

인도 승용차 산업의 현황 및 전망

孫承鎬 · 국별조사실 책임조사역

I. 머리말	Ⅲ. 인도 승용차 산업 현황
Ⅱ. 인도 승용차 산업 개황 및 특징	Ⅳ. 전망

I. 머리말

1898년 인도에 최초로 승용차가 등장한 이후 1910~20년대에 초보적 승용차 조립공장이 Mumbai, Calcutta, Chennai 등에 설립되었으며, 1946년 Premier Automobile Ltd.(PAL)가 Kurla 공장에서 Dodge Desto, Plymouth 등의 모델을 생산한 것이 인도 자동차 산업의 모태가 되었다. 그러나 인도의 승용차 산업은 매우 긴 역사를 가지고 있음에도 불구하고 인도 정부의 지나친 보호정책으로 인한 국내외적인 경쟁 부재로 1980년대 초까지 기술수준이 낮고 비효율적이었다.

1952년 인도 정부는 자국내 자동차 산업을 보호하기 위해 수입차에 대한 관세정책을 도입하였으며, 1954년에는 당시 자체 생산공장을 보유하지 않고 단순 조립만 하던 General Motors, Ford 등의 외국

계 자동차 제조사들의 사업허가를 취소하였다. 또한 인도 정부는 자동차 제조사로 하여금 한 모델의 자동차만을 생산토록 하고 그 생산량과 판매가격도 통제함으로써, 각 제조사들은 시장경쟁의 부담없이 자사의 시장영역에 안주하게 되었다. 이후 30여 년간은 인도 자동차 산업의 암흑기였으며, 소비자들은 이 시기에 Ambassdor와 Padmini 라는 두 승용차 모델만 선택할 수 있었다.

이러한 인도 정부의 정책은 자국의 자동차 산업을 보호산업으로 육성하기 위한 것이었으나, 외국 자동차 제조사와의 제휴를 제한하여 기술제휴를 통한 선진 기술의 도입을 막는 결과를 초래하였다. 1980년대 초반에 비로소 일련의 자유화 조치와 함께 승용차에 대한 고정가격제가 폐지되었으며, 인도 정부가 일본 Suzuki社와 합작한 Maruti Uydog Ltd.(MUL)에 지분을 투자하면서 인도 승용차 산업은 일대 전기

를 맞게 되었다.

자동차 산업, 특히 승용차 산업은 전·후방 연관효과가 큰 산업으로서 주요 국가들이 국가 기간산업으로 적극 육성하고 있으며, 인도도 승용차 산업에 대한 장기간의 보호정책에서 벗어나 시장경제체제를 통한 승용차 산업 육성을 도모하고 있다. 여기서는 승용차 산업¹⁾을 중심으로 인도 자동차 산업의 현황과 특성을 알아본 후, 점차 시장경쟁이 가중되고 있는 인도 승용차 시장의 전망에 대해 살펴보고자 한다.

II. 인도 승용차 산업 개황 및 특징

1. 개 황

인도 정부는 1947년 독립 이후 산업정책을 수립하는 과정에서 승용차를 사치품

으로 인식하여, 높은 세금과 관세장벽, 그리고 산업허가제에 의한 신규 사업 진출 억제 등의 각종 규제조치를 시행함에 따라 Hindustan Motors Ltd.(HML), Premier Automobile Ltd.(PAL), Maruti Udyog Ltd.(MUL) 등의 3사가 시장을 분할하는 독과점 체제가 장기간 유지되었다.

특히 3社 중 가장 늦게 설립된 MUL社는 인디라 간디 前수상의 아들 산자이에 의해 설립된 회사로 인도 정부가 74%, 일본 Suzuki社가 26%²⁾를 투자하였으며, 낮은 가격과 개선된 품질로 현재까지 승용차 시장을 석권하고 있다. MUL社의 진입 후 PAL社와 HML社는 기존의 생산규모를 유지하였으나 시장점유율은 급격히 하락하였으며, 이후 외국인투자가 본격적으로 진행된 1993년까지 MUL社는 독점적 지위를 유지하였다.

