

심층분석보고서

현대자동차- Infra Engineering

2026.03.31

1 장. 산업 분석 (자동차 산업 동향)

산업 정의 및 구조: 자동차 산업은 개인 및 상업용 차량을 개발·생산·판매하는 **모빌리티 산업의 핵심 분야**입니다. 전통적으로 내연기관 차량(가솔린, 디젤)이 중심이었으나, 최근 **전기차(EV)**와 **수소차(FCEV)** 등 친환경차로 급속 전환 중입니다[1]. 산업 가치사슬은 원자재 조달부터 부품 제조, 완성차 조립, 유통(딜러망), 애프터마켓 서비스까지 포괄하며, 과거에는 완성차 제조사(OEM)가 브랜드 파워와 유통망을 통해 **가장 큰 부가가치**를 창출해 왔습니다. 그러나 전기차 시대에는 배터리 등 **핵심 부품의 비중**이 높아져 배터리 제조사 등의 역할이 커지고 있습니다 (전기차 한 대에서 배터리 원가 비중이 30~40%에 달하는 것으로 알려짐). 이에 따라 완성차 업체들도 배터리 조달 및 기술 내재화 전략을 중시하고 있습니다.

최근 3~5 년 주요 트렌드: 첫째, **전동화(Electrification)** 가속입니다. **2024 년 글로벌 전기차 판매량은 1,700 만 대를 돌파하여 신차 시장의 20%를** 전기차가 차지했고, 2025년에는 2,000 만 대 이상으로 약 25% 비중에 달할 것으로 예상됩니다[2][3]. 이는 불과 몇 년 사이 전기차가 틈새에서 **주류 시장**으로 진입하고 있음을 의미합니다. 특히 중국과 미국 등에서 **정부 정책(보조금, 규제)**이 전기차 보급을 견인하고 있으며, 완성차 업체들은 앞다투어 EV 신차를 출시하고 있습니다. 둘째, **자율주행(Autonomous Driving)**과 **커넥티비티(Connected Car)** 기술의 혁신입니다. 차량은 이제 바퀴 달린 IT 기기로 불릴 만큼 소프트웨어, 센서, AI 기술이 중요해졌습니다. 완성차 업체들은 자율주행 스타트업과 협업하거나 자체 R&D 를 통해 향후 **완전 자율주행차 시장**을 선점하려 합니다. 셋째, **디지털 전환과 제조 혁신**입니다. 생산 측면에서 **스마트팩토리** 도입이 활발하여, AI와 **디지털 트윈**으로 **생산 효율화와 개인맞춤형 차량 생산** 시도가 이루어지고 있습니다[4]. 현대자동차그룹은 싱가포르에 HMGICS(Hyundai Motor Group Innovation Center)를 설립하여 전기차 전용 스마트공장을 운영하는 등 대표적 사례를 보이고 있습니다[5][6]. 넷째, **모빌리티 서비스화**입니다. 차량 소유에서 **공유(Service)**로의 패러다임 변화로, 승차공유, 차량구독 등 새로운 비즈니스 모델이 부상했고, 완성차 업체들도 단순 제조업을 넘어 **모빌리티 서비스 프로바이더**로 변모하려는 움직임을 보입니다.

시장 규모 및 성장률: 전통적 내연기관 시장은 성숙기에 접어들어 선진국에서 정체 또는 소폭 감소 추세이나, 신흥시장 수요로 연 2~3% 내외 완만한 성장을 지속했습니다. 2020 년 코로나 19 로 침체되었던 글로벌 자동차 판매는 회복되어 **2024 년 글로벌 자동차 시장 규모는 약 2.4 조 달러**로 추정되며, 2025 년 이후 **연평균 7~8%대 성장률**을 전망하는 분석도 있습니다[7]. 다만 이 성장의 상당 부분은 전기차, 배터리 등 **신기술 분야의 고성장**에 기인합니다. 전기차 시장은 특히 고속성장하여 **2025 년 신차 판매의 25% 돌파**, 2030 년 40%, 2040년에는 70%까지 확대될 것이라는 전망도 있습니다[3]. 반면 내연기관 차는 각국 환경규제로 점진적 축소가 불가피합니다. **국내 시장**의 경우 연간 약 180 만~190 만 대

심층 분석 보고서: 현대자동차- Infra Engineering

수준의 완만한 규모이며, 한국은 2023년 완성차 생산 413만 대(2년 연속 400만대 돌파) 및 자동차 수출 708억 달러를 기록하며 사상 최고 수준을 이어갔습니다[8].

가치사슬(Value Chain) 구조 및 수익 지점: 자동차 산업 가치사슬은 상류에서는 철강·화학 등 원재료 공급, 배터리·전자·엔진 등 부품 제조, 모듈 및 시스템 공급, 중류에서는 OEM의 차량 설계·조립 생산, 하류에서는 물류와 딜러 판매망, 최종적으로 애프터서비스(부품 교체·정비), 금융(할부·리스), 중고차 유통으로 이어집니다. 핵심 수익원은 신차 판매 마진과 애프터마켓입니다. 완성차 판매 자체의 마진은 차종 믹스와 브랜드에 따라 상이하나, 특히 럭셔리/프리미엄 차종이 높은 수익성을 냅니다. 또한 부품 교체 및 정비 서비스는 안정적 수익원으로, 차량 한 대를 판매한 후 차량 수명주기 전체에서 부가가치를 창출합니다. 금융 자회사(할부 금융, 보험 등)를 통해 추가 수익을 얻는 경우도 많습니다. 전기차로 전환되면서 배터리 관련 가치가 높아졌고, OTA(무선 소프트웨어 업데이트) 등 소프트웨어 서비스 매출도 새로운 수익 모델로 대두되고 있습니다[9]. 이에 OEM들은 배터리 합작 투자, 자체 소프트웨어 개발 등에 투자하여 가치사슬 내 통제력을 확보하려고 합니다.

