

현대자동차 기업분석

(Hyundai Motor Company)

I. 기업 일반

1. 기업개요

1) 기업소개

본사주소	서울특별시 서초구 헌릉로 12(양재동 231)		
사업분야	승용차 및 기타 여객용 자동차 제조업		
홈페이지	www.hyundai.com	구분	차량 제조 대기업
설립일	1967년 12월 29일	대표이사	정몽구, 정의선
총자산(연결기준)	178조	매출액(연결기준)	96조
임직원수			

- 현대자동차그룹의 모기업으로서 기아자동차·현대모비스·현대위아·현대제철·현대하이스코·현대비엔지스틸·현대글로벌비스·HMC투자증권 등 상장법인을 비롯하여 55여 개의 계열회사보유
- 각종 차량의 제조 판매업, 각종 차량 부품품의 제조 및 판매업, 각종 차량의 수리업, 무역업 등을 영위. 주요 제품과 구성비율은 차량 81%, 금융 12% 등으로 구성
- 인도·중국·터키·미국, 러시아, 체코 등지에 해외공장과 연구 시설을 두고 190여 개국에 수출. 1991년에는 독자 엔진 개발에 성공함으로써 차량 국산화에 기여

2) 사업분야

총 3개의 주요 사업분야 나눌 수 있음

- 차량부문 (매출비중 : 79%) : 자동차와 자동차부품제조 및 판매, 차량정비
- 금융부문 (매출비중 : 14%) : 차량할부금융 및 결제대행업무
- 기타부문 (매출비중 : 7%) : 철도차량 제작

주요사	주요사	주요제품
차량부문	현대자동차, HMA, HME, HMCA, HMMA, HMMC 등	자동차 등
금융부문	현대카드, 현대캐피탈, HCA	할부금융, 리스, 신용카드
기타부문	현대로템 등	철도제작 등

[참고] 부문별 매출현황

(단위 : 백만원)

구분		2016년 3분기	2015년	2014년
매출	차량부문	53,277,738	72,679,678	72,308,069
	금융부문	10,856,980	12,436,093	10,770,386
	기타부문	4,976,302	6,842,965	6,177,864
합 계		69,111,020	91,958,736	89,256,319

3) 계열사 현황

국내 55개의 계열회사(현대차포함)

업 종	회사수	상 장	비 상 장
자동차 제조 및 판매	2	현대자동차 기아자동차	-
자동차부품 제조업	13	현대모비스 현대위아	현대다이모스 현대케피코 현대파워텍 현대아이에이치엘 현대엠시트 현대파텍스 위아마그나파워트레인 에이치엘그린파워 현대위아터보 지아이티 현대첨단소재
철강제조업	3	현대제철 현대비앤지스틸	현대중합특수강
증권중개업	1	현대차투자증권	-
물류 관련업	3	현대글로벌비스	지마린서비스 아토즈서플라이서비스
신용카드 및 할부금융업	3	-	현대캐피탈 현대커머셜 현대카드
IT 관련사업	2	-	현대오토에버 현대엠엔소프트
전자금융업	1	-	블루월넷
생명보험업	1	-	현대라이프생명보험
자동차 핵심기술개발	2	-	현대엔지비 현대오토론

철도차량 제조 및 판매업	2	현대로템	메인트란스
건설업	3	현대건설	하더이알앤씨 현대스틸산업
설계 및 관련 서비스 용역업	2	-	현대엔지니어링 현대종합설계건축사사무소
부동산 개발, 관리 및 관련업	5	-	현대도시개발 부산파이낸스센타에이엠씨 송도랜드마크시티 울촌제2산업단지개발 서울PMC
광고대행업	1	이노션	-
에너지 관련업	3	-	그린에어 현대에너지 현대에코에너지
산림 및 조경업	2	-	서림개발 서림환경기술
영농 및 축산업	1	-	현대서산농장
금속제품 도매업	1	-	현대머티리얼
숙박 및 골프장 관련업	2	-	해비치호텔앤드리조트 해비치컨트리클럽
스포츠 클럽 운영업	2	-	기아타이거즈 전북현대모터스에프씨
합 계	55	11	44

4) 주요 모델 출시 관련 현황 (2012~)

도	주요 내용
2012년	<ul style="list-style-type: none"> - 'i40 살룬' 출시 - 전기차 콘셉트카 '아이오닉' 최초 공개 - 쏘나타 하이브리드 '저탄소제품 인증' 획득 - 신형 '싼타페' 출시 - 뉴카운티 중형버스 출시 - '벨로스터 터보' 출시 - '제네시스 2013' 출시 - '2013년형 아반떼' 출시 - '쏘나타 더 브릴리언트' 출시 - '쏘나타' 美 컨슈머리포트 최고의 차 선정
2013년	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 최초 수소연료전지차 양산 - 프리미엄 대형 SUV '맥스크루즈' 탄생 - '그랜드 스타렉스 캠핑카' 출시 - 아반떼 쿠페 출시 - 제네시스 다이내믹 에디션 더 블랙 출시 - 2014 쏘나타 더 브릴리언트 출시 - 더 뉴 아반떼 출시 - '엑센트 2014' 출시

	<ul style="list-style-type: none"> - 그랜드 스타렉스 사론구동 시판 - 중국 전용 전략차종 '밍투' 출시 - 'i40 2014' 출시 - '제네시스 쿠페 2014' 출시 - 글로벌 명차의 새로운 기준 '신형 제네시스' 출시 - '그랜저 하이브리드' 출시 - '쏘나타 하이브리드 2014' 출시 - 벨로스터 터보 '튜익스 레이싱' 출시
2014년	<ul style="list-style-type: none"> - '싼타페 2014' 출시 - '더 뉴 아반떼 튜익스 에디션' 시판 - '신형 쏘나타' 출시 - '베라크루즈 2015' 출시 - '2015년형 그랜저' 출시 - '엑센트 2015' 출시 - '맥스크루즈 ·싼타페 2015' 출시 - '아슬란(ASLAN)' 출시 - '더 뉴 아반떼 2015' 출시 - '포터II, 그랜드 스타렉스 2015' 출시 - '신형 쏘나타 하이브리드' 출시 - '2015 그랜저 하이브리드' 출시
2015년	<ul style="list-style-type: none"> - '2015년형 에쿠스' 출시 - '더 뉴 i40' 출시 - '올 뉴 투싼' 출시 - 중국형 신형 쏘나타 출시 - 중형트럭 '올 뉴 마이티' 출시 - '싼타페 더 프라임' 출시 - '2016 그랜드 스타렉스' 출시 - '더 뉴 맥스크루즈' 출시 - '신형 아반떼' 출시 - 글로벌 브랜드 '제네시스' 런칭 - '엑센트 튜익스 크래용[TUIX Crayon]' 출시 - 아반떼 2.0 모델 및 하이테크 패키지 출시 - 2016 아슬란 출시 - 제네시스 'EQ900' 출시
2016년	<ul style="list-style-type: none"> - 국산 최초 친환경 전용 모델 '아이오닉' 출시 - 제네시스 'EQ900 리무진' 출시 - 그랜저 탄생 30주년 기념 '컬렉션' 모델 출시 - 2016년형 투싼 출시 - 아이오닉 일렉트릭 출시 - 중국형 신형 아반떼(링동) 출시 - '2017년형 쏘나타' 출시 - 아반떼 스포츠(Sport) 출시 - 그랜저 탄생 30주년 기념 한정모델 출시 - 쏘라티 캠핑카 출시 - 중국형 쏘나타 하이브리드 출시 - 쏘나타 씬머 스페셜 에디션 출시 - 2017년형 싼타페 출시 - 유로6 만족한 2017 포터II, 그랜드 스타렉스 밴 출시 - 벨류 플러스 모델 출시 - '핫 해치(Hot Hatch) i30' 출시 - 2017 아슬란 출시
2017년	<ul style="list-style-type: none"> - 2017년형 에어로시티 출시

	<ul style="list-style-type: none"> - 2018 쉐타페 출시 - 아이오닉 플러그인(plug-in) 출시 - 그랜저 가솔린 3.3 모델 출시 - 쉐타페 가솔린 2.0 터보 출시 - 쏘나타 뉴 라이즈(New Rise) 출시 - 2017 아반떼 출시 - 중국 전용 신차 올 뉴 위에동 출시 - 신형 그랜저 하이브리드 출시 - 제네시스 EQ900 2017년형 출시 - 2017년형 투싼 익스트림 에디션 출시 - 2017 i30 출시 - 2017 i40 출시 - 쏘나타 뉴 라이즈 하이브리드 출시 - 2017 엑센트 출시 - 글로벌 소형 SUV 코나(Kona) 출시 - 쏘나타 뉴라이즈 플러그인 하이브리드 출시 - 스타렉스 어린이보호차·버스 LPG 모델 출시 - 중국전략신차 '올 뉴 루이나' 출시 - 제네시스 G70 출시 - 2018 그랜저·그랜저 하이브리드 출시 - 중국 전략형 SUV 신형 ix35 출시 - 스페셜 에디션 쏘나타 커스텀 핏 출시 - 2018 맥스크루즈 출시 - 더 뉴(The New) 그랜드 스타렉스 출시
2018년	<ul style="list-style-type: none"> - 신형 벨로스터 출시 - 신형 쉐타페 출시 - 2018 쏘나타 뉴라이즈 출시 - 아이오닉 2018 출시 - 중국 소형 SUV 엔씨노 출시 - 쉐타페 스페셜 모델 'Inspiration' 출시 - 더 뉴 그랜드 스타렉스 리무진 출시 - 벨로스터 N 출시

5) 사업개요

(1) 산업의 특성

- 자동차 산업은 광범위한 산업 기반을 전제로 하기 때문에 다른 산업에 비해 전후방 산업 연관 효과가 매우 큼
- 자동차 산업은 크게 제조, 유통, 운행 구분 가능

[참고]

- ▲ 제조부문 : 철강, 화학, 비철금속, 전기, 전자, 고무, 유리, 플라스틱 등의 산업과 및 2만여 개의 부품을 만드는 부품 업체가 연계되어 있음
- ▲ 유통부문 : 직영 영업소나 대리점, 할부금융, 택송회사 등
- ▲ 운행부문 : 정비, 부품, 주유, 보험 등

(2) 산업의 성장성

- 한국 자동차 산업은 최초의 고유 모델인 포니를 수출하기 시작한 **지난 1976년 이후 2017**

년까지 총 9,761만 대의 자동차를 생산했는데, 이 중 42.3%인 4,127만 대를 내수 시장에, 나머지 57.7%인 5,632만 대를 해외 시장에 판매

(3) 경기 변동의 특성

- 자동차 수요는 경기 변동과 밀접한 관계

경기 침체기에는 투자 위축과 고용 감소로 인해 소비가 둔화되면서 중산층 이하의 지출에 크게 영향을 미침. 이 시기 대표적 내구재인 자동차 수요는 다른 소비재에 비해 더 크게 감소하는 특성을 보임.