그러나 1990년대 말부터 현대, 대우,

〈표 1〉 주요 승용차 모델의 가격대별 분류

단위: 천 루피

분 류	가 격	모 델명
Economy	250 미만	Maruti 800, Maruti Omni, Premier, Ambassdor
Mid-range	250 이상 ~450 미만	Fiat Uno, Maruti Zen, Maruti Alto, Hyundai Santro, Daewoo Matiz, Telco Indica, Contessa
Premium	450 이상 ~700 미만	Daewoo Cielo, Maruti Esteem, Fiat Siena, Ford Escort, Hyundai Accent, Ford Ikon, Opel Corsa, Fiat Pallo
Luxury	700 이상	Opel Vectra, Mercedes-Benz, Opel Astra, Honda City, Mitsubishi Lancer, Maruti Baleno, Hyundai Sonata

자료 : Hyundai Motor India Limited, Nov. 2001.

1) 주요 선진국들의 자동차 산업은 대부분 승용차 시장이 50% 이상을 점유하고 있으나, 인도는 아직 이륜차가 전체 자동차 시장의 81%를 점유하고 있으며 승용차 및 Utility Vehicle(UV)의 시장점유율은 15.5%에 불과함. 그러나 인도 경제의 성장에 따라 매년 승용차 시장의 규모가 급증하고 있으며, 현재 12개에 이르는 승용차 제조사가 시장경쟁을 하고 있는 등 승용차 산업이 인도 경제에 미치는 영향이 크므로 승용차 산업에 대해 분석해보고자 함.

2) 현재 양측의 투자 비율은 50:50임.

TELCO 등의 외국인투자 승용차 제조사들이 각각 Santro, Matiz, Indica 등 가격대 30~40만 루피의 경쟁 차종을 생산함에 따라, 1998년 81.4%를 기록했던 MUL社의 시장점유율이 2000년에는 59%까지 하락하였으며, 현재 12개의 승용차 제조사들간에 치열한 판매경쟁이 벌어지고 있다.

2. 특징

가. 소형차 중심의 시장 구조

인도 승용차 시장에서의 수요는 주로 개인의 수요인데, 현재 이들에게 가장 인기가 있는 승용차는 1,000cc 미만의 소형차 (economy class)로 전체 승용차 시장의 90.2%를 점유하고 있으며, 특히 MUL社의 Maruti 800, Zen, Omni 등의 모델이 소형차 시장의 60% 이상을 점유하고

있다. 인도의 경제상황 및 국민소득 수준을 감안할 때 향후에도 상당 기간 동안 인도의 승용차 시장은 소형차 중심으로 성장할 것으로 보여, 이 부문에서의 시장 경쟁이 가중될 것으로 예상된다.

최근에는 개인소득의 지속적 증대와 승용차 모델의 다양화로 중형차의 비율도 점차 증가하고 있다. 또한 승용차가 주로 판매되는 지역도 Delhi를 중심으로 하는 북부 지역에 편중³⁾되어 있으나, 다른 지역에서의 자동차 판매량도 늘어나고 있다.

나. 디젤 엔진 차량의 생산 증대

1인당 GDP가 472달러(2000년)에 불과한 인도의 낮은 소득수준 및 디젤유 (Rs16.5/L)와 가솔린(Rs28.75/L)간의 가격차이로 인해 디젤 승용차에 대한 선호도가 점차 높아지고 있다. MUL, Fiat, Telco 등 소형차 위주의 생산공장 뿐만

〈표 2〉 인도 승용차 시장의 형태별 특징

분 류	소형차	중형차	대형차
주요 구매자	· 대부분 가계부문	· 가계부문이 주도	· 기업부문이 주도
모델선택기준	· 가격 · 운영비용 · 운전편의성	· 파워 · 편리함	· 안전 · 편리함 · 개성, 특징
수요 창출	· 가계소득 · 신규모델로 시장확대 가능 · 기업 임원의 선호도	· 신규 모델 · 구매자 신용 내용	· 영향력 증대
구매자 특징	· 중소기업자 · 기업내 임원	· 기업내 상위 임원	· 사업가 · 기업내 상위 임원
경쟁력	· 개성 · 가격 · 판매망 · 제조 전문성 · 구매자신용 내용	· 개성 · 구매자 신용 내용 · 기술적 전문성	· 모델 선호도 · 부품 공급망 · 제품 인지도

자료 : Hyundai Motor India Limited, Nov. 2001.