주요 플레이어와 경쟁 구도: 자동차 산업은 글로벌 과점 시장으로, 토요타, 폭스바겐(VW) 그룹, 현대자동차그룹, 제너럴모터스(GM), 스텔란티스 등이 전통적인 Top 플레이어입니다. 최근 테슬라와 BYD(비야디) 등 신흥 강자들이 전기차 중심으로 부상해 판도를 바꾸고 있습니다. 2025년 기준 판매량으로 보면, 토요타는 전기차에서는 뒤처졌지만 여전히 전세계 연간 판매 약 1,000만 대 내외로 1위 완성차 기업 자리를 유지합니다. 현대자동차그룹(현대차+기아)은 2022년부터 글로벌 판매 3위를 유지하며 존재감을 높였고[10], EV 전환 성과로 2025년 상반기에는 영업이익 기준 글로벌 2위에 오르는 등 수익성도 개선되었습니다[11][12]. 폭스바겐 그룹은 다수의 브랜드(아우디, 포르쉐 등)로 유럽 1위이자 글로벌 2위 완성차 업체이나, 전동화 전환 과정에서 소프트웨어 개발 지연 등 시행착오를 겪고 있습니다. 테슬라는 판매대수는 아직 200만 대 미만으로 전통 OEM보다 적지만, 순수 전기차 분야 글로벌 2위이며 브랜드 혁신성과 소프트웨어 역량으로 높은 시가총액과 영업이익률(두 자릿수)을 기록하는 게임체인저입니다. BYD(중국)는 내수의 압도적 힘과 배터리 내재화로 2025년 전기차 판매 225만 대로 세계 1위에 올랐고, 테슬라(약 163만 대)를 크게 앞질렀습니다[13]. 이처럼 중국업체(Geely, SAIC 등)들은 자국 시장을 바탕으로 전기차 판매 Top10에 대거 진입하여, 독일 3사(BMW, 벤츠, 폭스바겐)의 전기차 판매를 합쳐도 중국 1개 기업에 못 미칠 정도로 판세가 변화하고 있습니다[14][15]. 국내 시장에서는 현대차와 기아가 합산 점유율 ~80% 이상을 차지하는 과점이고, 수입차로 메르세데스-벤츠, BMW 등이 프리미엄 세단 시장에서 강세를 보입니다. 전기차 분야에서는 테슬라가 한때 수입 1위를 했으나 최근 현대차 아이오닉 5/6 등의 선전으로 국내 EV 시장도 국산 점유율이 높습니다.

2 장. 주요 경쟁사 비교 및 현대자동차 포지셔닝

경쟁사 선정: 현대자동차와 글로벌 시장에서 경쟁하거나 참조할 만한 주요 업체로 **토요타(Toyota), 폭스바겐(Volkswagen) 그룹, 테슬라(Tesla), 그리고 BYD(비야디)**를 들 수 있습니다. (현대차의 그룹 내 형제회사인 기아도 제품과 시장전략에서 협력과 경쟁을 부분적으로 공유하나, 본 장에서는 주로 외부 경쟁사와 비교합니다.)

제품/서비스 포트폴리오:

- **토요타:** 내연기관부터 하이브리드, 수소차까지 가장 포괄적 포트폴리오를 보유한 글로벌 1 위 완성차 기업입니다. *캠리, RAV4* 등 대중차부터 *렉서스* 럭셔리 브랜드까지 커버하며, 특히 **하이브리드 기술**에선 선구자적 지위를 갖습니다. 전기차 전환이 늦었지만 2025 년부터 미국 현지 EV 생산을 시작하는 등 본격 대응에 나섰습니다[16]. 또한 **TPS(도요타 생산시스템)**로 대표되는 효율적 제조공정과 품질관리, 전세계 딜러망을 통한 서비스 네트워크가 강점입니다. 약점은 EV 와 소프트웨어 분야의 늦은 스타트와 보수적 기업문화로 인한 혁신 속도 지체로 지목됩니다. 실제로 2025 년 전기차 판매량은 20 만 대 수준으로 **글로벌 14 위**에 그쳐 하이브리드에 집중한 대가를 치르고 있습니다[17].

- **폭스바겐 그룹:** 폭스바겐, 아우디, 포르쉐, 스코다 등 **다중 브랜드**를 거느린 유럽 최대 자동차 제조사입니다. 강력한 브랜드 포트폴리오로 **대중차부터 초고가차까지** 대응하며, 모듈화 플랫폼(MQB, MEB 등)으로 규모의 경제를 누립니다. 전기차 전환에 적극적이어서 유럽 EV 판매 1 위를 달성한 바 있고, **2025 년 전기차 판매 약 98 만 대(글로벌 4 위)**로 테슬라 등에 이어가는 중입니다[18]. 강점은 튼튼한 공학 기반과 글로벌 시장 다변화(중국 합작법인 등)이며, 약점은 최근 전동화 과정에서 드러난 **소프트웨어 개발 역량 부족** 및 관료적 조직문화가 혁신을 저해하는 점입니다. 특히 자체 개발하던 통합 OS 지연으로 CEO 교체 등 진통을 겪었습니다.

- **테슬라:** 미국의 순수 전기차 기업으로 **혁신 기술과 브랜딩**에서 독보적입니다. 모델 3, 모델 Y 등 제한적 차종으로도 세계 EV 시장 점유율을 이끌고 있으며, OTA 업데이트, **자율주행 FSD 베타** 등 **Software-Defined Vehicle(SDV)**의 대표 주자입니다. 서비스 측면에서 **직판 모델(온라인 판매)**과 **슈퍼차저 충전망**으로 전통 제조사와 차별화된 생태계를 구축했습니다. 테슬라의 강점은 기술 선도 이미지와 높은 이윤율(규모 대비 고마진)이며, 약점은 잦은 품질 이슈(조립 품질 등)와 경쟁사들의 추격으로 성장세가 다소 둔화되는 점입니다. 2025 년에도 전기차 판매 **약 163 만 대로 글로벌 2 위**를 유지했지만, BYD 와 격차가 벌어지고 있습니다[13]. 또한 제품 라인업이 한정적이고 주로 고가차 중심이라 대중차 시장 공략에는 한계가 지적됩니다.

- **BYD:** 중국의 배터리 및 완성차 기업으로, **전기차 풀라인업**(승용차, 버스, 트럭)을 구축하고 내수 1 위에 오른 신흥 강자입니다. **배터리 셀부터 차량까지 수직계열화**가 최대 강점으로, 이를 바탕으로 가격 경쟁력과 생산량을 동시에 확보했습니다. 2025 년 전기차 225 만 대 판매로 글로벌 1 위에 올랐으며, 플러그인하이브리드(PHEV)도 포함한 **NEV(신에너지차)**

심층 분석 보고서: 현대자동차- Infra Engineering

분야에서 압도적입니다[13]. 강점은 중국 정부 지원과 거대 내수시장, 그리고 빠른 제품개발 속도입니다. 약점은 글로벌 브랜드 파워와 품질/안전성에서 아직 검증이 필요하다는 점, 그리고 국제시장 (특히 미국 시장) 접근에 지리적·정치적 제한이 있다는 점입니다.

현대자동차의 포지셔닝: 현대차는 전통적으로 “**높은 가성비**의 대중차 브랜드” 이미지로 출발했으나, 최근 품질과 디자인 향상으로 글로벌 **볼륨 브랜드**에서 **준프리미엄** 영역까지 올라왔습니다. 현대차 자체는 세단, SUV, 친환경차 등 플라인업의 **B2C 승용차** 브랜드이고, 고급차 시장에서는 별도 럭셔리 브랜드인 **제네시스**를 운영하여 프리미엄 포지션을 공략하고 있습니다. 따라서 현대차의 전체 포트폴리오는 **현대(Premium Mass Market) + 제네시스(Luxury)** 이중전략으로 볼 수 있습니다. 가격대로는 도요타와 비슷하거나 약간 낮은 수준에서 경쟁하고, 기술 이미지 측면에서는 테슬라만큼 혁신적이진 않아도 **빠른 팔로워(fast follower)**로 인정받고 있습니다. 예컨대 현대차는 아이오닉 5/6 전기차로 테슬라에 필적하는 신기술을 내놓았고, 수소전기차 넥쏘(NEXO)로 선도적 위치도 확보했습니다.