(4) 경쟁 요소

아래 3가지를 들 수 있으며, 시장 지배력을 강화하고 비용 절감 및 수익성을 확보하는 데 결정적인 영향을 미치는 변수

① 제품력

차량의 성능, 안전성, 디자인, 품질, 신기술 등 제품에 대한 만족도를 극대화를 통한 경쟁 우위를 가질 수 있게 해줌

② 마케팅력

고객이 원하는 상품 컨셉트 창출 및 신제품 출시, 광고, 판매 및 A/S망 구축 등을 매개로 고객을 적극 창출함으로써 경쟁력을 높여주는 요소

③ 비용 경쟁력

신제품 개발 비용, 양산차 제조 생산성, 간접 인력의 생산성, 금융 비용 등을 포함하는 총체적인 비용 개념으로 가격 경쟁력과 수익성에 결정적인 영향을 미침

자동차 산업은 거대한 자본이 투입되는 대규모 장치 산업이라는 특성 때문에 각 국마다 소수 업체 위주의 과점체제를 구축하고 있음. 즉 일정 규모의 양산 설비를 구축하는데 막대한 비용이 투입되어야 하며 진입 결정 이후 제품 출시까지 최소한 4~5년이 소요되기 때문에 막대한 자금력을 갖춘 기업이라도 진입에 성공할 가능성이 낮음.

자동차 업체는 종업원이 수만 명에 이르고 협력업체가 수천 개에 달하기 때문에, 실적 부진이 장기화되는 경우에도 국민 경제에 미치는 파장을 고려해 구조조정이나 조업단축에 신중할 필요가 있음.

(5) 지역별 시장 여건 및 영업의 개황

1) 한국시장

(가) 시장 여건

- 한국시장은 2009년부터 2011년까지 3년 연속 판매 증가세를 이어감
- 2015년에도 RV신차 효과가 이어지며 전년비 8.5% 증가한 159만 대 판매
- 2016년 1~9월은 상반기 개별소비세 인하 영향으로 대형과 중형 및 SUV의 성장이 지속됨 (전년동기비 3.3% 증가한 116만대가 판매(수입차 제외)됨
- 2017년에는 준중형 및 중형 차급의 부진으로, **전년비 2.5% 감소한 156만 대가 판매**
- 2018년 1~6월에는 중형 및 중대형 차급의 부진으로, 전년동기비 3.1% 감소한 76만 1천 대가 판매(수입차 제외). 소형 SUV 차급은 29.9% 성장했지만, 중형과 중대형 차급이 각각 25.8%, 23.2% 감소하여 전체 시장은 소폭 감소

(나) 영업의 개황

- 2018년 1~6월 한국시장에서 당사는 전년동기비 2.8% 증가한 35만 4천 대를 판매하여 46.6%의 시장 점유율(수입차 제외)을 차지. 신형 싼타페 및 신차 코나의 판매 호조로 전체 판매 증가
- 2018년에는 수소전기차 넥소를 출시하여 친환경차 라인업을 강화했습니다. 중대형 인기 차종 및 고성능 4개 차종의 가격을 인하하는 '착한 가격' 정책을 진행했습니다.

2) 미국시장

(가) 시장 여건

- 2008년 글로벌 금융위기의 직격탄을 맞으면서 1,319만 대로 판매가 급감
- 2009년은 1,040만 대까지 판매 감소(※산업수요 감소로 GM, 크라이슬러 등 미국 업체는 구조조정을 강도 높게 추진)
- 2010년에는 금융위기 이후 위축되었던 SUV와 픽업 등 소형상용차 판매가 다시 늘어나면서 5년 만에 판매가증가세로 전환
- 2011년부터 2014년까지는 저금리 기조가 지속되면서 신용 조건 완화와 교체 수요가 이어졌으며, 2014년 이후 실물경기 회복과 실거래가 인하, 중대형 SUV와 픽업에 대한 소비심리 개선 등으로 증가세가 지속
- 2015년에는 소형상용 호조를 기반으로 전년비 5.7% 증가한 1,747만 대가 판매
- 2016년 1~9월에는 엔트리 SUV 신차효과 및 픽업 호조로 전년동기비 0.5% 증가한 1,311만 5천 대가 판매. 소형상용의 호조가 지속된 반면, 승용은 주력 차급의 부진으로 비중이 감소하. 세부 차급별로는 SUV와 픽업이 각각 6.7%, 5.8% 증가한 반면, 소형 승용은 5.9%, 중형은 10.6% 감소
- 2018년 1~6월에는 승용의 판매 감소에도 불구하고 소형상용의 성장으로 전년동기비 1.9% 증가한 861만 1천 대가 판매. 소형상용은 SUV와 픽업의 판매 호조로 전년동기비 9.6% 증가한 반면, 승용은 전 차급의 판매 부진으로 11.7% 감소

(나) 영업의 개황

- 2016년 1~9월 미국시장에서 현대차는 전년 동기비 1.6% 증가한 58만 8천 대를 판매해 4.5%의 점유율을 차지(엘란트라 판매가 19.0% 감소한 반면, 투싼이 59.1% 증가한 6만 5천 대, 싼타페가 11.2% 증가한 9만 8천 대 판매되며 소폭의 판매증가)
- 2015년 10월 미국 누적판매 천만 대를 돌파
- 신형 제네시스 미국 고속도로안전보험협회(IIHS)의 충돌시험 결과에서 승용차 세계 최초로 세부항목 전 부문 만점을 획득하여 안정성을 입증.
- 미국 시장조사업체인 제이디파워(J.D.Power)사가 발표한 2015년 신차품질조사(IQS)에서 95점으로 2위 를기록해 2년 연속 최상위권을 차지 함
- 고객만족도 측면에서도 미국 자동차 전문 컨설팅 조사업체인 오토퍼시픽(Auto Pacific)사의 2015년 조사에서 쏘나타가 중형차부문 1위 수상
- 상품성만족도조사(APEAL)에서도 2014년 일반브랜드 부문 1위에 이어 2015년에도 2위를 기록
- 2016년 글로벌 100대 브랜드35위(인터브랜드 선정)
- 2016년에 이어 2017년에도 35위에 오르며 가장 빠르게 성장하는 자동차 브랜드로 평가
- 엘란트라가 세계 3대 디자인상 중 하나인 IDEA에서 자동차 운송 디자인 부문 본상을 수상하며 디자인 경쟁력을 인정받음
- **2017년에는 자동차 전문 평가기관인 켈리블루북에서 뽑은 10대 자동차에 쏘나타 선정**

3) 아시아시장

(가) 시장 여건

중국시장

- 아시아 지역의 대표 시장인 중국은 2009년 이후 미국을 제치고 세계 1위의 자동차 시장으로 부상. 최근에는 소득 증대로 인해 수요가 증가하면서 중서부 내륙 지역에서도 주요 업체들이 생산능력과 판매망을 늘리며 판매 확대에 적극 나서고 있는 상황
- 2011년에는 긴축 정책과 소형차 구매 지원 정책이 종료되어 소폭 증가하는데 그침
- 2012년에는 상반기 판매 호조를 보였으나 9월 이후 일본업체 판매가 급감하면서 증가세가 둔화
- 2013년에는 전년 부진했던 일본업체의 판매 급증과 SUV, MPV의 신차 효과에 힘입어 판매 증가세 확대
- 2014년에는 대도시 구매제한 정책 시행 가능성이 높은 2~3급 도시에서 선수요가 발생했으며, C2차급 볼륨 모델 호조 및 소형 SUV 신차효과로 높은 성장세가 지속
- 2015년 구매제한 정책 시행에 따른 신규 수요 감소와 선수요 소멸로 인해 증가세가 둔화되면서, 전년비 8.3% 증가한 2,082만 대 판매에 그침
- 2016년 1~9월 중국시장의 자동차 판매는 승용기준(미형밴 포함)으로 전년동기비 14.5% 증가한 1,637만 9천 대가 판매. 소형차 구매세 인하 효과 및 저가 SUV 중심의 판매 호조로 성장폭이 확대
- 2017년에는 SUV外 시장의 판매 감소로 전체 시장은 1.3% 성장에 그침
- 2018년 1~6월에는 SUV의 성장 주도로 1.9% 성장했으며, SUV가 전년동기비 8.7% 증가했고 SUV外 시장은 0.8% 증가에 그침

인도시장

- 정부가 자동차 산업 육성을 주도하면서 급성장했으며, 금융위기를 계기로 성장세가 더욱 가속화되어 2010년 세계 6위의 시장으로 부상
- 차급별로는 경소형차 위주의 차급 구조에서 소득 수준의 향상으로 중형 이상 차급의 비중이 점차 증가
- 2012년에는 업체들의 인센티브 확대 등으로 전년비 9.2%가 증가
- 2013년에는 고유가(디젤가격 상승), 고환율(루피화 약세), 고금리로 인해 전반적인 소비심리가 위축되며 수요가 감소세로 전환
- 2014년 하반기 들어 신정부 출범 기대감과 소비세 인하 연장, 가격 인상 전 선수요로 판매 크게 증가
- 2015년 지난해에는 업체별 신차 출시 및 물가 안정에 따른 소비 심리 회복으로 전년비 8.5% 증가한 276만 대가 판매
- 2016년 1~9월 인도시장에서는 전년동기비 8.9% 증가한 220만 5천 대가 판매