3) 1998년 기준, 43.9% 점유.

아니라 고급차의 대명사인 Benz도 디젤차를 생산 판매하고 있어, 이 부문의 시장 규모는 급속히 증가할 것으로 보인다.

한편, 인도 정부는 작년 8월부터 승용차에 대한 LPG 사용을 승인하고 전국의 LPG 충전소를 2002년까지 약 40개소, 2003년까지 220개소를 설치할 계획이나 전체 승용차 시장에 미치는 영향은 미미할 것으로 예상된다.

Ⅲ. 인도 승용차 산업 현황

1. 인도 승용차 산업의 장·단점

가. 장 점

인도 승용차 산업의 가장 큰 장점은 인구 10억의 거대한 잠재시장이다. 1986년에는 승용차를 소유할 수 있는 소득계층이 전체 인구의 10%에 불과하였으나 현재는 20%(약 5,000만 가구)로 증가하였으며, 인도의 경제성장에 따라 이들의 승용차 수요는 급속히 증가할 것으로 보인다.

또한, 인도에는 인구 1,000만이 넘는 과밀 대도시가 많고 켈커타를 제외하면 지하철이 없으며 버스 등의 대중교통수단이 불편하여, 이의 대체수단으로서 승용차에 대한 수요가 증가할 것으로 보인다.

나. 단 점

(1) 인도 정부의 정책 혼선

1990년대 초까지 자국 자동차 업체에 대한 독점적 지위를 부여하던 인도 정부는 1993년 자동차 산업의 문호를 개방하고 적극적으로 외국인투자 유치를 추진하여 자동차 산업의 일대 변혁을 가져왔다. 자동차 부문 외국인투자에 대한 인도 정부의 목표는 첫째로 자동차 부품 산업을 국산화하여 인도 자동차 산업의 국제경쟁력을 향상시키는 것이고, 둘째는 외국인투자자가 부품을 수입한 후 완성차를 조립하여 국내시장에 진출하는 것을 억제하여 자동차 부문에 의한 외화유출을 막는다는 것이었다.

이를 위해 개방화 초기 자동차 부문에 대한 외국인투자시 건별로 허가조건을 달았으며, 인도 상무부는 1995년 6월 각 자동차 제조사별로 양해각서(MOU)를 체결하여, CKD(completed knocked down) 또는 SKD(semi-knocked down) 방식으로 자동차 관련 부품 등을 수입할 때에는 향후 5년 동안의 수출입 계획 및 현지화 계획을 제출토록 하였다.

한편, 인도 정부는 승용차 부문에 대한 규제 제도로써 각종 세금을 과다하게 부과하고 있으며, 이러한 규제는 MUL社를 지원하기 위한 수단⁴⁾으로 주로 사용되었다. 승용차를 사치품으로 인식하여 승용차 구입시 높은 소비세(excise tax)⁵⁾와 함께

4) 소비세 및 판매세의 경우 1987년까지 MUL社의 Maruti 모델을 지원하기 위해 배기량 1,000cc 미만의 경차에 대해 우대세율을 적용하였음.

5) 현재 6~11인승은 32%, 12인승 이상은 12% 단일세율을 적용하고 있음.

도로세 및 등록세를 부과하고 있으며, 3~14%에 이르는 판매세도 MUL社에 가장 유리하게 적용되었다.