B2B/B2C/B2G 비즈니스 모델: 현대차 매출의 대부분은 일반 소비자를 대상으로 한 **B2C 승용차 판매**에서 나옵니다. 다만 일부 **B2B 판매**(렌터카 회사, 물류회사 대상 트럭/버스 판매 등)도 있으며, 정부 조달(경찰차, 관용차 등 **B2G**)도 일정 부분 있습니다. 전기차 시대에는 전기차 **충전 인프라 서비스**(E-pit 초고속 충전망 구축 등)와 차량 데이터 서비스를 제공하며 **B2B2C** 플랫폼 사업에도 진출 시도 중입니다. 종합적으로 현대차는 볼륨과 시장점유율을 중시하면서도, “**품질 개선을 통한 브랜드 업그레이드**” 전략으로 토요타 대비 젊고 세련된 이미지를 추구하는 포지셔닝입니다.

최근 3~6 개월 내 큰 이슈:

- **신사업:** 현대차는 **소프트웨어 중심 자동차(SDV)** 전환 가속을 선언하고, 2025년까지 전 차종에 OTA 등 SDV 기술 적용을 목표하고 있습니다[19]. 이를 위해 자체 **차량용 소프트웨어 플랫폼** 개발과 소프트웨어 인력 대규모 채용에 나섰습니다. 또한 **로보틱스 및 AAM**(미래 항공 모빌리티) 분야 투자를 지속하고 있는데, 2021년 인수한 로봇기업 보스턴다이내믹스와 함께 **서비스 로봇, 웨어러블 로봇** 개발을 진행 중이며, 2030년대 상용화를 목표로 **도심항공모빌리티(UAM)** 기체 개발도 병행하고 있습니다[20]. 최근에는 AI 분야에서 엔비디아와 협력하여 **대규모 GPU 인프라 확보** 및 **자율주행/AI 개발 플랫폼 강화**를 발표하며 미래차 기술 내재화에 박차를 가하고 있습니다[21].

- **해외 투자 및 공급망:** 미국 **인플레이션감축법(IRA)**에 대응하여 현대차그룹은 미국 조지아주에 전기차 공장(HMG Meta Plant America)을 건설 중이며, 2025년 가동을 앞두고 있습니다[22]. 이를 통해 미국 현지 생산 비중을 높여 **현지화율 요건**과 **관세장벽**에 대응하려 합니다. 유럽에서도 체코공장 EV 라인 전환 등 투자를 진행 중입니다. 배터리 공급망 측면에서는 SK온, LG에너지솔루션 등과 미국 합작공장 설립을 결정하여 2026~2027년부터 현지 배터리 확보를 추진 중입니다.

- **재무성과:** 2025년 연간 매출 186조 원으로 사상 최대를 달성하였으나, 미국 관세 비용

증가와 판매 인센티브 확대로 **영업이익은 전년 대비 19.5% 감소(약 11.47 조 원)**하였습니다[23][24]. 특히 2025년 4분기 영업이익률이 3.6%까지 하락하며 수익성 압박이 있었으나, 이는 일시적 요인(미국 25% 관세 적용 재고처리, 일회성 비용 등)으로 분석됩니다[25]. 현대차는 **고급차·하이브리드 판매 호조**로 매출 믹스를 개선하여 수익성 하락을 방어했고, 실제로 2025년 글로벌 판매는 413만 8천 대로 정체됐음에도 매출이 늘어나 **높은 평균판매단가(ASP)**를 달성했습니다[12].

- **기술·제품**: 최근 출시된 **아이오닉 6** 전기차가 세계적인 디자인 상을 수상하고 유럽 시장에서 호평을 받는 등 제품 경쟁력이 입증되었습니다. 또한 2026년형 신형 **그랜저 EV**, **코나 EV 플체인지** 등이 공개되며 내연차 인기 모델을 전기차로 대체하는 전략이 가속화되고 있습니다. 고성능 N 브랜드 최초의 전기차 **아이오닉 5 N** 출시도 큰 이슈로, 내연차 매니아 층을 EV로 끌어들이는 시도로 주목받았습니다.

- **조직 개편**: 2025년 말 현대차는 연구개발본부를 소프트웨어 중심으로 재편하고, **소프트웨어 개발총괄 조직**을 신설하는 등 인적 쇄신을 단행했습니다. 또한 **EV 사업부**를 강화하고, 해외 판매 법인의 디지털 마케팅 조직도 확대하여 온라인 판매 및 고객 데이터를 적극 활용하는 방향으로 조직문화를 변화시키고 있습니다.

3 장. 현대자동차 심층 분석

사업 구조 및 매출 비중: 현대자동차의 사업은 크게 **자동차 부문**과 **금융 및 기타 부문**으로 구분됩니다. 연결기준 매출의 대부분(약 80~85%)이 자동차 부문에서 발생하며, 나머지는 현대캐피탈/커머셜 등의 금융상품 및 기타 서비스 매출입니다. 자동차 부문을 세부적으로 보면, **국내 판매**와 **해외 판매**로 양분되는데, 판매대수 기준 약 20% 내외가 국내, 80%가 해외시장입니다. **2025년 현대차 글로벌 판매 413만 8천 대** 중 국내는 약 74만 대, 해외는 약 339만 대 수준으로 추정됩니다 (2025년 국내 판매 전년대비 +1.1% 증가)[26][27]. 지역별로는 북미(특히 미국)가 최대 단일 시장으로 부상하여, 2025년 현대차는 **처음으로 미국 도매판매 100만 대**를 돌파하였고 이는 SUV와 하이브리드의 인기가 견인했습니다[28]. 유럽, 인도, 동남아, 중남미 등도 주요 시장입니다. 제품별 매출 구성은 **세단 약 30%**, **SUV 약 50%** (SUV 비중 지속증가 추세), **럭셔리 제네시스 브랜드 510%**, **친환경차(전기차+하이브리드) 약 20%** 수준으로 높아졌습니다. 특히 2025년 현대차는 전 세계에서 **전동화 차량 96만여 대 판매하여 전체 판매의 약 23%**를 친환경차로 채웠고, 그 중 **배터리 전기차(BEV) 27만 6천 대**, **하이브리드(HEV/PHEV) 63만 5천 대**를 차지했습니다[29][30]. 이는 전년 대비 전동화 판매 27% 증가로, 현대차 매출에서 친환경 부문의 비중이 빠르게 확대됨을 보여줍니다. 부문별 수익성은 제네시스 등 프리미엄 차종과 SUV, 친환경차에 집중되어 있으며, 현대차도 최근 **"많이 파느냐보다 어떤 차를 파느냐"**가 중요하다고 강조할 만큼 **포트폴리오 믹스 개선**에 주력하고 있습니다[30][31].