(나) 영업의 개황

- 2016년 1~9월 중국시장에서 당사는 전년동기비 7.5% 증가한 77만 9천 대를 판매. 랑동(MD), 베르나(NB) 등 기존 볼륨 모델 노후화에 따른 판매 악화에도 불구하고, 지난해 출시된 투싼과 올해 출시된 신형 아반떼(AD) 신차효과로 성장세 기록
- 인도 시장에서 2016년 1~9월 전년동기비 7.9% 증가한 37만 대를 판매. 지난해 출시된 크레타 신차효과 및 볼륨 모델 그랜드 i10의 호조가 전체 판매증가를 견인
- 시장조사 업체인 제이디파워(J.D.Power)사의 중국 판매 만족도평가(SSI)에서 2년 연속 역대 최고 점수를 기록하며 1위를 차지
- 중국 축구 국가대표팀과 베이징 국제 마라톤 대회 후원 등 스포츠마케팅 강화와 어린이 교통안전 캠페인 전개, 교통사고 유자녀 후원을 위한 펀드 조성 등 사회공헌 활동을 강화하며 고객과 밀접한 브랜드 알리기에 힘쓰고 있음
- 중국 상용차 시장 성장에 대응하기 위해 2012년 8월 쓰촨성 쑤양시에 16만 대 규모의 상용차 공장을 건설하여, 중국 전략형 모델 창후와 칸언디 등을 통해 공세 강화
- **2013년 그랜드i10, 2014년 엘리트i20에 이어, 2015년 크레타가 3년 연속 iCOTY(indian Car of The Year)를 수상**

(4) 유럽시장

(가) 시장 여건

- 2008년 글로벌 금융위기를 맞아 판매가 급감
- 2008년 이후 2013년까지 6년 연속 판매가 감소
- 2009년에는 정책효과에 의해 일시적인 회복을 보였으나, 폐차인센티브가 종료된 2010년 이후 기저효과 및 경기불황으로 시장침체가 지속되며 유럽 산업수요는 6년 동안 연평균 4.6% 감소
- 2013년에는 재정위기가 진정국면에 진입하면서 하반기 들어 증가세로 전환
- 2014년에는 영국의 고용 개선 및 주택가격 상승세, 스페인 폐차 인센티브 효과 등으로 증가
- 2015년 대규모 양적완화 시행 및 판촉 강화로 전년비 9.5% 증가한 1,598만 대 판매
- 2016년 1~9월 유럽시장은 전년동기비 8.3% 증가한 1,307만 9천 대가 판매. 대규모 양적

완화 시행으로 소비심리 개선이 두드러지면서 대부분 국가의 판매 증가

• 2018년 1~6월 유럽시장에서는 전년동기비 2.8% 증가한 889만 7천 대가 판매. 영국에서는 판매가 6.3% 감소했으나, 독일, 프랑스, 스페인의 판매 증가로 전체 판매가 증가

(나) 영업의 개황

- 2016년 1~9월 유럽 시장에서 당사는 전년동기비 9.4% 증가한 37만 7천 대를 판매(※전체 시장에서 2.9%를 차지)
- 신형 투싼을 11만7천 대 판매하였으며, i20의 판매 또한 7.0% 증가하며 호조세
- 유럽 최고 권위의 자동차 전문지인 아우토빌트(Autobild)誌가 실시한 '2015 품질만족도 조사(2015 Quality Report)'에서 유수의 유럽 현지 메이커들을 제치고 3위
- 2014년 3월에는 EU의 수소연료전지차 보급사업자로 최종 선정
- 2014년 신형 제네시스와 i10, 2015년에는 i20와 쏘나타, 2016년에는 아이오닉이 세계 3대 디자인상인 레드닷 디자인 상을 3년 연속 수상
- 2015 프랑크푸르트모터쇼에서는 고성능 브랜드 N 공개
- 2018년 1~6월 유럽시장에서 당사는 전년비 7.0% 증가한 29만 2천 대를 판매하여, 전체 시장에서 3.3%를 차지. 아이오닉 전기차 및 코나의 신차 효과로 판매가 증가했습니다.

2. 기업 미션, 경영철학 및 비전, 이념 등

1) 이사장 경영철학

“현대자동차는 미래 경쟁력 확보를 위해 기술 및 제품 개발에 매진함으로써 고객의 안전과 이동 편의를 더욱 향상시키고 자동차 산업의 새 지평을 열어나갈 것입니다.”



최근 세계 자동차 산업은 불확실한 경영 환경, 메이커 간의 경쟁 심화, 제품의 첨단화에 따른 산업 구조 재편이 빠르게 진행되는 등 그 어느 때보다 급격한 변화의 시기를 맞고 있습니다.

이러한 불확실성과 급변하는 산업 환경을 극복하고 지속적인 성장을 이루기 위해서는 미래 시장을 이끌 수 있는 차별화된 경쟁력 확보가 무엇보다 중요합니다. 현대자동차는 이를 위해 골격 성장을 기반으로 글로벌 자동차 메이커로서의 역할을 한층 제고하는 한편, 자동차 산업 기술의 혁신을 주도해나가기 위한 미래 투자 및 연구개발 활동을 꾸준히 확대해나갈 계획입니다.

이를 바탕으로 세계적으로 강화되고 있는 안전과 환경 규제에 효과적으로 대응하는 것은 물론, 하이브리드차·전기차·수소연료전지차 등 친환경차 제품 라인업을 한층 강화하고, 미래 자동차 산업을 주도할 자율주행차·커넥티드 카 등 지능형 스마트 카 개발을 가속화함으로써 고객의 안전과 이동 편의를 더욱 향상시키고 자동차 산업의 새 지평을 열어나갈 것입니다.

글로벌 선도업체로서 어떠한 경영 환경 속에서도 흔들림 없는 위상을 갖추기 위한 발걸음도 꾸준히 내디딜 것입니다. 현대자동차는 2016년 사상 최초로 글로벌 시장에서 연간 500만 대 이상의 판매에 도전함으로써 글로벌 자동차 시장에서의 입지를 지속적으로 넓혀나갈 계획입니다. 이를 위해 미래 제품 개발뿐 아니라 전 세계 고객이 직접 체험하는 판매와 서비스의 질적 수준을 한층 끌어올림으로써 고객에게 진정으로 다가서는 브랜드로 거듭날 것입니다.

특히, 럭셔리 브랜드 '제네시스'를 세계 시장에 조기 안착시키고, 브랜드 고급화와 차별화를 통해 세계적인 명차 브랜드로 육성할 계획입니다. 제네시스는 '인간 중심의 진보'와 첨단 자동차 기술의 결정체입니다. 2020년까지 제네시스 브랜드로 총 6개 차종을 선보임으로써 세계 럭셔리 자동차 시장의 새 선두자로 부상할 것입니다.

세계 최고 수준의 품질 경쟁력을 확보하기 위한 노력도 지속적으로 이어가겠습니다. 제품설계 및 연구개발 단계부터 품질 검증을 더욱 강화하고 노사가 협력해 효율적인 생산 시스템을 갖추는 한편, 불확실한 경영 환경에 신속히 대응하기 위해 전 세계 연구소·생산거점·판매 네트워크 간의 유기적인 협조를 강화해 글로벌 생산·판매 체계의 효율성을 한층 높여나갈 것입니다. 책임감 있는 글로벌 기업 시민으로서의 역할에도 소홀함이 없도록 최선을 다하겠습니다. 글로벌 사회공헌 활동의 대상과 범위를 지속적으로 확대해나가고, 협력사와의 동반성장 활동에도 적극 앞장서는 등 다양한 이해관계자가 모두 함께 행복해질 수 있는 세상을 만들기 위해 노력하겠습니다.

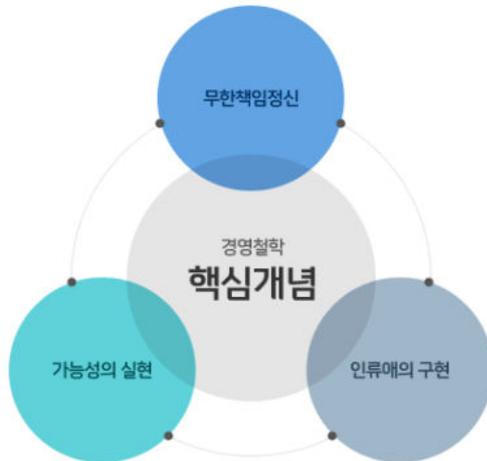
현대자동차에 변함없는 성원과 관심을 부탁드립니다.
 감사합니다.