한편, 자동차 부품에 대한 수입관세도 정부의 수입통제 수단으로 사용되었으나 경제 자유화 정책 추진으로 WTO 기준에 부합되는 관세율 적용을 위해 세율을 대폭 인하하였다. 수입관세는 자동차 부품의 현지화율을 약 50%로 볼 때 자동차 가격에 결정적인 영향을 미치는데, 자동차 부품에 대한 관세율을 기존 25%에서 5%로 인하함으로써 철강 부문에 대한 관세 인하 조치와 함께 자동차 원가 절감에 크게 기여하였다.

이와 같이 인도 정부는 1991년 이후 경제 개방화 정책을 지속적으로 추진하고 있으나, 실질적으로는 여타 수단을 통해 규제를 하고 있다. 예를 들어 인도 정부는 수입차량에 대한 엄격한 성능 및 안전도 검사, 감가상각 기준, 차량용 유류 가격,

수입관세율 등의 수단으로 승용차 부문에 대해 사실상의 통제를 유지하고 있다.

(2) 열악한 도로 시설

인도는 국토면적⁶⁾이 광활할 뿐만 아니라 10억의 인구가 전국에 비교적 고르게 분포되어 있어 여객 및 화물운송에서 도로가 차지하는 비중이 증대되고 있다. 인도의 총 도로 길이는 300만 km⁷⁾에 이르며 이는 세계에서 미국 다음으로 큰 규모이다. 그러나 1951년부터 1995년까지 자동차 대수는 무려 90배가 증가한 반면 도로는 7배 확충에 그쳐, 현재 Mumbai와 Delhi의 자동차 최고 시속이 각각 12km, 22km에 불과한 등 열악한 도로 사정이 자동차 산업 발전의 제약요인이 되고 있다.

2. 외국인투자 현황

1994년 인도 정부는 외화유출을 줄이고

〈표 3〉 승용차 산업의 외국인직접투자 현황

단위 : 억 달러, 만대

제조사명	투자금액	주요차종	생산능력	판매실적 ⁸⁾	현지화율(%)
대우	10	Cielo	7.2	4.1	70
현대	11	Santro	12	8.7	75
포드	5.5	Escort	5	1.8	50
G M	0.9	Opel Astra	3	0.8	48
혼다	2.5	City	3	1.0	60
토요타	10	Charade	3	-	30~40
미츠비시	1.3	Lancer	2.4	2.8	30~40
피아트	1.3	Uno	5	0.9	50
벤츠	1.3	Benz E220	1	0.07	25~30
합계	43.8		41.6	20.17	

주: 2000회계년도 기준

자료: 필자 작성

6) 328.7만 km², 한반도의 15배 크기임.

7) 고속도로 34,608km, 지방국도 128,622km, 일반도로 2,737,080km이며, 도로포장률은 56.5%임.

자동차 생산능력을 증대시키기 위해 자동차 부문에 대한 외국인투자를 자유화하였다. 정책의 주요 내용은 생산, 수출, 수입, 현지화 비율, 해외자본 유입 등이며 구체적인 내용은 외국인투자자와 인도 정부내 대외무역이사회(Directorate General of Foreign Trade; DGFT)간에 체결한 MOU에 따라 건별로 적용된다. 최근 3년 동안 많은 기업들이 수출의무비율을 달성하지 못하였으며, 이는 생산을 위한 CKD 또는 SKD 부품의 수입에 애로점을 가져오고 있다.

1997년 11월, 인도 외국인투자위원회(Cabinet Committee on Foreign Investment)는 자동차 부문 신규투자에 대한 정책을 발표하였는데 그 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 신규 자동차 사업자는 상업적 생산 개시 후 3년 이내에 현지화율을 50% 이상 달성해야 하며, 7차 연도

