 수출 대상국의 요구에 맞추어 개발 시 약간의 성능을 변화시켜 제공 및 배치하는 것이 바람직하다. 이를 통해 제작가격을 수출대상국의 예산에 맞게 조정할 수 있으며 보다 실용적이고 KF-X 한국형 차세대 전투기의 개발 취지에 부합하는 Multi-role 전투기를 생산해 낼 수 있다. 결론적으로 KF-X의 기술적 목표 성능에 있어서 국산 AESA레이더를 그 주요 성능으로 채택하되 스텔스 및 무장 기능 등은 수출 대상국의 필요에 응하여 제공하여야 한다.
서비스 및 정치적 지원	<p>전투기 구입 이후의 유지, 보수 서비스의 어려움을 겪어 비행 자체가 어려워지고 있는 개발도상국이 늘고 있는 추세다. 본 연구에서는 뛰어난 우리나라의 서비스정신과 신속한 대응력을 활용하여 정기적인 전투기 A/S 혹은 24시간 내로 긴급 보수 팀 파견 등과 같은 서비스 측면을 강조하여 이를 KF-X의 수출 경쟁전략 중 하나로 제안한다.</p> <p>군수 물자의 수출입 시 가장 빈번하게 국제 관행으로써 발생하는 계약 형태는 절충 교역으로 국제 거래에 있어 수출 대상국에 해당하는 기술을 이전하거나 부품발주를 제공하는 등의 구상무역으로 이루어진다. 전투기 등의 경우 그 액수가 천문학적이기 때문에 절충교역의 비율을 높이는 방식으로 국가 와 국가 간의 거래가 이루어 질 경우 부품 조달이나 사후 유지 및 보수 관리가 수월해 질 뿐만 아니라 그 비용 역시 절감할 수 있게 된다. 따라서 KF-X 한국형 전투기 역시 절충 교역의 채택을 통하여 본 연구에서 수출 대상국에 제안한 사후 유지 및 보수 서비스와 부품 조달 및 제공의 과제를 비교적 쉽게 달성 할 수 있을 것이다.</p>

4. 연구 결론

본 연구는 한국형 전투기 KF-X 사업의 성공을 위하여 해외 수출에 관련된 마케팅 전략을 제시하였다. 이를 위해 Poter의 경영전략과 전투기 산업의 High/Medium/Low 전략을 융합한 KF-X 전략모형을 제시하였다. KF-X 전략모형에 따라 비용우위에 근거한 Hybrid 전략을 제안하였으며 향후 충분한 시장 수요가 예측되는 Medium급 전투기 시장을 목표로 한다. KF-X 전략에 따른 구체적 마케팅 믹스는 다음과 같다. KF-X에 적합한 수출 대상국으로는 필리핀, 파라과이 등과 같은 저개발 국가이지만 군수 선진화가 진행중인 국가를 선정하였다. 이를 바탕으로 수출 대상국을 위한 전투기의 가격은 5000만~6500만 달러로 책정하였으며 전투기의 핵심성능으로는 국산 AESA레이더를 선정하였으며 수출 대상국의 요구에 따라 무장과 스텔스 등의 부가적인 성능을 제공한다. 또한 적극적인 사후 유지 및 보수 서비스와 절충 교역 등과 같은 정치적 지원을 제안하였다.