현대자동차 회장 정몽구

M. K. Chung

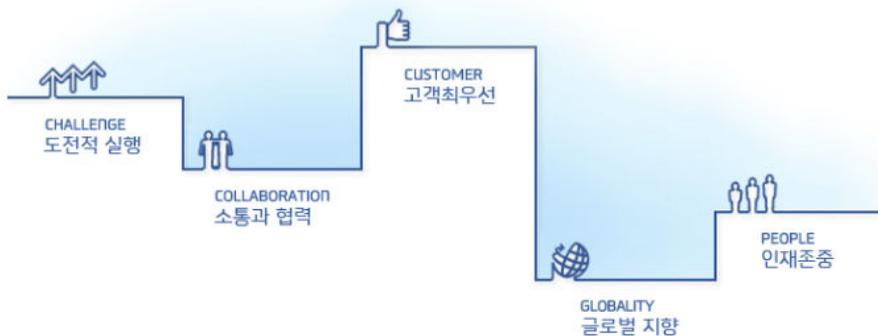
2) 경영철학

창의적 사고와 끝없는 도전을 통해 새로운 미래를 창조함으로써 인류사회의 꿈 실현



3) 핵심가치

경영철학과 비전을 달성하기 위해 모든 구성원들이 내재화하여, 행동과 의사결정의 기준으로 추구하는 가치



- 고객최우선 : 최고의 품질과 최상의 서비스를 제공함으로써 모든 가치의 중심에 고객을 최우선으로 두는 고객감동의 기업 문화 조성
- 도전적실행 : 현실에 안주하지 않고 새로운 가능성에 도전하며 '할 수 있다'는 열정과 창의적 사고로 반드시 목표 달성
- 소통과협력 : 타부문 및 협력사에 대한 상호 소통과 협력을 통해 '우리'라는 공동체 의식을 나눔으로써 시너지효과 창출
- 인재존중 : 우리 조직의 미래가 각 구성원들의 마음가짐과 역량에 달려 있음을 믿고 자기계발에 힘쓰며, 인재존중의 기업문화 확립
- 글로벌지향 : 문화와 관행의 다양성을 존중하며 모든 분야에서 글로벌 최고를 지향하

고 글로벌 기업시민으로서 존경받는 개인과 조직 구현

4) 비전 2020

- 자동차에서 삶의 동반자로 Lifetime partner in automobiles and beyond
- 인간중심적이고 환경친화적인 혁신 기술과 포괄적 서비스를 기반으로 최상의 이동성을 구현하여 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있는 새로운 공간 제공
- 어린 시절부터 노년에 이르기까지 인간의 생애와 함께 하는 **평생의 동반자**
- 브랜드 선택에서부터 금융, 보험, IT서비스와 중고차까지 자동차와 관련된 모든 부문에서 최상의 고객경험을 실현하는 자동차 **생활의 동반자**
- 집과 일터, 휴식과 만남의 장으로 확장된 공간으로서 최고의 편안함과 편리함을 제공하는 **행복의 동반자**

5) 인재상

도전, 창의, 열정, 협력, 글로벌마인드로 그룹의 핵심가치를 실천할 수 있는 인재



- 도전 : 실패를 두려워하지 않으며, 신념과 의지를 가지고 적극적으로 업무를 추진하는 인재
- 창의 : 항상 새로운 시각에서 문제를 바라보며 창의적인 사고와 행동을 실무에 적용하는 인재
- 열정 : 주인의식과 책임감을 바탕으로 회사와 고객을 위해 헌신적으로 몰입하는 인재
- 협력 : 개방적 사고를 바탕으로 타조직과 방향성을 공유하고 타인과 적극적으로 소통하는 인재
- 글로벌 마인드 : 타 문화의 이해와 다양성의 존중을 바탕으로 글로벌 네트워크를 활용하여 전문성을 개발하는 인재

6) 현대자동차 CI



- 현대자동차 심볼의 타원은 세계를 무대로 뛰고 있는 현대자동차

- H는 현대자동차의 영문표기 첫 글자를 속도감을 주어 두 사람이 악수를 하고 있는 모습을 형상화한 것
- '勞'와 '使' 고객과 기업이 신뢰와 화합 속에 2000년대 세계 속으로 준비하는 현대자동차의 이미지 표현



- 'HYUNDAI' CI는 수평, 수직선으로 구성된 고딕계열로 어떤 상황에서도 흔들림없는 책임 의식과 실현의식을 내포
- 메인 컬러인 현대블루는 현대 시그니처와 더불어 현대자동차를 나타내는 주색상임
- 현대블루는 미래지향적이고 모던한 이미지를 담고 있음

3. 조직도 및 직무소개

1) 직무소개

① 전략지원부문

경영지원	인사, 총무/관재, 법무, 조사연구/기획, 홍보, IT
해외영업	수출기획, 수출지원, 해외판매, 사업기획, 해외상품, 해외서비스
해외마케팅	스포츠 마케팅, 모터쇼 및 행사, 해외 런칭지원 광고 및 기업 이미지 광고 제작, 디지털광고 전략수립 및 진행, 인쇄광고
상품	상품전략, 상품기획, 시장분석
국내영업지원	SALES PROMOTION, ORDER TO DELIVERY & LOGISTICS, CRM & CS, SALES ADMINISTRATION
국내마케팅	시장 전략 기획, 신차 런칭 및 차종별 시장 대응 전략 수립, 브랜드 마케팅
서비스	국내서비스운영, 국내서비스지원, 국내보증운영, 고객서비스지원, 서비스 품질지원, 서비스협력사 운영
재경	경영관리, 회계관리, 재무관리, 원가관리

② 개발부문

연구개발	기획/지원, 차량설계/평가, 파워트레인, 선행개발, 전자개발
디자인	디자인기획, 선행디자인, 내·외장 스타일링, 디지털 디자인 (CAS/CAD/CAM/SE), 감성/칼라 디자인
파이롯트	시작차 품질확보, 파이롯트 신차개발
구매	구매기획, 구매원가관리, 부품구매, 부품개발, 통합구매, 업체협력, VAATZ

③ 플랜트부문

플랜트운영	운영/지원, 생산관리, 생산운영, 보전기술, 품질관리
플랜트기술	생산기술기획, 선행생산기술, 양산생산기술, 튜링기술

품질 | 품질기획, 선행품질, 품질보증, 품질지원, 해외정비품질

4. 인사제도 및 복지제도

○ 인사제도



○ 복지제도

- 차량구입 및 수리비 할인 : 근무기간에 따라 현대차를 구입할 때 최대 30%까지의 할인을 받을 수 있고, 차량수리비도 30%까지 할인 지원 가능
- 경조사지원
- 휴양소 운영 및 임직원 전용 호텔예약 서비스 제공
- 주거지원금 및 사택-기숙사 제공
- 현대차 임직원 쇼핑물
- 장기근속자 우대 : 10년 이상 장기근속자에게 5년마다 금메달과 휴가, 휴가비를 제공하며, 20년 이상 장기근속자에게는 부부동반 해외여행의 기회가 주어짐
- 통근 및 귀성버스 운영
- 직원 및 직인가족 진료비 지원
- 교육비지원

II. 기업 상세 분석

1. 사업분야(내용)

Q1. 현대자동차의 글로벌 판매현황에 대해 설명할 수 있습니까?

A.

현대·기아자동차가 지난해 725만1013대를 팔아 세계 완성차 시장 판매 순위 5위를 지켰습니다. 자동차업계가 발표한 실적 자료에 따르면 현대·기아차는 지난해 판매량이 전년 대비 7% 줄어들었지만 2016년에 이어 5위를 유지했습니다. 6위를 기록한 포드는 660만

대를 팔아 현대기아차를 65만 대 차이로 바짝 뒤쫓은 상황입니다. 현대기아차가 지난해 저조한 판매 실적을 거둔 이유로는 파업 등으로 인한 수출 물량 생산 차질과 미국 중국 시장 부진 등이 꼽히고 있습니다. 특히 사드(고고도 미사일방어 체계) 보복으로 지난해 현대차의 중국 판매량은 31% 감소한 것으로 파악됩니다. **현대기아차는 올해 세계 시장 판매 목표를 755만 대로 잡은 상태입니다.(2018)**

완성차업체 글로벌 판매 순위 (단위: 만대)

	2016년	2017년
폭스바겐	1031	1074
르노-닛산-미쓰비시	996	1060
도요타	1017	1038
GM	996	960
현대기아차	788	725
포드	665	660

자료: 각 완성차업체

Q2. 현대자동차 자동차산업의 경쟁요소에 대해 설명할 수 있습니까?

A. 자동차 산업은 거대한 자본이 투입되는 대규모 장치 산업이라는 특성 때문에 각 국마다 소수 업체 위주의 과점체제를 구축하고 있습니다. 즉, 일정 규모의 양산 설비를 구축하는 데 막대한 비용이 투입되어야 하며 진입 결정 이후 제품 출시까지 최소한 4~5년이 소요되기 때문에 막대한 자금력을 갖춘 기업이라도 진입에 성공할 가능성이 낮습니다. 이밖에 자동차 업체는 종업원이 수만 명에 이르고 협력업체가 수천 개에 달하기 때문에, 실적 부진이 장기화되는 경우에도 국민 경제에 미치는 파장을 고려해 구조조정이나 조업단축에 신중할 필요가 있습니다.

자동차 산업의 핵심 경쟁 요소로는 제품력과 마케팅력, 비용 경쟁력을 들 수 있습니다. 이 세 가지 요소는 시장 지배력을 강화하고 비용 절감 및 수익성을 확보하는 데 결정적인 영향을 미치는 변수입니다. 이 중 가장 중요한 제품력은 차량의 성능, 안전성, 디자인, 품질, 신기술 등 제품에 대한 만족도를 극대화시킴으로써 경쟁 우위를 가질 수 있게 해 줍니다. 마케팅력은 고객이 원하는 상품 컨셉트 창출 및 신제품 출시, 광고, 판매 및 A/S망 구축 등을 매개로 고객을 적극 창출함으로써 경쟁력을 높여주게 됩니다. 비용 경쟁력은 신제품 개발 비용, 양산차 제조 생산성, 간접 인력의 생산성, 금융 비용 등을 포함하는 총체적인 비용 개념으로 가격 경쟁력과 수익성에 결정적인 영향을 미치고 있습니다.

Q3. 현대자동차의 세계 각 지역별 시장 여건에 대해 설명 할 수 있습니까?