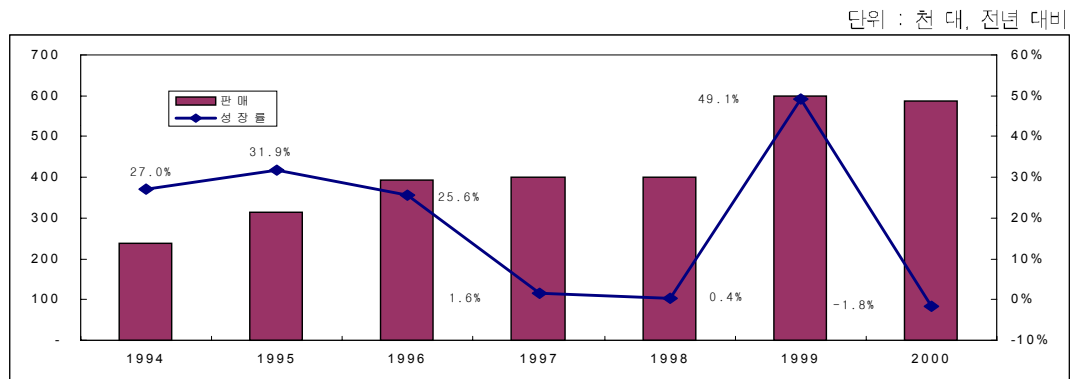
에는 70%를 초과하여야 한다. 둘째, 사업 개시 3~4년 이내에 최소 5,000만 달러의 법정자본금을 납입해야 한다. 셋째, 사업 개시 5~7년 내에 외화균형조건(foreign exchange neutral)을 충족시켜야 한다. 넷째, 자동차 생산과는 별도로 차량 부품의 수출도 가능하다. 다섯째, 2년간의 유예기간후 각 제조사는 인도 외국인투자위원회와 체결한 MOU상의 수출조건을 이행하여야 한다.

인도 정부는 이 정책을 통해 자동차 부문에 대한 소규모 투자를 제한하여 대규모 투자를 유도하고 부품 산업의 발전과 함께 고용 증대 효과도 기대하고 있다.

3. 승용차 시장 현황

1991년의 경제 개혁조치⁸⁾ 이전에는 승용차에 대한 수요가 주로 공급능력에 달려

〈그림 1〉 최근 승용차 판매 추이



주 : 인도 국내 생산 승용차, 회계연도 기준
 자료 : www.indiaonline.com, 필자 정리

8) 1947년 독립 후 인도 정부는 정치적으로는 의회 민주주의를 도입하고 경제적으로는 국가주도의 강력한 계획·통제·폐쇄정책을 수행하는 네루식 사회주의(The Nehruvian Socialism)를 추구하여 왔으나, 1980년대 들어 동구의 붕괴, 국내경제의 침체 등으로 기존의 계획경제 체제를 포기하고 경제개혁, 시장 기능 강화, 수출산업 육성, 외국인투자 확대 등을 주요 내용으로 하는 획기적인 경제개혁정책을 도입함.

있었으며, 이는 승용차 구매에 대한 높은 프리미엄과 장기간의 구매대기시간을 초래하였다. 그러나 1990년대 초반 이후 자동차 부문에 대한 외국인투자가 증대되고 MUL社의 모델 다양화 및 공급 확대로 소형차 구입을 위한 대기시간이 크게 단축되었다.

판매 추이를 보면 1980년대 이전에는 승용차 생산 및 판매가 정부에 의해 철저히 통제되었으므로 판매량의 증대가 미미하여, 승용차 판매는 1960년 15,714대에서 1980년에는 30,989대를 기록하여 연평균 3.5%에 불과한 성장을 보였다. 이러한 승용차 판매량은 1983년 MUL社의 등장과 정부의 승용차 산업정책이 통제에서 시장경쟁 체제를 통한 육성으로 전환되면서 급증하기 시작하여 1981~90년중에는 연평균 19%의 성장세를 시현하였다.

이후 승용차 판매는 국내경기의 침체로

1991~93년 동안 정체된 후 자동차 부문에 대한 외국인투자가 본격화된 1994년부터 다시 증가하여, 1990년대 후반 아시아 외환위기가 발생하기 전까지 연평균 17%의 성장률을 보였다. 아시아 외환위기로 잠시 침체되었던 승용차 판매량은 세계경제의 회복세와 인도 경제의 성장에 힘입어 1999년에는 사상 최고인 49%의 신장률을 기록하였다. 최근 판매 규모가 급증함에 따라 향후 큰 폭의 성장은 기대하기 어려우나, 승용차에 대한 신규 수요의 확대로 성장세는 지속될 것으로 예상된다.