중장기 전략 방향: 현대자동차는 2020년대 후반을 향해 “스마트 모빌리티 솔루션 프로바이더”로의 전환을 비전으로 제시하고 있습니다[20]. 정의선 회장의 리더십 하에 발표된 “휴머니티를 향한 진보(Progress for Humanity)” 브랜드 비전 아래, **지속가능성(Sustainability)**과 **모빌리티 혁신**을 양대 축으로 삼고 있습니다[32].

구체적으로: (1) **전동화 리더십 강화:** 2030년까지 현대차 브랜드 기준 연 323만 대 전기차 생산, 글로벌 EV 시장 Top3 진입을 목표로 하고 있습니다[33]. 이를 위해 2027년까지 15종 이상의 EV 라인업을 구축하고, 다양한 차급의 전기차 및 **PBV(목적기반모빌리티)** 출시를 예고했습니다[34]. 또한 하이브리드 기술도 차세대 시스템으로 고도화하여 과도기 수요에 대응하고 있습니다[35]. (2) **소프트웨어 및 자율주행:** 현대차는 2025년까지 모든 차종을 **SDV** 화하고 차량 내 **소프트웨어 OTA 업데이트**를 표준화할 계획이며, 자율주행에서는 미국 모셔널(Motional) 등과 협업하여 **로보택시 실도로 운행**을 개시하는 등 Level 4 기술 실증에 나서고 있습니다. 최근에는 자체 개발 **자동차 OS**와 통합 컨트롤러 개발을 추진하면서, **소프트웨어 역량을 OEM 생존의 필수요소**로 인식하고 투자 중입니다[36]. (3) **신사업 다각화:** 앞서 언급한 **UAM(AAM)** 사업에서는 현대차그룹 산하에 Supernal 이라는 회사를 설립해 미국에서 실증 기체 개발을 진행 중이고, **로보틱스** 분야에서는 물류로봇, 서비스로봇 상품화를 노립니다. 또한 **수소에너지** 부문에서 세계 최초 수소트럭 양산(엑시언트 수소전기트럭)을 시작으로 수소연료전지 시스템을 외부에 공급하는 등 수소사업 역량도 강화하고 있습니다[37]. (4) **지역별 전략:** 북미에서는 현지 생산과 전동화 모델 투입 확대, 유럽에서는 엄격한 환경규제 대응을 위해 EV 라인업 집중, 인도·동남아에서는 비교적 가격 접근성 있는 내연기관/소형 EV 투트랙 전략을 구사합니다. 중국 시장에선 한때 부진했지만 전기차로 재도전 의지를 보이고 있습니다. 요약하면 현대차 중장기 전략은 **탄탄한 제조역량을 바탕으로 미래 기술 투자와 사업 모델 전환을 병행**하여, 전기차 시대와 모빌리티 서비스 시대에도 **글로벌 톱 플레이어 지위**를 이어가려는 것입니다.

차별화 포인트: 현대자동차의 주요 차별화 요소로는 다음을 들 수 있습니다. (1) **전동화 기술 선도와 다양성:** 현대차는 **배터리 전기차, 플러그인 하이브리드, 하이브리드, 수소전기차**까지 풀라인 친환경 기술을 보유한 몇 안 되는 업체입니다. 아이오닉 5/6의 성공으로 **디자인·플랫폼 경쟁력(E-GMP 플랫폼)**을 입증했고, 수소연료전지차 넥쏘로 수소 분야에서도 세계 선도 기업 중 하나로 평가받습니다. (2) **고성능 및 모터스포츠 경험:** 현대차 N 브랜드를 통해 WRC 등 모터스포츠에 참가하며 얻은 새시 튜닝 및 모터기술 경험을 **고성능 전기차 개발**에 접목하고 있습니다[38]. 이는 동일 볼륨 브랜드 대비 성능 이미지 제고에 도움이 됩니다. (3) **스마트팩토리 생산 효율:** 앞서 언급한 HMGICS 등 **혁신 생산기술** 도입으로 유연생산에 강점을 갖추려 합니다[5]. 또한 형제회사 기아 및 부품계열사(현대모비스 등)와 수직계열화된 그룹 체제로 **공급망 안정성과 원가 경쟁력**을 확보한 점도 강점입니다. (4) **디자인과 브랜드 재창조:** 현대차는 최근 5년간 파격적인 디자인 변신으로 글로벌 디자인상을 수상하며 **세련된 브랜드 이미지**를 구축했습니다. 동시에 **제네시스** 브랜드로 고급 고객층까지 흡수하며 “가성비” 이미지에서 “가격 대비 품질과 럭셔리 감성” 이미지로

올라셨습니다. (5) **고객 기반 & 시장 다변화**: 현대차는 내수시장 점유율이 매우 높아 안정적인 수요 기반을 갖는 한편, 미국, 인도 등 **신흥시장 개척**에도 성공하여 특정 지역 편중이 비교적 덜합니다. 예컨대 2025년 미국에서 100만 대를 넘겨 북미 사업이 핵심 축으로 자리잡았고, 인도와 동남아에서도 일본차 대비 가격경쟁력을 무기로 점유율 확대 중입니다.

주요 리스크 요인: 현대자동차가 직면한 리스크로는 (1) **규제 및 정책 리스크**: 탄소중립 규제에 따라 2035년 EU 내 내연차 판매금지, 미국/중국의 보조금 정책 변화 등 외부 환경이 수시로 바뀝니다. 이러한 **정책 변화**에 제대로 대응하지 못하면 시장 접근에 차질이 생길 수 있습니다. 미국 IRA 사례처럼 현지 생산이 필수인 상황은 추가 투자비용을 야기합니다. (2) **경쟁 심화**: 전통 강자인 토요타부터 스타트업, IT 기업(예: 애플카 루머)까지 자동차 시장에 뛰어들면서 **경쟁의 범위가 확대**되었습니다. 특히 전기차 분야에서 **중국업체의 부상**과 테슬라의 가격공세(가격 인하)는 현대차의 시장점유율과 마진에 압박 요인입니다. (3) **기술 리스크**: 소프트웨어 중심 차량으로의 전환은 완성차 업체에 새로운 도전입니다. 현대차가 기계공학 분야에서는 강점을 보여왔지만, **소프트웨어 역량과 인재** 면에선 빅테크 기업 대비 아직 약하며, 이를 빨리 끌어올리지 못하면 SDV 시대에 뒤처질 수 있습니다. (4) **공급망 및 원자재**: 반도체 칩 부족 사태에서 보듯 부품 공급망 리스크는 여전합니다. 또한 배터리 원료인 리튬, 니켈 등의 가격 변동과 수급 리스크도 존재합니다. 현대차는 배터리 협력을 통해 대응 중이지만, 특정 공급사 의존도가 높으면 **밸류체인 리스크**가 됩니다. (5) **인력 및 노무**: 현대차는 강성 노동조합으로 유명하여 임금협상 난항 시 파업 등 **생산차질 위험**이 상존합니다. 이는 국내공장 가동률과 납기, 나아가 신차 출시 일정에도 영향을 줄 수 있습니다. 또한 신규 채용하는 **SW 인재의 조직 적응** 문제, 사내 전통 제조인력에 대한 재교육 등의 HR 과제도 있습니다. (6) **평판 및 품질**: 품질 이슈(과거 엔진결함 리콜 등)는 브랜드 신뢰에 영향을 주는데, 글로벌 시장에서 현대차의 품질평가는 많이 개선되었지만 **전기차 화재 위험, 자율주행 안전사고** 등 신규 위험 요소도 관리해야 합니다. 특히 차량 소프트웨어 오류는 사이버보안 및 안전과 직결되어 선제적 대응이 필요합니다. 이러한 리스크를 잘 관리하면서, 현대차는 **재무적으로 안정적인 포지션(2025년 말 현금흐름 양호)**과 **한국 정부 및 그룹사 지원** 등을 지렛대로 삼아 장기적 전략을 추진하고 있습니다.