A. 현대자동차의 한국시장, 미국시장, 아시아시장, 유럽시장에서의 시장 여건에 대해 살펴보겠습니다.

① 한국시장

현대자동차는 경쟁이 심화되는 어려운 상황에서 상품 개발, 가격 정책과 서비스를 통해서 고객 만족을 위해 노력하고 있습니다. 다양한 라이프스타일을 고려하여 i40 살룬, 아반떼 쿠페, 투싼 ix 가솔린 모델 등 차종별 파생 모델을 출시하고 디젤 라인업을 확대하였으며, 중대형 인기 차종 및 고성능 4개 차종의 가격을 인하하는 '착한 가격' 정책을 진행했습니다. 또한 대대적인 고객 서비스 혁신을 위해 현대차 서비스 브랜드인 '블루멤버스(blumembers)'를 확대 개편하였습니다. 한편 지속가능한 경영을 위해 친환경차 개발, 저탄소 사회 조성, 협력사 동반성장 등 환경적, 사회적 가치를 창출하기 위해 노력하고 있으며, 공모사업을 통해 37개 사회복지 사업을 선정하여 다각적으로 지원하는 등 사회 공헌에 힘쓰고 있습니다.

② 미국시장

현대자동차는 우수한 품질과 상품성을 바탕으로 한 브랜드 가치 향상을 통하여, 2015년 10월 미국 누적판매 천만 대를 돌파하고 성장세를 이어가고 있습니다. 신형 제네시스는 미국 고속도로안전보험협회(IIHS)의 충돌시험 결과에서 승용차 세계 최초로 세부항목 전 부문 만점을 획득하여 안정성을 입증하였습니다. 미국 시장조사업체인 제이디파워(J.D.Power)사가 발표한 2015년 신차품질조사(IQS)에서 당사는 95점으로 2위를기록해 2년 연속 최상위권을 차지했으며, 고객만족도 측면에서도 미국 자동차 전문 컨설팅 조사 업체인 오토퍼시픽(Auto Pacific)사의 2015년 조사에서 쏘나타가 중형차부문 1위를 수상했습니다. 또한 상품성만족도조사(APEAL)에서도 2014년 일반브랜드 부문 1위에 이어 2015년에도 2위를 기록했습니다. 이러한 품질, 만족도, 상품성 향상은 브랜드 가치 성장으로 이어지면서 글로벌 브랜드 컨설팅 업체 인터브랜드(Interbrand)가 발표한 2016년 글로벌 100대 브랜드에서 당사는 35위에 오르며 가장 빠르게 성장하는 자동차 브랜드로 평가 받고 있습니다. 이와 더불어, 최근에는 아반떼가 세계 3대 디자인상 중 하나인 IDEA에서 자동차 운송 디자인 부문 본상을 수상하며 디자인 경쟁력을 인정받았습니다

③ 아시아시장

현대자동차는 양적 성장에 그치지 않고 장기적인 관점에서 판매, 서비스, 브랜드의 균형 잡힌 성장을 지속할 계획입니다. 고객만족도 향상에 힘쓴 결과 시장조사 업체인 제이디파워(J.D.Power)사의 중국 판매 만족도평가(SSI)에서 2년 연속 역대 최고 점수를 기록하며 1위를 차지하였습니다. 또한 중국 축구 국가대표팀과 베이징 국제 마라톤 대회 후원 등 스포츠마케팅 강화와 어린이 교통안전 캠페인 전개, 교통사고 유자녀 후원을 위한 펀드 조성 등 사회공헌 활동을 강화하며 고객과 밀접한 브랜드 알리기에힘쓰고 있습니다.

한편 중국 상용차 시장 성장에 대응하기 위해 2012년 8월 쓰촨성 쑤양시에 16만 대 규모의 상용차 공장을 건설하여, 중국 전략형 모델 창후와 칸언디 등을 통해 공세를 강화하고 있습니다. 인도에서는 2013년 그랜드i10, 2014년 엘리트i20에 이어, 2015년 크레타가 3년 연속 iCOTY(indian Car of The Year)를 수상하며 현지 고객의 기대에 부응하고 있습니다.

④ 유럽시장

현대자동차는 보수적인 유럽 시장에서도 기술력과 디자인의 우수성을 바탕으로 입지를 다지고 있습니다. 유럽 최고 권위의 자동차 전문지인 아우토빌트(Autobild)誌가 실시한 '2015 품질만족도 조사(2015 Quality Report)'에서 유수의 유럽 현지 메이커들을 제치고 3위를 차지하며 품질경쟁력을 인정 받았으며, 2014년 3월에는 EU의 수소연료전지차 보급사업자로 최종 선정되어 투싼ix 수소연료전지차의 기술력을 입증하기도 했습니다. 이에 더해 2014년에는 신형 제네시스와 i10, 2015년에는 i20와 쏘나타, 2016년에는 아이오닉이 세계 3대 디자인상인 레드닷 디자인 상을 3년 연속 수상하며 디자인 우수성을 인정받고 있습니다. 또한 2015 프랑크푸르트모터쇼에서는 고성능 브랜드 N을 공개하는 등 운전의 즐거움을 극대화한 차를 지속적으로 만들어 가고 있습니다.

Q4. 현대자동차의 리스크 요인과 이에 대한 대응방안에 대해 설명할 수 있습니까?

A.

● 리스크요인

자동차산업을 둘러싼 리스크는 과거와 달리 복잡하고 다양화되어 가고 있으며 그 파급 효과도 점점 더 증폭되고 있습니다. 기업을 둘러싼 다양한 리스크에 신속하고 적절하게 대응하지 못할 경우 기업의 수익성 악화는 물론 존립마저도 위협받는 상황에 놓일 수 있습니다. 최근 자동차메이커들이 환경 및 안전 등 핵심 지속가능성 이슈에 부적절하게 대응한 결과로 인해 엄청난 경영 손실을 입는 사례도 증가 하고 있습니다.

현재 현대자동차를 포함한 자동차회사는 사상 유례없는 다양한 리스크에 직면해 있습니다. 거시환경 리스크로는 2008년 글로벌 경제위기 이후 자동차 수요는 물론 세계경제 성장을 견인하였던 중국 등 신흥국의 경기침체, 자연재해 급증, 유가변동, 환율변동 심화 등이 있습니다. 자동차 산업 측면에서는 국가별 연비 및 배출가스 규제 강화, 차량 전동화 및 스마트화, 소비자 및 정부 등 이해관계자들의 차량 안전강화 요구 등 급격한 변화에 직면해 있으며, 이를 극복하기 위해 과거보다 더욱 혁신적인 기술개발과 투자가 요구되고 있습니다. 기업운영 측면의 리스크로는 대규모 리콜 증가, 핵심인력 부족 및 타 산업으로의 유출, 규제위반, 특허권 분쟁, 정치적 갈등으로 인한 테러 및 폭력사태 증가 등의 리스크가 대두되고 있습니다.

● **대응방안**

현대자동차는 러시아, 브라질 등 신흥시장에서 발생하는 리스크에 대응하여 경제불황에 적합한 상품 출시, 고객을 위한 다양한 금융 프로그램 운영, 지역사회를 위한 사회공헌 활동 강화 등을 통해 신흥국 리스크로 인한 경영손실을 최소화하였습니다.

또한 대내외 불확실한 경영환경 요소에 대한 선제적 대응을 통해 리스크 관리를 강화하고 있으며, 이를 경쟁 우위 확보 및 전략적 대응 차원의 기회요인으로 활용할 수 있도록 전사적 통합 리스크 관리체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 특히, 현대자동차 리스크 관리는 리스크 요인의 근본적인 원인 파악, 다양한 시각에 기반한 원인 및 영향 분석 등을 통해 리스크를 사전에 예방하는 한편, 리스크가 가져올 부정적 영향을 최소화하고 더 나아가 사업기회로 활용하는 전략을 추구하고 있습니다.

현대자동차는 점차 증대되고 있는 다양한 내·외부 리스크에 효과적으로 대응하기 위해 본사 기획실 내 전사 리스크 관리 전담팀을 신설하여 2014년부터 운영하고 있으며, 각 글로벌 사업장 별로 리스크 관리팀 및 담당자를 지정하여 운영함으로써 글로벌 리스크 관리가 체계적으로 실행될 수 있도록 조직을 구축하였습니다. 이를 통해 글로벌 각 지역에서 현대차 사업을 둘러싼 다양한 대내외 리스크 요인을 일일 단위로 모니터링하고 있으며 주요한 리스크 요인의 경우 시나리오 분석 및 대응방향을 수립하여 발생 가능한 리스크에 대해 선제적 대응을 추진하고 있습니다.

Q5. 현대자동차의 친환경차이니 아이오닉에 대해 설명할 수 있습니까?

A. 아이오닉의 혁신은 세계 최고 수준의 연비와 기대를 뛰어넘는 주행성능으로부터 시작됩니다. 아이오닉은 '친환경차가 연비는 좋지만 성능은 미지수'라는 기존 통념을 깼습니다. 파워트레인 외에도 배터리와 모터를 탑재해야 하기 때문에 늘어난 무게를 감안하여 외장소재나 서스펜션과 같은 내부기관에서 중량을 줄인 차체를 적용했을 때 발생하는 기존 친환경차 성능의 구조적 한계를 돌파한 것입니다.

아이오닉 하이브리드는 동급 세계 최고 수준의 연비(신라벨 22.4km/l, 구라벨 23.4km/l)를 자랑합니다. 현대자동차는 이 모델에 하이브리드 차량 전용의 신형 카파 1.6 GDi 엔진과 고효율 영구자석형 모터 시스템을 적용해 동력 성능을 강화하고 연료 효율성을 극대화했습니다. 세계 최초로 개발한 리튬이온폴리머 배터리도 안정적 주행을 돕습니다. 리튬이온폴리머 배터리는 여타 친환경차들에 장착된 니켈수소 배터리보다 출력이 높고 충방전 성능이 우수합니다. 여기에 독자 개발한 하이브리드 전용 6단 DCT(Dual Clutch Transmission, 듀얼클러치변속기)까지 더하여 세계 최고 수준의 연료 효율성, 그리고 기존 친환경차에 부족했던 역동적인 주행 성능까지 확보했습니다.

친환경차 전용 플랫폼과 저중심 설계를 기반으로 초고장력 강판 등을 확대 적용해 안전

성과 승차감, 차량 경량화를 동시에 실현했습니다. 현대자동차는 나아가 미국, 중국 등 해외시장 판매가 본격화되는 2017년에는 한국 15,000대, 해외 62,000대 등 77,000대를 판매할 계획입니다.