2000회계연도 기준 인도내 승용차 생산 능력은 연산 836천 대인 반면, 신차 판매량은 588천 대에 그치고 있어 여전히 초과공급 상태이다. 국내 진출업체 중 현대는 매년 시장점유율을 늘려가고 있으나, 대우는 대우그룹의 구조조정으로 판매량이 급감하고 있다.

(표 4) 승용차 생산규모 및 판매 현황

제조사	주요 모델명	생산규모 (대)	판매 ¹⁾ (대)			시 장 점유율 ²⁾
			1999	2000	2001.4-11	
Maruti	M800, Zen, Wagon R, Alto, Esteem, Baleno, Versa, Omni	350,000	373,486	344,463	186,593	58.5%
Hyundai	Santro, Accent	120,000	71,039	86,719	51,619	14.7%
General Motors	Opel - Astra, Corsa, Swing	30,000	2,901	8,264	4,635	1.4%
Hindustan Motors	Ambassador, Contessa, Mitsubishi Lancer	64,000	24,887	25,677	10,526	4.4%
Daewoo	Matiz, Cielo, Nexia	72,000	37,633	41,032	6,436	7.0%
Fiat	Palio, Uno, Siena, Weekend	50,000	19,196	9,118	8,217	1.6%
Telco	Indica	60,000	52,128	44,545	33,954	7.6%
Ford	Ikona / Escort(99)	50,000	7,485	17,522	14,220	3.0%
Mercedes Benz	C/E/S Class	10,000	851	716	725	0.1%
Honda	City, Accord	30,000	8,948	10,011	5,721	1.7%
합 계		836,000	598,554	588,067	322,646	100%

주: 1. 신규 생산 차량, 회계연도 기준.

2. 2000년도 기준.

자료 : www.indiaonline.com, 필자 정리.

4. 수출

인도의 승용차 수출은 경제개혁 정책이 추진된 1990년대 초까지 거의 없었는데, 이는 승용차 생산량의 규제로 승용차 생산량이 국내 수요에도 미달되었고, 인도에서 생산된 차량의 품질이 국제기준과는 차이가 많았기 때문이다. 그러나 1991년의 경제개혁 정책 추진 이후 인도 최대의 승용차 제조사인 MUL社의 품질 개선과 더불어 외국 자동차 기업들이 본격적으로 진출하면서 인도산 승용차의 수출이 점차 증가하고 있다.

인도 승용차 수출의 90%는 MUL社가 차지하고 있지만 대우, 현대 등 한국 자동차 제조사들이 투자 진출한 1998년 이후에는 이들에 의한 수출비중이 증가하고 있다.

향후 인도 승용차 산업이 발전해감에 따라 인도 국내 시장만으로는 일정 수준의 수익을 얻기 위한 규모의 경제를 달성하기 어렵고, 인도 정부와 맺은 MOU상의 수출비율을 맞추기 위해 각 승용차 제조사들이 수출비중을 늘릴 것으로 예상된다.

IV. 전망

앞에서 본 바와 같이 승용차 산업은 인도에서 가장 빠르게 성장하는 산업의 하나로 부상하고 있으며, 승용차 산업이 인도 경제에 미치는 영향도 점차 커지고 있다. 인도 승용차 산업은 실질 소득 증가로 인한 구매가능 계층 확대, 도로망 개선, 대중교통수단의 부족, 구매자 신용 증대, 선택 모델의 다양화, 정부의 육성정책 등으로 그 성장가능성이 매우 크다.

특히 중산층의 소득이 증가함에 따라 현재 2륜차 보유 가구⁹⁾가 승용차를 구매하고자 하는 주요 계층이 될 것으로 보이며, 향후 15~20년간 이들의 50%가 승용차를 구매할 경우 그 수는 2,800만 대에 이를 것으로 예상된다.

