



For internal circulation only

HINDUSTAN MOTORS LTD.

Vol. 1 Issue 2

Nov - Dec 2010

## Evo X = Acclaim + Accolades

- ◆ BBC Top Gear's Driver's Car of 2010
- ◆ Bloomberg-UTV Autocar Awards 2011's Best Driver's Car



*Need we say more?!*

# SMALL is big

**UTP and CCP take to Japanese Kaizen in right earnest. Here's a snapshot of the culture of continual small improvements which produce big results.**

We have been told since our childhood that little drops make an ocean. However, there is something eternal about this common statement.

The Japanese have put the spirit behind this assertion in contemporary perspective by coming up with Kaizen, the culture of continual aligned small improvements and standardization which yields large results in the form of compound productivity improvement without major capital investment. No wonder, Kaizen is a combination of two words—Kai meaning change and Zen meaning good / for betterment. It has been

applied in healthcare, psychotherapy, life-coaching, government, banking, and many other industries.

Kaizen involves all employees from the CEO to the assembly line workers. It was first implemented in several Japanese businesses after the Second World War, influenced in part by American business and quality management teachers who visited the country. It has since spread throughout the world.

Kaizen is a daily process, the purpose of which goes beyond simple productivity improvement. It is also a process that, when done correctly, humanizes the workplace, eliminates overly hard work ("muri"), and teaches people how to perform experiments on their work using the scientific method and how to learn to spot and eliminate waste in business processes.

Hindustan Motors Ltd. has adopted Kaizen with earnest and the philosophy is being implemented with vigour at its Chennai (CCP) and Uttarpara (UTP) plants.



**Kaizen at UTP:** The world class manufacturing department (WCM) department started Kaizen activity in November 2010. It is a culture of sustained continual improvement focusing on eliminating waste in all systems and processes of an organization, starting with the GEMBA (shop floor / work place). Kaizen leads to **P, Q, C, D, S, M and E** that is productivity, quality, cost, delivery, safety, morale and environment.

A Kaizen team has been set up under the guidance of Dr. V. K. Singh, COO (vehicles). Mr. Chittaranjan Kabi is Kaizen champion. Mr. Suhail Upadhaya, Head, WCM, has started training technicians of body shop, paint shop, axle plant, HR, WED spare parts, press shop, BTA, car line and other departments. However, it will take time to show Total Employee Involvement (TEI) and create a culture of sustained growth.

Kaizen sheets have been developed in Hindi, Bengali and English for

better understanding and active participation. Kaizen boards have been developed and have been handed over to the respective department heads for display of the kaizen sheets. It has been decided to submit one Kaizen suggestion per employee per month. Department-wise Kaizen meeting will be held per week and the whole Kaizen review will be held once a month. The next review is slated for January 23, 2011.

Till day nine, Kaizens had already been displayed in press shop area by Mr. Vikrant Saxena under the guidance of Mr. B K Gupta. More than 60 ideas were generated by the shop floor staff in the engine shop in a single day under the supervision of Mr. L N Singh. Mr. S Chakraborti and his team contributed the first Kaizens in the plant.

According to global Kaizen expert Ishikawa, it is possible to halve the number of defects and variations in process, achieve 50 % increase in production and reduce number of man hours by 30% in about six months time even with existing equipment.

The UTP team is headed to accomplishing these goals.

**Kaizen at CCP:** Kaizen achievement boards have been put up for display. A structured approach is followed to capture salient features for doing a Kaizen and monitor its results. Due recognition is given to the team members who carry out Kaizen. During the period September 10-November 10, a total of 23 top Kaizens had been done.

**Productivity:** In GS45X (Outlander) the process of assembly of rear suspension to the underbody of the car as per MMC process was too tedious and had a cycle time of 40 minutes / car. Detailed analysis indicated that axis of the mounting hole of cross member of rear suspension was not matching with that of mounting point of the car. Two innovative guide pins were designed and tried out to carry out the assembly. Now the cycle time of this operation is just 15 minutes / car.



*Continued on Pg 5*

## MD-Speak



### Committed to the customer

I HAVE a dream - a dream wherein prosperity spreads across entire Hindustan Motors, a dream wherein each stakeholder-employee, dealer, vendor, customer et al - feels, beyond doubt, that things have changed for the better and a dream which translates into reality sooner than later.