4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

공식 인재상 키워드: 현대자동차그룹의 공식 인재상은 다섯 가지 키워드로 요약됩니다 - **도전(Challenge), 창의(Creativity), 열정(Passion), 협력(Collaboration), 글로벌 마인드(Global Mindset)**[39][40]. 이를 풀이하면, **실패를 두려워하지 않고 적극적으로 도전하고, 새로운 시각으로 창의적으로 문제 해결하며, 높은 책임감과 헌신으로 열정적으로 임하고, 개방적 소통으로 협업하고, 다양성을 존중하며 글로벌 전문성을 갖춘 인재**를 선호한다는 의미입니다.

채용/평가에서의 실제 해석: 표면적인 인재상 키워드는 많은 기업이 유사하지만, 현대차 맥락에서 이를 실제로 적용하면 다음과 같습니다. **“도전”**은 지원자가 새로운 시도를 해본 경험, 어려운 목표를 설정하고 성취한 사례 등을 통해 평가됩니다. 예를 들어 면접에서 **실패했던 경험과 배운 점**을 자주 묻고, 여기서 **실패를 극복하여 성장한 태도**를 높이 삽니다. **“창의”**는 전통제조업의 틀에 안주하지 않고 **디지털 혁신 아이디어**를 제시할 수 있는지, 문제 해결에 독창적 접근을 했던 사례로 어필하는 것이 중요합니다. 예컨대 학교 프로젝트나 이전 직무에서 남다른 개선안을 제안했던 경험이 있으면 어필할 만합니다. **“열정”**은 곧 **오너십과 헌신**으로 해석되는데, 현대차는 대규모 프로젝트를 몰입해서 해낼 수 있는 **강한 드라이브**를 가진 인재를 선호합니다. 지원 직무와 산업에 대한 진정성 있는 **열의(passion)**를 자기소개서와 면접에서 나타내는 게 좋습니다. **“협력”**은 현대차처럼 부서 간 협업이 많은 조직에서 매우 중요합니다. 자기 역할만이 아닌 **크로스펑셔널(cross-functional)** 프로젝트 경험, 팀 프로젝트에서 조율한 경험 등을 통해 **조직 내 소통 역량**을 평가합니다. 마지막으로 **“글로벌 마인드”**는 단순히 외국어 능력뿐 아니라, 다양한 문화권 사람들과 일한 경험, 해외 유학/연수, 글로벌 트렌드에 대한 이해도를 봅니다. 실제로 현대차는 해외사업 비중이 크기에, 영어 면접이나 제 2 외국어 능력을 간접적으로 확인하기도 합니다. 요약하면, 지원자는 위 다섯 가지 가치에 부합하는 경험을 **구체적 사례**로 준비하고, 특히 **도전정신과 협업역량**은 현대차 인재상에서 반복 강조되므로 이에 대해 자신의 강점을 논리적으로 피력해야 합니다.

조직 문화: 현대자동차는 과거 정주영 명예회장의 창업기부터 **“되면 된다”**식의 강한 추진 문화와 **위계적인 대기업 문화**가 혼재했었습니다. 그러나 최근 5년간 조직문화 혁신을 적극 추진하여 **수평적이고 유연한 문화**로 변모를 꾀하고 있습니다[41][42]. 예를 들어, 경영진과 직원 간 **타운홀 미팅**을 정례화하여 직급에 관계없이 의견을 주고받는 문화를 도입했고, **보고 체계 간소화**(불필요한 대면보고 줄이고, 이메일/메신저 활용 등)로 스피디한 의사결정을 지향합니다. 직급 호칭도 기존 대리·과장·차장 등을 폐지하고 **“매니저/책임매니저”** 단일직급 체계로 바꾸었으며, 승진 연한제를 없애고 성과에 따른 **발탁 승진**을 가능케 했습니다[43]. 드레스코드도 **완전 자율복장제**를 시행하여 정장 대신 캐주얼 복장이 일반화되었고, **유연근무제**로 출퇴근 시간을 개인이 조정하는 문화도 확산되었습니다[42]. 이러한 변화를 통해 현대차는 스타트업같이 **자율과 책임**에 기반한 문화를 정착시키려 합니다. 다만 실제로 제조현장이나 일부 보수적인 부서에서는 아직 전통적인 문화가 잔존한다는 의견도 있습니다. 예컨대 연구개발본부 등은 비교적 자유로운 편이지만, 생산현장이나 관리부서는 여전히 **엄격한 규율과 보고체계**를 유지하는 부분이 있다고 합니다. 또한 현대차는 **노사 문화** 영향으로 회사 전반에 **안정적 고용**과 **단체협력**의 분위기가 있으나, 동시에 성과 압박도 만만치 않습니다. 직원들은 회사의 글로벌 성공에 대한 **자부심**이 강한 편이며, 현대차 출신이라는 커리어에 대한 사회적 평판도 좋아 **애사심**을 가진 장기근속자가 많습니다. 최근에는 MZ 세대 신입들이 많이 유입되며 사내 **사이버 게시판, 익명어플(블라인드)** 등을 통해 바람직한 조직문화에 대한 목소리도 나오는 등 변화가 지속 진행 중입니다.