세계적인 산업·기업 조사 컨설팅사인 CRIS INFAC의 보고서에 의하면 1990년 이후 인도 승용차 시장은 연평균 9.3% 성장하여 2005회계연도에 전체 판매량이 894천 대에 이를 것으로 예상된다. 한편,

〈표 5〉 승용차 수출 추이

단위 : 대, 전년 대비

구 분	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001. 4~11월
수 출	19,557	27,827	37,221	25,605	25,458	22,579	38,412	26,881
(MUL)	17,364	24,496	33,853	20,892	23,446	20,312	25,506	6,146
(Telco)	2,030	3,212	3,279	2,398	1,508	606	660	494
(현 대)	-	-	-	-	-	24	7,627	2,040
(대 우)	-	-	-	-	-	1,196	3,831	30
증가율(전체)	-	42.3%	33.8%	△31.2%	△0.6%	△11.3%	70.1%	-

주 : 회계연도 기준

자료 : SIAM(The Society of Indian Automobile Manufactures), 필자정리.

9) moped(모터 구동형 자전거)를 보유한 가정은 제외함.

〈표 6〉

인도 승용차 판매량 전망

단위 : 천 대

제 조 사	2001	2002	2003	2004	2005
Maruti / Suzuki	390.0	400.0	408.0	405.0	399.0
Mahindra & Mahindra	71.3	72.0	76.5	76.5	76.0
Telco/Telco Mercedes-Benz	90.0	112.0	127.5	144.0	171.0
Hindustan	25.5	24.0	25.5	31.5	38.0
Permier / Fiat	11.3	16.0	21.3	22.5	28.5
Hyundai	75.0	80.0	85.0	90.0	95.0
Daewoo	30.0	32.0	34.0	36.0	38.0
Ford	3.8	12.0	17.0	22.5	23.8
Others	53.3	52.0	55.3	72.0	80.8
소 계	750.2	800.0	850.1	900.0	950.1
증가율(%)	-	6.7	6.3	5.9	5.6

주 : 회계연도 기준

자료 : EIU, Country Briefing, 3 May, 2000.

EIU는 인도의 승용차 시장이 2000년 이후 6% 내외의 성장률을 보이며 2005회계연도에 전체 판매량이 95만 대에 이를 것으로 전망하고 있다. 그러나 양 기관의 전망치는 1990년대 초반에 2000년의 승용차 판매대수 전망을 최소 100만대 이상으로 잡았던 것에 비하면 크게 못 미치는 것이다.

이는 주로 인도의 경제성장이 1990년대 초반의 전망치에 비해 크게 낮아져 승용차를 구입할 수 있는 소득층의 가계소득 증가율도 예상보다 낮아진 데 기인한 것으로 보인다.

현재 인도에는 12개의 승용차 제조사가 있으며, 인도의 경제성장 가능성을 감안하

더라도 제조사들의 생산능력이 승용차 수요를 초과하는 상태가 당분간 유지될 것으로 보여 제조사간의 가격경쟁이 더욱 심화될 전망이다.

단기적으로는 인도 승용차 시장 수요의 대부분을 차지하는 소형차 위주의 판매시장이 지속될 것으로 보이며, 가격조건 이외에 안전성, 편리성, 고객의 요구 등이 중요시되는 buyer's market이 되기까지는 상당기간이 필요하다.

또한 선진 주요국들의 자동차 제조사들이 대개 5~6개인 점을 감안하면 장기적으로 인도내 자동차 제조사들도 자발적인 인수·합병 과정을 거쳐 대형화, 전문화될 것으로 전망된다.

〈참 고 문 헌〉

1. 김찬완, “인도 경제개혁 10년의 평가와 향후 전망”, KIEP, 2000. 12.
2. 건설교통부, “인도 건설시장 진출환경과 참여 확대방안”, 2001. 12.
3. 매일경제, 2002.3.11
4. www.atimes.com
5. www.automeet.com
6. www.eiu.com
7. www.indiainfoline.com
8. www.viewswire.com
9. www.worldmarketsanalysis.com