Q6. 현대자동차의 현재 브랜드의 입지와 경영방침에 대해 설명할 수 있습니까?

A. 현대자동차는 글로벌 저성장 지속에 따른 어려운 시장 환경에도 임직원 모두가 브랜드 철학에 대해 깊이 공유하도록 함으로써 제품 개발, 마케팅, 서비스 등 전 부문에서 고객에게 특별한 경험을 제공하기 위해 노력해왔습니다. 이로 인해 현대자동차는 글로벌 브랜드 평가에서 2년 연속 30위권 브랜드에 이름을 올리며 전세계 주요 브랜드들과 어깨를 나란히 하는 동시에, 지난 2005년 국내 자동차 업체 중 처음으로 100대 브랜드에 진입한 이후 12년 연속 선정되는 대기록을 달성했습니다. 2년 연속 글로벌 30위권 브랜드에 이름을 올리는 쾌거를 이뤄낸 것입니다.

현대자동차의 올해 브랜드 가치는 2005년의 35억 달러와 비교해 3.5배 넘게 증가, 순위 또한 84위에서 49계단이나 상승했습니다. 또한 2015년 기록한 113억 달러보다 11.1% 증가한 125억 달러의 브랜드 가치로 3년 연속 100억 달러를 돌파하는 성과를 이뤄냈습니다. 경쟁 업체를 압도하는 속도로 브랜드 가치를 높여온 현대자동차는 자동차 브랜드 순위에서도 2012년부터 5년 연속 아우디를 제치며 지난해 보다 한 계단 상승한 6위를 기록했습니다.

현대자동차는 2005년 1월 글로벌 브랜드 경영을 대내외에 선포하며 브랜드 경영에 본격적인 시동을 걸었고, 그 해 글로벌 100대 브랜드에 처음 진입했습니다. 이후 2011년 새로운 브랜드 방향성인 '모던 프리미엄(Modern Premium)'을 선포하고, 현대자동차라는 브랜드를 통해 고객과 소통하는 모든 과정에서 차별화된 감동과 경험을 제공하고자 노력해왔습니다. 이러한 브랜드 경영에 대한 투자와 욕성을 바탕으로 현대자동차는 '모던 프리미엄'을 선포한 2011년 이후 브랜드 가치가 매년 평균 약 17% 정도씩 성장하고 있습니다. (※ 2005~2010년 연평균 브랜드 가치 성장률 8%)

아울러 현대자동차는 우수한 제품 경쟁력을 바탕으로 국내외에서 다양한 활동을 전개하며 브랜드 인지도를 높이는 동시에 판매 증대와 수익성 강화를 이뤄왔습니다.

먼저 국내 완성차 업계 최초의 브랜드 체험관인 '현대모터스튜디오'를 서울과 모스크바

에 이어 하남에 추가 개관해 고객과의 소통을 강화하고 있으며, 전세계 글로벌 딜러의 시설을 표준화하는 작업을 진행하며 브랜드 정체성을 강화하기 위해 노력하고 있습니다.

이와 함께 서비스 부문에서도 구매 후까지 보장 받는 '어드밴티지(Advantage)' 프로그램, 국내 최초 '365일 정비 서비스' 실시, 차량 정비시 고객이 원하는 시간과 장소에 차량을 인도해주는 '홈투홈 서비스', 과잉 정비에 대해 최대 300%를 보상해주는 '과잉 정비 예방 프로그램' 등 기존과는 차별화된 방식으로 고객 만족을 높이고 있습니다.

Q7. 현대자동차의 지적재산권 현황에 대해 설명할 수 있습니까?

A. 2018년 8월 기준 현재 당사의 지적재산권 현황은 다음과 같습니다.

구분	특허	디자인
국내	19,020	1,918
해외	9,258	1,625
계	28,278	3,543

특허는 엔진, 변속기, 샤프트, 차체 등 차량을 구성하는 기술에 관한 것으로서 당사 제품에 적용되거나 향후 활용될 예정으로, 사업보호의 역할 뿐만 아니라 당사 개발 고유기술의 경쟁사 사용을 견제 하는 역할을 하고 있습니다.

특히, 차량에 IT/전자 장치 탑재가 점차 증가함에 따라 HMI(Human Machine Interface/유저인터페이스), 자율주행, 모바일 연동 서비스 등과 관련된 선행특허 확보를 강화하여 미래기술분야 선점을 꾀하고 있으며, 하이브리드, 연료전지, 전기차 등과 같은 친환경 차량 시장에서의 경쟁력을 확보하기 위한 특허를 취득하고 있습니다.

또한 헤드램프, 라디에이터 그릴 등과 같은 단위 부품 및 차량의 전체 외관에 적용된 고유의 디자인을 보호하고자 미국, 중국 등 세계 여러 국가에 디자인 특허를 확보하고 있습니다.

2. 재무현황 및 분석(연결기준)

● 요약 재무상태표

(단위: 10억원)

구분		2014년 결산	2015년 결산	2016년 결산	2017년 결산
자산	유동자산	65,025	67,529	72,449	73,975
	매출채권	3,750	4,468	3,838	4,437
	재고자산	7,417	9,198	10,279	10,523
	비유동자산	82,199	97,838	104,223	106,386
	자산총계	147,225	165,367	178,199	178,835
부채	유동부채	35,179	41,213	43,160	43,609
	비유동부채	49,424	57,273	60,281	62,881
	부채총계	84,604	98,486	103,442	106,491
자본	자본금	1,488	1,488	1,488	1,488
	자본잉여금	4,134	3,520	4,201	4,202
	이익잉여금	54,649	60,035	67,332	64,361
	자본총계	62,620	66,881	74,757	72,344

-2017년말 기준 현대자동차의 총자산 금액은 약 178조에 달하며, 부채는 100조, 자본총계는 약 70조에 이르고 있다.

● 요약 손익계산서

(단위: 10억원)

구분	2014년 결산	2015년 결산	2016년 결산	2017년 결산
매출액	89,256	91,958	93,649	96,376
매출원가	70,126	73,701	75,959	78,798
매출총이익	19,130	18,257	17,689	17,577
판매비와관리비	11,580	11,899	12,495	13,003
영업이익	7,549	6,357	5,193	4,574
금융비용	601	1,120	678	713
당기순이익	7,649	4,546	5,719	6,509

-2017년말 기준 현대자동차의 매출액은 96조에 달하며, 4.5조원의 영업이익, 6.5조원의 당기순이익을 올리고 있다.

Ⅲ. 기업 이슈

1. 최신이슈

현대車, 이번엔 인도 모빌리티 공략 (2018. 08. 20)

현대차는 인도 차량공유 시장 점유율 2위 업체인 레브에 투자해 인도 공유경제 시장에 진출하는 교두보를 마련했다고 20일 발표했다. 2015년 인도에서 차량공유 사업을 시작한 레브는 빠른 속도로 시장 점유율을 높여가고 있다. 인도의 차량공유 시장은 현재 1만 5000대 규모에서 2022년 15만 대 수준으로 성장할 것이라는 게 업계의 전망이다.

레브는 인도 11개 도시에서 차별화된 서비스를 선보이며 인도 시장 내 입지를 다져가고 있다. 업계 최초로 렌탈(대여)과 차량공유가 결합된 서브스크립션 서비스를 제공하기도 했다. 서브스크립션 서비스란 소비자가 매달 일정한 요금을 내면 이용 기간을 원하는 대로 정해 차종을 마음대로 바꿔 탈 수 있는 제도다.

현대차는 레브에 대한 전략적 투자를 계기로 차량공유 사업과 연계한 새로운 모빌리티 사업을 구상하고 있다. 차량공유 사업에 필요한 차량 공급은 물론 모빌리티 서비스 플랫폼 개발, 마케팅 등의 분야에서 다양한 협업이 가능할 것으로 현대차는 기대하고 있다. 이 회사 관계자는 "레브에 투자한 자동차 업체로는 현대차가 유일하다"며 "차량공유 사업이 소비자와 현대차의 접점을 늘려 향후 소매 판매에도 긍정적인 영향을 미칠 것"이라고 말했다. 현대차는 지난 1월 동남아시아 최대 차량공유 업체인 그랩에 이어 지난달 호주의 카 넥스트도어에 전략적 투자를 하는 등 글로벌 차량공유 사업에 공을 들이고 있다.

현대·기아차, 정체된 글로벌 시장... 미래車 선점에 총력(2018.08.20.)

한국 자동차산업은 유례없는 위기 상황에 빠졌다. 중국의 성장 둔화와 신흥시장 경제 위기 우려 등으로 글로벌 자동차 시장이 정체에 빠진 상황에서 주요 업체 간 경쟁은 갈수록 치열해지고 있어서다. 세계 양대 자동차 시장인 미국은 수입 자동차에 20~25%의 관세를 부과할지 검토하는 중이고, 중국 자동차 업체는 기존 글로벌 업체들을 따라잡기 위해 뛰고 있다.

현대·기아자동차가 처한 상황도 마냥 좋진 않다. 올 상반기 판매량은 지난해 같은 기간보다는 나아졌지만, 여전히 전성기 수준을 회복하지 못했다. 영업이익 규모는 더 줄었다. 환율 하락(원화 강세) 때문이다.

현대·기아차는 이런 위기를 미래자동차 기술 확보, 고급 브랜드 안착, 질적 성장 등을 통해 극복하겠다는 계획이다. 정몽구 현대차그룹 회장은 올초 신년사를 통해 "세계 경제의 저성장 기조가 장기화되고 있는 가운데 각국의 보호무역주의가 지속적으로 확산되고 있고, 경쟁이 심화되는 등 자동차산업이 급변하고 있다"며 "책임경영을 통해 외부 환경변

화에 더욱 신속하게 대응하고, 미래 자동차산업을 선도해 나가야 한다”고 강조했다.