최근 채용 동향: 2023 년 이후 현대자동차 채용에서는 두 가지 큰 흐름이 보입니다. 첫째, **소프트웨어·전기전자 직군 채용 강화**입니다. 현대차는 2022 년 말 “소프트웨어 인재 3 천명 채용” 계획을 발표했고, 이후 **소프트웨어 개발직, 데이터사이언스, AI 분야** 신입 및 경력 공채를 수시로 진행하고 있습니다. 예를 들어 2025년에는 자율주행 SW, IVI(차량 인포테인먼트) 개발, 전장부품 설계 등 R&D 부문 채용공고가 대거 게시되었고, 채용설명회에서도 “현대차는 차량이 아닌 **소프트웨어 중심 기술기업**으로 변화한다”는 메시지를 강조했습니다. 둘째, **채용 방식의 변화**입니다. 전통적으로 공채(일괄 신입 채용)를 운영해왔으나, 최근 **상시채용**과 **경력채용** 비중을 늘리고 있습니다[42]. 이를 통해 필요한 직무를 적시에 뽑고, 외부의 경력 인재도 적극 수혈하고 있습니다. 실제 2025 년 한 해 현대차 채용공고를 보면, 상반기와 하반기에 걸쳐 **50 여개 이상의 직무**를 상시로 모집했고, 일부 직무는 수시 면접을 통해 신속 채용했습니다. 채용 공고문의 톤도 예전보다 **지원자 친화적이고 구체적**으로 변했는데, 직무책임과 자격요건을 상세히 명시하고 MZ 세대에게 어필할 만한 복지나 자기계발 지원사항도 강조하는 추세입니다. 예컨대 “자율출퇴근제 운영, 국내외 학술대회 참가 지원” 등의 문구가 공고에 포함되고, 조직 문화 섹션에 현대차의 일하는 방식 혁신 내용을 소개하기도 합니다.

서류/면접에서 강조되는 키워드·역량: 현대자동차 지원 과정에서 자주 언급되는 키워드로는 “**도전**”, “**혁신**”, “**팀워크**”, “**전문성**”, “**글로벌**” 등이 있습니다. 자기소개서 문항에서도 지원자의 도전적 경험, 새로운 아이디어를 구현한 사례, 협업 경험 등을 묻는 경향이 높습니다. 실제 자소서 문항 예시를 보면 “현대자동차의 인재상에 빚대어 본인을 표현하라”거나 “지원 직무 관련 전문성을 쌓기 위해 노력한 과정” 등을 질문하고 있습니다. 따라서 지원자는 **자동차 산업 및 지원 직무에 대한 열정과 지속적 학습 노력**을 강조하는 것이 좋습니다. 면접에서는 **직무 적합성**과 함께 **기업 문화 적합성(fit)**을 많이 평가합니다. 예컨대, 기술 직군이라도 팀 프로젝트 경험이나 갈등 해결 경험 등을 물어 **팀워크 역량**을 파악합니다. 또 “최근 자동차 산업의 변화에 대해 어떻게 생각하는가” 같은 질문으로 **산업에 대한 이해도와 본인 견해**를 보기도 합니다. 영어면접이나 제 2 외국어로 자기소개 시키는 등의 **글로벌 역량** 확인도 가끔 있으며, **실무 PT 면접**(주어진 주제에 대한 발표)에서는 분석력과 논리력을 평가합니다. 현대차 면접관들은 지원자가 **현대자동차의 혁신 방향**(전동화, 모빌리티 서비스 등)을 얼마나 공감하고 있는지, 그리고 **현실적인 실천력**을 갖췄는지 주목합니다. 결론적으로, 현대차 채용에서는 기업의 인재상 키워드를 몸소 실천한 경험, 변화하는 자동차 산업에 부합하는 **유연한 사고와 전문성**, 그리고 대기업 조직에 잘 녹아들 **협업 커뮤니케이션 능력**을 두루 갖춘 인재를 찾는다고 볼 수 있습니다.

5 장. 직무 분석 - Infra Engineering (인프라 엔지니어링)

직무의 핵심 역할: 현대자동차의 **Infra Engineering** 직무는 회사의 IT 시스템 운영을 뒷받침하는 **정보기술 인프라를 설계·구축·관리**하는 역할입니다. 쉽게 말해, 현대자동차의 다양한 서비스와 업무가 안정적으로 돌아가도록 **서버, 네트워크, 클라우드 인프라**를 책임지는 **IT 아키텍트/운영자**라 할 수 있습니다. 이 직무의 하루 일과를 예로 들면, **오전**에는 데이터센터 모니터링 시스템을 통해 전날 밤 혹은 실시간 **시스템 상태**를 점검하고, 서버나 네트워크 **장애(alert)** 발생 여부를 확인합니다. 만약 어떤 웹서비스 서버에 CPU 사용률 급등 경보가 떴다면 이를 분석하고 대응 조치를 취하는 것이 일과 시작일 수 있습니다. **한 달** 단위로 보면, 신규 프로젝트(예: 차량 빅데이터 플랫폼 구축)에 필요한 **인프라 요구사항**을 관련 부서로부터 접수받고, 이에 맞는 **시스템 아키텍처 설계**를 수행합니다[44]. 예컨대 새로 개발되는 고객 서비스 애플리케이션을 위해 필요한 서버 사양을 산출하고, 내부 프라이빗 클라우드에 가상머신을 할당하거나 퍼블릭 클라우드(AWS/Azure 등) 사용을 계획합니다. **1년** 단위 주요 업무로는 전사 인프라 자산의 **용량 계획(capacity planning)** 수립, 노후 장비 교체, 정보보안 점검, 예산 수립 등이 있습니다. 또한 연중 상시로 **장애 대응(티켓 처리)**과 **성능 튜닝** 업무가 이어집니다. 이처럼 Infra 엔지니어는 **운영(Operation)**과 **설계(Engineering)** 업무를 겸하며, 한편으로는 새로운 기술(컨테이너, 클라우드 네이티브, DevOps 도구 등)을 도입해 인프라 환경을 개선하는 **프로젝트 매니저** 역할도 수행합니다.

내부/외부 이해관계자 맵: Infra Engineering 은 기업 내 다양한 부서 및 외부 파트너와 협업합니다. **내부 이해관계자**로는, 우선 현대차의 애플리케이션 개발 부서(예: 웹서비스 개발팀, ERP 시스템 팀 등)가 있습니다. 이들은 새로운 서비스를 론칭하거나 기능 변경 시 **인프라 팀에 요구사항**을 전달하고 함께 환경을 구축합니다. 따라서 Infra 엔지니어는 개발자들과 직접 소통하며 **DevOps** 적인 협업을 합니다. 또한 **정보보안팀**과 긴밀하게 협력합니다 - 시스템 오픈 전 **인프라 취약점 점검**(예: 모의해킹, 코드검증)을 함께 수행하고 보안사고 대응 프로세스를 마련합니다[45]. 이외에도 **운영센터(관제)** 조직, 데이터분석 조직 등이 인프라 자원을 사용하기 때문에 이들과 서비스 수준, 자원 할당에 대해 협의합니다. **경영지원/구매부서**와도 협업하는데, 서버나 네트워크 장비를 도입할 때 예산 승인과 발주를 위해 협조가 필요합니다. **외부 이해관계자**로는 주요 **IT 인프라 벤더**들과의 관계가 핵심입니다. 예를 들어 HPE, Dell 같은 서버 제조사, Cisco 같은 네트워크 장비사, Oracle/SQL Server 같은 DB 공급사와 기술지원을 주고받습니다. 또한 **클라우드 서비스 업체**(AWS, MS Azure, Google Cloud 등)와 계약/기술 협의를 진행하고, **통신사**와 데이터센터 회선 관련 협의를 하기도 합니다. 현대자동차그룹의 IT 서비스 계열사인 **현대오토에버**도 중요한 파트너입니다. 실제 실무에서 현대오토에버 직원들과 함께 프로젝트를 수행하거나, 일부 인프라 운영을 위탁/협업하는 구조가 있을 수 있습니다. 마지막으로, **컨설팅 업체나 외주 운영사** (예:

심층 분석 보고서: 현대자동차- Infra Engineering

모니터링 솔루션 기업 등)와도 프로젝트 단위로 연계됩니다. 요약하면 Infra 엔지니어는 사내 개발자·사용자들과 외부 IT 업체들 사이에서 **중재자이자 기술 전문가**로서 소통하게 됩니다.

필요 역량 (기술·지식·소프트스킬): 기술적으로, **시스템 전반에 대한 폭넓은 지식**이 요구됩니다. 운영체제(리눅스/유닉스, 윈도우 서버)에 대한 이해, **클라우드 컴퓨팅** (IaaS, PaaS 개념과 AWS/Azure 사용경험), **네트워크** (TCP/IP, 라우팅, 방화벽 등), **데이터베이스** (Oracle, MS-SQL 등 운용 경험), **스토리지/백업 기술** 등이 필수적입니다. 또한 최근 트렌드인 **가상화(VMware 등)와 컨테이너(Docker, Kubernetes)** 기술 역량도 중요합니다. 예컨대 프라이빗 클라우드 환경을 위한 OpenStack, Kubernetes 기반 인프라를 다룰 줄 알아야 합니다. 장애 분석 및 성능 최적화를 위해 **시스템 모니터링 툴** 사용 역량(New Relic, Zabbix 등)과 **스크립팅/자동화**(Python, Shell script 등을 통한 Infra as Code 구현) 능력도 요구됩니다. 한편, **정보보안**에 대한 지식도 필요한데, 시스템 취약점, 접근통제, 암호화 등 기본 원칙을 알고 있어야 보안팀과 협업이 원활합니다. 지식 측면에서는 IT 신기술 동향과 **클라우드 아키텍처 설계 Best Practice** 등에 대한 지속적 학습이 필요합니다[46]. 소프트스킬로는 **문제해결능력**과 **대응력**이 핵심입니다. 인프라 장애는 예기치 않게 발생하므로 원인을 논리적으로 추론하고 신속히 조치하는 **침착함과 분석력**이 중요합니다. 또한 여러 부서 요청을 조율해야 하므로 **커뮤니케이션 스킬**, 특히 비기술 부서에도 기술적 사안을 알기 쉽게 설명하고 협의하는 능력이 요구됩니다. 프로젝트 리딩 시 **PM 역량(계획수립, 일정관리)**과 공급사 관리를 위한 **협상력**도 유용합니다. 마지막으로, Infra 엔지니어는 24x7 안정적 운영 책임이 있기에 **책임감과 성실함**이 강조됩니다. 야간대기나 비상 호출에 대비해야 하는 경우도 있어 **서비스 마인드**와 팀워크가 필수입니다.

성과 지표(KPI)와 평가 포인트: Infra Engineering 직무의 성과는 정량·정성 지표로 평가될 수 있습니다. 대표적인 **KPI** 로 **시스템 가용성(Uptime)**이 있습니다 - 말은 서비스 인프라의 연간 가동률을 %로 산정하여 목표(예: 99.9%) 달성 여부를 봅니다. 관련하여 **장애 발생 건수** 및 **평균복구시간(MTTR)**도 중요 지표입니다. 장애를 얼마나 **미연에 방지**하고, 발생시 얼마나 **신속히 복구**했는지가 평가지표에 들어갑니다. **리소스 활용 효율**도 볼 수 있는데, 예산 대비 서버 증설을 효율적으로 했는지, 클라우드 비용을 최적화했는지 등이 포함됩니다. 프로젝트 성과로는 **인프라 구축 프로젝트의 기한 내 완료율, 예산 준수율, 품질(안정적 오픈)** 등이 평가됩니다. 예를 들어 새로운 데이터 플랫폼을 오픈했다면, 정해진 기간 내 오픈했는지, 오픈 후 심각한 장애 없이 운영되는지가 성공 기준입니다. **보안 감사 항목 준수율**도 한 포인트인데, 인프라 보안 점검에서 지적사항이 최소화되도록 유지하면 좋은 평가를 받습니다. 정성적으론 **내부 고객 만족도**가 있습니다 - 개발 부서나 사용자 부서로부터 "인프라 지원이 원활하다"는 피드백이나, 임직원 대상 IT 서비스 만족도 조사 등에서 좋은 점수를 받는 것도 중요합니다. 상사는 이러한 지표들과 함께, 엔지니어의 **문서화 능력**(인프라 구성 문서, 운영 매뉴얼 작성의 철저함), **팀 기여도** 등을 종합 평가합니다. 특히 현대차처럼 대기업은 프로세스 중시 문화가 있어 **Change Management 준수 여부** (변경 시 사전승인, 테스트

심층 분석 보고서: 현대자동차- Infra Engineering

거쳤는지)도 평가 포인트가 될 수 있습니다. 결국 Infra 엔지니어는 “끊임없는 서비스 운영”이라는 대전제를 얼마나 잘 지키면서, 동시에 비용효율적이고 미래를 대비한 인프라 개선을 추진했는가로 평가받습니다.