Let the New Year bring good times. To be precise, 2011 should be HM's 'Keep the customer happy year.' There should be no ambiguity about our goal. The business world repeatedly proclaims that customer is king. But do we go beyond the words? Obviously not! Otherwise the world would have been an ocean of happy customers and successful companies.

Let us, at Hindustan Motors, change our way of working. Customer's delight will be our mantra, both in letter and spirit. And why shouldn't it be so? After all, it is only the customer who has the wherewithal to keep us thriving and prospering. Keep him happy and remain happy.

But keeping the customer king in good humour is no joke. It is a serious job and HM fully realizes that. No wonder, the company had launched its journey of transformation in mid 2010. Work has started but much more needs to be done. There is a growing realization in each and every HM department that it has an integral role to play in the quest for true customer-centricity. But this commitment has to become more deeply entrenched.

Let us mark 2011 for achieving new milestones whether they be in the field of new product development, sales, marketing, structural changes etc. HM will be launching three-four variants in the coming six months. Mitsubishi too will add a new product to its portfolio.

But we will need to regularly review all our activities from the customer's point of view. Are our products and services making the customer happy? Are we providing what he craves for but does not easily get? Are we going the extra mile to bring a smile onto the customer's face and stamp Hindustan Motors' name on his mind?

Let's gear up to give the 'aha' experience to the customer in every transaction. Then will the customer say, "Wah, HM, wah!"

Happy New Year!

Manoj Jha



**Bengali, Tamil & Hindi Sections Inside**

# HAPPY NEW YEAR 2011





**'Help corp.comm. spread the good word'**



**HMACTS BUREAU**  
**KOLKATA:** Corporate Communications is an integral tool of modern management practice, said the MD, Mr. Manoj Jha, while formally launching the news clippings board at HM's corporate office here on December 16.

Mr. Jha said, "It is imperative that all HM employees know what the news media has to say about us.

This will keep them abreast not only about the company but also about the latest developments and practices in the automobile industry and market. The news board is a good beginning to create the much-needed awareness among all of us. **In fact, I expect that such news clipping display boards will be put up all across the company in all geographies, departments and work places as soon as possible."**

**HM sweeps the media stakes again**

November-December 2010 once again witnessed the global, national and regional news media amply highlighting HM's plans and activities. The launch of Mitsubishi Evo X at the Autocar Performance Show, Mumbai, launch of Winner LCV at Auto Show East, Kolkata, and the HM-Karma Enduro Rally held earlier in South India garnered extensive coverage by print, electronic and online media alike. Biggies like The Wall Street Journal, Reuters, Bloomberg, Forbes, The Economic Times, Business Standard, Hindu Business Line, CNBC, ET Now, Times Now, NDTV, Zee News, CNN IBN, Rediff, Yahoo etc amply reported about HM in great detail. There were several instances when each event got covered by more than 50 news media organizations to the great delight and satisfaction of the corporate communications department. Here is a glimpse of some of the major coverage.



**HM'S WORKLIFE BALANCE REALITY SHOW**

**Spouses spill out the beans**

**Corporate office, Kolkata & UTP**

**Nita Jha, wife of Managing Director Manoj Jha, Kolkata**

My husband balances work and life well. When at home he does not discuss office work, making us feel that he is fully with us. He provides us both adequate and quality time. He really loves spending time with the family. He watches news on TV but finds serials useless, though 'Kaun Banega Crorepati' is an exception. He meditates for half an hour daily. We miss him during his frequent travels. But then that goes with the office he holds.

**Reshmi Chatterjee, wife of Dibyendu Chatterjee, General Manager-Finance, Vehicles, Uttarpara**

Dibyendu is thoroughly engrossed in his professional life. There is no fixed time for him to get back home. He usually returns pretty late from work. Sometimes, I have woken up in the night and found him working on his laptop as late as 3 am! Sometimes, he goes to office even on weekly off days and other holidays. We have a daughter who is two and half years' old and a son who is 12 years' old. The son's studies and the household's responsibility are entirely mine. He is so tired throughout the week that he prefers to relax at home during the weekends. We hardly go out for movies but we go on vacation once in a year.