현대·기아차가 집중하는 미래자동차 분야는 친환경차와 자율주행차다. 하이브리드카(HEV), 플러그인하이브리드카(PHEV), 순수 전기차(EV), 수소전기차(FCEV) 등 다양한 형태의 친환경차 양산에 나선 이유다. 현대차는 올해 초 한 번 충전하면 609km를 운행할 수 있는 차세대 수소차 넥쏘를 출시했다. 넥쏘는 현존하는 수소차 가운데 가장 성능이 좋은 모델로 평가받는다. 코나EV(현대차), 니로EV(기아차) 등 소형 스포츠유틸리티차량(SUV)을 기반으로 한 전기차도 잇따라 출시했다.

자율주행차를 양산하기 위한 노력도 이어가고 있다. 현대·기아차는 2020년 고도화된 자율주행을 선보이고, 2021년 스마트시티 내에서는 운전자가 운전 에 거의 개입하지 않아도 되는 수준의 자율주행차를 상용화할 계획이다. 2030년엔 차 스스로 운행하는 완전 자율주행을 상용화한다는 목표를 세웠다.

고급 브랜드 제네시스와 고성능 라인업 N도 현대차가 내놓은 비장의 무기 중 하나다. 현대차는 2015년 고급 브랜드 제네시스를 공식 출범했다. 제네시스는 G80과 EQ900(해외명 G90) 등 프리미엄 세단을 글로벌 시장에 안착시킨 데 이어 대중적인 모델 G70도 내놓았다. 제네시스는 올해 미국 시장조사업체 JD파워의 신차 품질 조사(IQS)에서 1위를 차지할 정도로 실력을 인정받았다.

지배구조 개편안 長考 들어간 현대차...대주주 결단 내릴까 (2018.08.08.)

8일 현대모비스를 인적분할해 먼저 상장하는 내용을 핵심으로 하는 새로운 지배구조 개편안이 발표될 것이라는 소식이 전해지며 현대차 지배구조 관련 종목들의 주가는 희비가 엇갈렸다. 새로운 지배구조 개편으로 기업가치가 높아질 것으로 예상되는 현대모비스 주가는 전날보다 2.9% 상승한 23만1,000원에 마감했다. 장중 6% 급등하기도 했다. 반면 대주주가 지분 일부를 매각할 것이라는 전망이 나온 현대글로벌 주가는 전날보다 4.04% 급락한 13만500원에 마감했다. 일단 현대차그룹은 현대모비스의 인적분할에 대해 부인했다. 이날 현대차그룹은 “모비스의 인적분할이나 지배구조 개편안 발표 임박은 전혀 사실이 아니다”라고 밝혔다. **하지만 시장에서는 조만간 현대차그룹이 지배구조 개편에 대한 액션을 취할 것으로 예상하고 있다. 현대차그룹은 지배구조 개편을 통한 정의선 부회장으로의 안정적 그룹 승계와 주주가치 제고라는 모순 같은 명제를 풀기 위해 장고에 들어간 모습이다.**

현대차그룹이 부인했지만 이날 주가를 움직인 현대차그룹 지배구조 개편안의 핵심은 현대모비스의 AS와 부품 모듈 사업부를 인적분할해 우선 상장하는 데 있다. 정 부회장이 현대글로벌 지분 10% 정도를 팔아 일감 몰아주기 규제를 해소하고 확보한 자금으로 신설 모비스 지분을 사들여 지배력을 확보하는 방식이다. 이후 모비스 신설법인인 글로벌비스와 합병해 정 부회장의 지배력을 높이고 총수 일가가 합병법인 지분을 기아차가 가

지고 있는 모비스 존속법인과 바꿔 지배구조를 완성한다는 계획이다. 이 같은 지배구조 개편 시나리오는 지난 5월21일 현대차 지배구조 개편안이 중단된 후 대신지배구조연구소에서 제안했던 내용과 유사하다. 현대차그룹의 기존 안의 가장 약점이었던 합병 비율 논란을 일단락시킬 수 있다는 것이 매력적이다. 시장에서 평가받은 주가로 합병해 뒷말을 없애겠다는 계산도 깔려 있다.

하지만 증권가에서는 현대모비스 인적분할의 지배구조 개편 시나리오가 현실성이 낮다고 보고 있다. 이유는 크게 세 가지다. 우선 신설 현대모비스를 상장하더라도 가치 평가 문제가 발생할 수 있다. 한 애널리스트는 "시장 상황이 좋지 않을 때 상장시켜 주가를 일부러 낮췄다는 이야기가 나올 수 있다"고 말했다. 두 번째는 신설 현대모비스가 미래 현대차그룹의 핵심인 전기차 모듈 등 유망 사업을 모두 영위한다는 점에서 상장 직후 주가가 급등해 정 부회장이 현대글로벌 지분을 팔아도 안정적으로 지분을 확보하기 힘들 수 있다는 것이다. 자칫 그룹의 핵심 사업부가 시장에 나와 적대적 인수합병(M&A) 세력에 넘어갈 우려도 있다.

마지막으로 지배구조 개편의 또 다른 전제인 순환출자구조가 깔끔하게 해결되지 않는 부분도 걸린다. KB증권은 기아차가 글로벌스 합병법인 지분을 인수하고 모비스 존속법인 지분을 총수일가에게 넘기면 글로벌스(합병법인)→모비스 (존속)→현대차→기아차→글로벌스(합병법인)의 순환출자구조가 다시 형성된다고 지적했다.

업계에서는 현대차그룹의 새로운 지배구조 개편안이 연말께나 나올 것으로 보고 있다. 아직 제대로 된 자문단도 꾸리지 못한 것으로 전해졌다. 이미 현대차그룹은 1차 지배구조 개편안 발표 과정에서 100가지 이상의 안을 만들어두고 이 가운데 가장 합리적인 내용을 제안한 바 있다. 문제는 어떤 안을 내더라도 복잡하게 꼬인 순환출자구조와 모비스와 글로벌스의 주주를 모두 만족시키기 쉽지 않다는 점이다. 한 증권사 애널리스트는 "현대차그룹의 장고가 길어지고 갈수록 복잡한 안을 검토하는 것은 다양한 이해관계자를 동시에 만족시키기 힘들기 때문"이라며 "결국 대주주가 손해를 보겠지만 가지고 있는 그룹사의 지분을 모두 정리하고 모비스의 지분을 사들이는 것이 가장 깔끔하고 빠른 방법"이라고 조언했다.

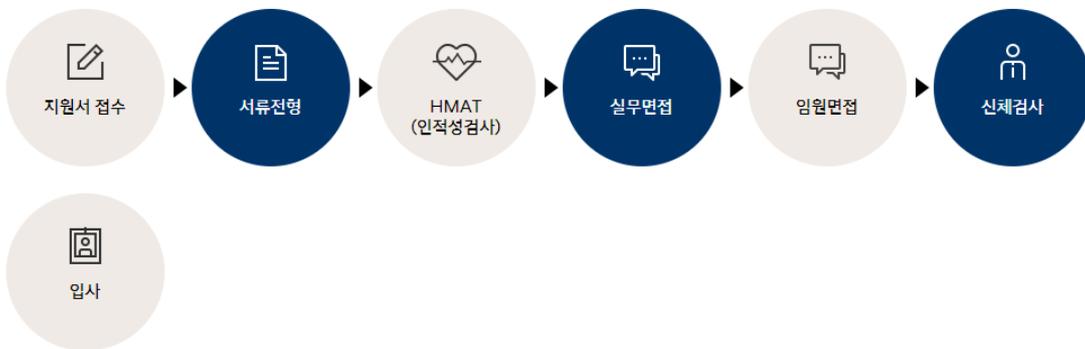
2. 현대자동차 관련 용어정리

- 텔레메틱스 : 텔레커뮤니케이션(telecommunication)과 인포매틱스(informatics)의 합성어로, 자동차 내에서 인터넷을 통한 검색, 이메일 전송 등이 가능
- Connected Car : 정보통신 기술과 자동차를 연결시켜 양방향 소통이 가능한 차량으로, 양방향 인터넷, 모바일 서비스 등이 가능한 차량
- 스마트 트래픽 : 차량의 위치와 교통 상황, 다른 차량들의 목적지 등을 분석해 개별 차량들에게 최적화된 이동구간을 안내, 시간,에너지 손실, 환경 오염 등 사회적 비용을 최소화함
- 모빌리티 허브 : 자동차가 모든 사물들과 지능화된 정보들의 연결 주체가 되는 것

- 4WD (사륜구동, four wheel drive) : 자동차의 추진방식 가운데 안정적인 주행을 위해 네 바퀴 모두에 동력이 전달되는 방식.
- ISG (공회전 제한장치, Idle Stop & Go) : 차량이 서 있을 경우 엔진을 정지시켜 연료소모를 최소화 함
- DRL (주간주행등, Daytime Running Lamp): 상대방에게 자신의 위치를 알리기 위해 주간에도 점등되는 램프

IV. 채용분석

1. 채용절차



2. 채용 공고

신입 채용	1. 모집시기 : 연2회(2~3월, 8~9월) 2. 지원자격 : (1) 4년제 대학 졸업예정자 또는 졸업자(석사 포함) ※ 박사학위 취득자는 경력상시 채용 (2) 해외여행에 결격 사유가 없으신 분 (3) 남성의 경우, 병역을 마치셨거나 면제인 분 (4) 공인영어성적 보유자(영어를 모국어로 하는 국가의 해외대학 졸업자 제외) : TOEIC, TOEIC SPEAKING, TEPS, TEPS SPEAKING, OPIC 3. 모집부분 : R&D, Manufacturing, 전략지원 4. 절차 : 지원서 접수 - 서류전형 - HMAT - 실무면접 - 임원면접
경력 채용	1. 모집시기 : 연중수시 2. 지원자격 : (1) 4년제 대학 학사 이상 소지자 (2) 해외여행에 결격 사유가 없으신 분 (3) 남성의 경우, 병역을 마치셨거나 면제인 분 (4) 모집공고에 부합하는 경력 및 자격을 갖춘 분 3. 모집부분 : R&D, Manufacturing, 전략지원, S/W, 디자인 4. 절차 : 지원서 접수 - 서류전형/사전인터뷰 - HMAT - 면접전형
인턴	1. 모집시기 : 연2회(2~3월, 8~9월) 2. 지원자격 : (1) 4년제 대학 재학생 중 3학년 2학기 또는 4학년 1학기 ※ 디자인 부분은 4학년 2학기, 기졸업자, 석사학위자 모두 가능