대표 업무 시나리오 예시: 현대자동차 커넥티드카 서비스를 위한 인프라 구축 시나리오를 가상으로 그려보겠습니다. 예를 들어 현대차가 차량과 모바일 앱을 연동해 원격 시동, 차량 상태 모니터링 등을 제공하는 **블루링크(BlueLink)** 시스템을 글로벌 확대한다고 합시다. Infra 엔지니어는 우선 서비스 개발팀으로부터 **요구사항**을 수령합니다: “전세계 100 만대 차량 동시 접속을 처리할 서버 인프라 필요, 데이터 실시간 처리, 24 시간 가용” 등이 있을 것입니다. 이를 토대로 Infra 팀은 **아키텍처 설계 회의**를 열어, 어떤 형태로 시스템을 구축할지 결정합니다. **AWS 클라우드에 글로벌 리전 분산 배치**를 할지, 자체 데이터센터에 지역 노드를 구축할지 검토합니다. 최종적으로 혼합 아키텍처를 채택해, 북미·유럽은 AWS, 아시아는 한국 데이터센터를 활용하기로 결정했다고 가정합니다. 그 다음, 엔지니어는 **서버 스펙 산정**을 합니다 - 예측 트래픽 기반으로 웹서버 몇 대, 앱서버 몇 대, DB 서버 클러스터 구성 등을 계산합니다. 그리고 **네트워크 구성**을 설계합니다: 전용회선 대역폭, 로드밸런서 구성, 글로벌 CDN 사용 여부 등을 결정하죠. 이 모든 내용을 **설계서**로 문서화하고, 보안팀과 **리뷰 미팅**을 진행합니다. 보안팀은 “사용자 개인정보가 오가는 API 서버는 DMZ 망에 두고 방화벽 규칙 설정” 등을 조언하고, Infra 엔지니어는 이를 반영해 설계를 수정합니다. 이후 **구현 단계**에선, 실제 클라우드 포털에서 가상서버를 생성하고, 데이터센터에는 신규 장비를 랙에 설치하며, 운영체제와 미들웨어를 세팅합니다. 컨테이너 환경이 필요하다면 Kubernetes 클러스터를 구축하고, 모니터링 툴도 배포합니다. 개발팀이 애플리케이션을 배포하면, 함께 **부하테스트**를 수행해 인프라가 견디는지 확인합니다. 테스트 중 만약 특정 서버 CPU 가 치솟으면 인스턴스 타입을 올리거나 추가 노드를 투입하는 튜닝을 거칩니다. **런칭 시점**에는 혹시 모를 장애에 대비해 비상대응 인원을 편성하고, 각종 대시보드를 집중 모니터링합니다. 서비스가 성공적으로 개시되면, 이후엔 **상시 운영** 모드로 전환합니다. 매일 접속자 수와 시스템 부하를 체크해 스케일 아웃이 필요한지 판단하고, 월간 리포트를 작성해 **현 경영진에게 보고**합니다. 운영 중 어느 날, 예기치 못한 **DB 서버 장애**가 발생했다고 가정하면, Infra 엔지니어는 즉각 DB 이중화 구성으로 **페일오버**를 수행해 다운타임을 최소화합니다. 그리고 장애 원인을 파악하기 위해 로그를 분석하고, 필요 시 DB 벤더 기술지원을 받아 **근본 원인**을 해결합니다. 사후에는 해당 장애에 대한 **후기 분석 보고서**를 작성하여 재발 방지 대책(예: 특정 DB 버전의 버그였으면 패치 업그레이드)을 실행합니다. 이러한 일련의 시나리오에서 볼 수 있듯, Infra Engineering 직무는 **설계-구축-테스트-운영-개선**의 라이프사이클 전 단계에 관여하며, **기술 전문성과 협업 조율력**을 발휘하여 현대자동차의 IT 기반을 든든히 지탱하는 역할을 합니다[44][47].

심층 분석 보고서: 현대자동차- Infra Engineering

[1] [4] [5] [6] [20] [32] [33] [34] [35] [36] [37] [38] 현대자동차 핵심 기업분석 - 2026년 상반기

<https://jasoseol.com/companies/1472/insights>

[2] [3] [심층분석] 전기차 시대의 가속화, 2025년 글로벌 시장 25% 돌파 눈앞

<https://www.koreabizreview.com/detail.php?number=6280&thread=22r07>

[7] [전문가 칼럼] CES 2024 기술로 살펴본 영원한 젊음의 꿈 - 현대건설

https://m.hdec.kr/kr/newsroom/news_view.aspx?NewsSeq=925&NewsType=FUTURE&NewsListType=news_clist

[8] 한눈에 보는 2024년 자동차 산업 동향 < 보도 - 산업통상부

<https://www.motir.go.kr/kor/article/ATCL3f49a5a8c/170049/view?mno=&pageIndex=1&rowPageC=0&displayAuthor=&searchCategory=0&schClear=on&startDtD=&endDtD=&searchCondition=1&searchKeyword=>

[9] [PDF] 25회 KPMG 글로벌 자동차산업 동향 보고서

https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/kr/pdf/2025/business-focus/%EC%82%BC%EC%A0%95KPMG_25%ED%9A%8C_KPMG_%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C_%EC%9E%90%EB%8F%99%EC%B0%A8%EC%82%B0%EC%97%85_%EB%8F%99%ED%96%A5_%EB%B3%B4%EA%B3%A0%EC%84%9C_20251020.pdf

[10] [PDF] 2025 CEO Investor Day

https://file.alphasquare.co.kr/media/pdfs/company-ir/20250919%ED%98%84%EB%8C%80%EC%9E%90%EB%8F%99%EC%B0%A8_2025_CEO_Investor_Day_%EA%B0%9C%EC%B5%9C.pdf

[11] [12] [22] [25] [30] [31] 현대차 2025년 실적 분석, 영업이익 감소에도 전략은 흔들리지 않았다 < Opinion < News & More < 기사본문 - 모터매거진

<https://www.motormag.co.kr/news/articleView.html?idxno=21079>

[13] [14] [15] [17] [18] 2025년 전기차 판매 1위 비야디, 테슬라 60만 대 차이로 격차 벌려 | 뉴스 - 초이스스탁 US

https://www.choicestock.co.kr/stock/news_view/106939

[16] [CES 2025] 현대차 빠진 모빌리티 신기술 경연장... 반격 나선 日·中

심층 분석 보고서: 현대자동차- Infra Engineering

<https://biz.chosun.com/industry/company/2025/01/07/EGQPOIQMBJBGBBU6IZU2AKIDTU/>

[19] 현대車, 2025년까지 전 차종 'SDV' 전환

<https://www.autoelectronics.co.kr/article/articleView.asp?idx=4859>

[21] GPU 26 만장 확보에 숨겨진 또 다른 의미 - 김흥수 현대자동차그룹 ...

<https://www.instagram.com/reel/DRMMW60gtDk/>

[23] [24] [26] [27] [28] [29] Hyundai Motor Announces 2025 Annual and Q4 Business Results

<https://www.hyundai.news/eu/articles/press-releases/2025-annual-and-q4-business-results.html>

[39] [40] [41] [42] [43] 당신과 함께 세상을 움직입니다

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/about-us/CONT00000000000000645>

[44] Infra Engineering - 현대자동차 인재채용

<https://talent.hyundai.com/apply/applyView.hc?recuYy=2026&recuType=N1&recuCls=36>

[45] [PDF] 2022 현대자동차 지속가능성 보고서 - Road to Sustainability

<https://www.hyundai.com/content/dam/hyundai/kr/ko/data/company-report/2025/01/14/hmc-sr-kor-2022.pdf>

[46] [온프레미스 vs 클라우드] IT 인프라 구축 시 고려해야 할 모든 것

<https://homelessdoor.tistory.com/32>

[47] [Team Hyundai 직무인터뷰] Infra - 현대자동차 채용 - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=IIJs9G7TQk4>