	<p>(2) 해외여행에 결격 사유가 없으신 분 (3) 남성의 경우, 병역을 마치셨거나 면제인 분 (4) 공인영어성적 보유자(필수 아님) : TOEIC, TOEIC SPEAKING, TEPS, TEPS SPEAKING, OPIC 3. 모집부분 : R&D, Manufacturing, 전략지원, S/W, 디자인 4. 절차 : 지원서 접수 - 서류전형 - HMAT - 면접전형 - 인턴실습(5주)</p>
THE H	<p>1. 모집시기 : 연중수시 2. 지원자격 : 4년제 대학 재학생 또는 졸업자 3. 모집부분 : 발굴필요 부문 4. 절차 : 선배사원 만남 - HMAT - 면접전형</p>
연구장학생	<p>1. 모집시기 : 3월, 9월 2. 지원자격 : 학력별 상이 (1) 학력 ① 학사 : 5~6학기 재학생 또는 6~7학기 복학예정인 휴학생 ② 석사 : 1~2학기 ③ 박사 : Coursework 수료 이상 ~ 4학년 2학기(석·박 통합과정 동일) (2) 해외여행에 결격 사유가 없으신 분 (3) 남성의 경우, 병역을 마치셨거나 면제인 분 3. 모집부분 : (1) 학사 : R&D, 파이롯트 (2) 석박사 : R&D 4. 절차 : 지원서 접수 - 서류전형 - HMAT - 실기전형(디자인에 한함) - 면접전형 - 인턴십(학사에 한함)</p>

3) 지원부문

구분		관련전공	근무지
개발부문	연구개발	기술경영	전공무관(이공계 우대)
		차량설계	기계, 전기전자, IT, 산업공학 등 이공계열
		차량평가	기계, 전기전자, 재료 등 이공계열
		파워트레인	기계, 전기전자, 복합전공 등 이공계열
		재료	재료(금속, 고분자, 신소재, 유기소재 등)
		상용차개발	기계, 전기전자, 산업공학 등 이공계열
	파이롯트	기계, 전기전자, 산업공학 등 이공계열	현대자동차 남양연구소
	구매/부품 개발	기계, 전기전자, 재료, 화공 등 이공 및 인문계열	전국사업장
플랜트 부문	플랜트 운영	기계, 전기전자, 재료, 화공, 산업공학 등 이공 및 인문계열	현대자동차 플랜트
	플랜트 기술	기계, 전기전자, 재료, 화공, 산업공학 등 이공계열	(울산, 아산, 전주)
	품질	기계, 전기전자, 산업공학 등 이공계열	
전략지원 부문	상품전략	전공무관	전국 사업장
	마케팅		
	국내영업		
	해외영업		
	재경		
	정보기술		
경영지원	경영기획, 조사연구/분석, 인사, 교육, 총무/관재, 노무, 홍보	경인, 울산, 아산, 전주	

3. 최근 자기소개서 항목

1) 2017 하반기

What makes you move? 무엇이 당신을 움직이게 하는지 기술해 주십시오.
(최대 1,000자 이내로 작성)

본인이 회사를 선택할 때의 기준은 무엇이며, 왜 현대자동차가 그 기준에 적합한지를 기술해 주십시오.(최대 1,000자 이내로 작성)

현대자동차 해당 직무 분야에 지원하게 된 이유와 선택 직무에 본인이 적합하다고 판단할 수 있는 이유 및 근거를 제시해 주십시오.(최대 1,000자 이내로 작성)

2) 2016년 상반기, 하반기

본인의 삶 중에 기억에 남는 최고의 순간 및 그 의미를 설명하고, 향후 본인이 원하는 삶은 무엇인지 기술해 주십시오. (최대 1,000자 이내로 작성)

본인이 회사를 선택할 때의 기준은 무엇이며, 왜 현대자동차가 그 기준에 적합한지를 기술해 주십시오. (최대 1,000자 이내로 작성)

현대자동차 해당 직무 분야에 지원하게 된 이유와 선택 직무에 본인이 적합하다고 판단할 수 있는 이유 및 근거를 제시해 주십시오. (최대 1,000자 이내로 작성)

4. 필기시험 최근 출제유형 분석

운영시간	검사영역	문항수	검사시간
08:30~08:50	신분증 확인 및 개인물품 정리(지원자 입실 완료 8:30)		
08:50~10:30	Part1	언어이해	20 / 25분
		논리판단	15 / 25분
		자료해석	20 / 30분
10:30~10:45	휴식		15분
10:45~11:50	Part2	정보추론	20 / 25분
		공간지각	20 / 25분
11:50~12:05	휴식		15분
12:05~13:55	Part3	인성검사 I	336 / 50분
		인성검사 II	335 / 45분
총 소요시간	5시간 5분(305분)		

※ 상반기에는 주로 공간지각(25문항/30분), 하반기에는 도식이해(15문항/30분)를 출제하는 경향이 있음

[참고] 시험장에서 부정행위로 간주되는 행동

- 1) 검사 시작 전 검사지를 펼쳐보는 것
- 2) 예제 문항 풀이 시간에 본 문항을 풀이하는 것
- 3) 해당 영역 검사시간에 다른 영역의 검사를 넘겨보거나 풀이하는 것
- 4) 해당 영역 검사시간에 다른 영역의 OMR응답지를 수정하는 것
- 5) 다른 응시자의 OMR응답지를 보거나 보여주는 것
- 6) 검사 종료 후 OMR응답지에 작성하는 것
- 7) 공간지각 검사지를 돌려보거나 접는 것**
- 8) 공간지각 검사지 본 문항에 표시(정/오답, 점, 도형, 선 등)를 하는 것**

- 시험특징 및 Tip

- 유형 : 객관식 5지선다
- 시험 유형 : 과목별로 구별되고 휴식시간도 있음 ⇨ 각 과목별 풀이전략 필요!! 미리 반드시 풀어야 하는 유형과 시간이 없는 경우 포기해야 할 문항을 선별하는 것도 하나의 전략!
- 최대한 순서대로 많이 풀어야 함
 ⇨ 평소 속도와 정확도를 올리는데 목적을 둔 연습 필요!
- 별도의 필기구 사용 금지 : 컴퓨터 싸인펜만 사용가능 ⇨ 평소 컴퓨터 싸인펜으로 문항을 풀이하는 연습 필요!

5. 합격자가 전해주는 전형별 후기

① 합격자 ○○○의 HMAT 후기

저는 시중 대기업통합 인적성 교재, 현대 인적성검사 교재를 중심으로 학습하였습니다. 다행히 1개월~ 2개월 밖에 인적성을 준비하지 못했는데 운이 좋게도 합격할 수 있었습니다. 남들에 비해 특출난 방법을 사용한 것은 없고, 필기스터디가 많은 도움이 되었습니다. 특히 실전과 같이 제한시간 내에 모의고사를 풀어 보는게 도움이 많이 됐던 것 같아요. 기억나는 기출문항을 과목별로 적어볼게요~.

- 1) 언어이해 : 글의 세부내용 파악, 문장 배열, 문장 완성, 어휘 및 문단 수정, 개요 작성, 개요 및 보고서 수정
- 2) 논리판단 : 배열 및 배치, 참-거짓 구분, 명제, 삼단논법 등
- 3) 자료해석 : 주어진 표와 그래프를 해석하고 분석하는 문제
- 4) 정보추론 : 자료 해석의 오류를 찾는 문제
- 5) 도식이해 : 입체도형의 조립, 회전 등을 응용하여 지각력을 평가하는 유형

② 합격자 △△△의 면접 후기

1. 1차면접

1) 핵심역량면접

다대일 또는 4~5명 조를 이루어 진행되며 주로 자소서 기반의 질문 또는 한 가지 주제에 대해 계속해서 질문합니다. 대부분의 면접관이 지원자의 답변에 대해 꼬리질문을 하는 식으로 면접이 이루어져요. 처음 자기소개와 마지막으로 하고 싶은 말을 준비하는 것은 필수인 것 같습니다. 저도 미리 준비해서 도움이 많이 됐어요.

2) 직무역량면접

- PT면접

자동차 시장이나 관련 자료를 주고 자료에 대한 본인의 생각을 발표하는 것으로 진행되는 것이라서, 전공이나 직무에 대한 준비가 필요해요. 생각보다 발표하는 것이 까다로워서 직무에 대하여 보다 자세히 알아둘 걸 하는 생각도 들었습니다.

- 토의면접

토론 주제를 받고 준비시간이 약 15분 주어진 후 4~5명이 서로 토의하는 형태로, 다른 대기업과 분위기는 비슷했어요. 면접이라는 생각에 긴장해서 그런지 자세하게 기억나지 않네요~~

2. 2차면접 (영어면접, 임원진면접)

1) 임원진면접

지원자와 평가자가 다대다 형식으로 진행되었어요. 전문적이거나 실무 관련 질문보다 개인적인 인성질문 위주로 진행된 것 같아요, 다소 편안한 분위기로 진행됐지만 긴장이

풀어지지 않아서 애먹었던 기억이 나네요~

2) 영어면접

외국인 면접관과 10~15분간 대화 나누거나 도표 읽는 등의 방식으로 진행되요. 어렵고 전문적인 용어를 사용하는 것은 어렵다고 생각해서 그냥 쉽고 익숙한 어휘를 사용하여 나의 생각을 면접관에게 정확하게 전달하려고 노력했어요. 다른 면접도 마찬가지로이지만 본인의 생각을 논리정연하게 표현하는 것이 중요하다고 생각되요.