**Dipankar Mitra, husband of Saswati Mitra, Senior Manager - Corporate Finance (MIS), Kolkata**

No, Saswati doesn't carry work back home. Barring quarter-end pressures or at the time of budget making, she generally gets back home in time. Both of our respective work

places are separate chapters and we don't let them encroach on our personal lives. We have a 19-year-old daughter and most of our free time is spent with her. We take her out for educational fairs, exhibitions and movies once in a while. Sometimes, we go out during holidays as well.

**Supriya Maity, wife of Raj Maity, EA to MD & Head-Corporate IT, Kolkata**

Raj is a very family-oriented person. He doesn't mix his professional and personal life. After getting back from work, he gives quality time to the family. He is very particular about the studies of our son who is a student of Class II. On Saturdays, he generally takes rest, and on Sundays we go out for movies. He prefers light, entertaining movies, not serious ones. We go out for holidays once in year during our son's winter vacation.

**Joydeep Dutta, husband of Susmita Dutta - Secretary to the MD, Kolkata**

Susmita balances her professional and personal life perfectly well. She never carries work back home. After work, we devote a lot of time to the studies of our son who is in Class IV. We also go out for movies, shopping or short vacations on weekends. Recently, we went to Ganga Kutir at Raichak.

**Chennai Car Plant**

**Chennai spouses have, for some inexplicable reason, chosen to be very precise and to the point. Here are their bullet-point responses.**



**Radhika Narayan Iyer, wife of Narayan B Iyer, Business Manager - Sales**

- ◆ Has positive attitude
- ◆ Regularly goes to gym
- ◆ Takes care of baby for vaccination and hospital
- ◆ Always speaks about cars / automobiles with friends and relatives
- ◆ Attends phone calls frequently for work-related issues
- ◆ Takes care of parents and in-laws
- ◆ Is very loyal to people and the company
- ◆ Time permitting, watches only sports channel i.e. car/bike racing
- ◆ Is never stressed
- ◆ Travels a lot and comes home very late after work



**Arundhati Vijay Kumar, wife of YVS Vijay Kumar, Executive Vice-President**

- ◆ Has reserved and positive attitude
- ◆ Has healthy food habits
- ◆ Takes care of external affairs
- ◆ Guides children in their studies
- ◆ Regularly does morning exercise
- ◆ Is a little serious in the morning hours and relaxed after he returns from work
- ◆ Never helps in kitchen
- ◆ Hobbies include badminton and reading
- ◆ Takes family members for picnics and movies at reasonable intervals
- ◆ Is never stressed or exhausted



**Kiruthika Krishna Kumar, wife of G Krishan Kumar, Dy. Divisional Manager - Product Service**

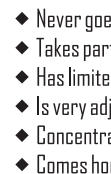
- ◆ Is very soft

- ◆ Is workaholic
- ◆ At home too, is always attending phone calls and working on laptop
- ◆ Is very affectionate
- ◆ Has no friends
- ◆ Never goes out for picnics, movies, to relatives or friends' places etc.
- ◆ Is never expressive
- ◆ Is never involved in household and outside affairs
  - ◆ Comes home very late after work



**Lizy PC Jahn, wife of P C Jahn, Asst. Manager-Materials Department**

- ◆ Is very strict and systematic
- ◆ Brooks no compromise in attitude
- ◆ Never helps in kitchen



**A Karthirvel, husband of N Anuradha, Assistant-Manager Finance**

- ◆ Has good character, is understanding and respects others

- ◆ Has open and emotional personality
- ◆ Never demands anything
- ◆ Never jumps to conclusions. Seeks opinion from family members to arrive at the final decision. Once decided never compromises or changes
- ◆ Takes care of seven-year-old daughter, parents and in-laws in a balanced way
- ◆ Hobbies include music, reading books and writing poetry
- ◆ Is sometimes stressed and exhausted



# 'Focus on R&D pays high dividends'

**Our R&D head, Ms. Sandhya Pande, who has excelled in her field in some of the world's leading automobile majors, explains the significance and growing need of R&D in Indian organizations, in an interview with Rajiv Saxena.**



**Excerpts:**

What is the significance of research & design (R&D) in the automobile industry? What percentage of revenue is spent on R&D in India and abroad?

Automobile companies everywhere now take pride in offering products that score high on criteria like quality, reliability and availability of features and specifications. The only way in which companies can set themselves apart from the competition is by spending more time and energy on innovative products. Consistent attention to research pays high dividends to a company in the long run.

The total expenditure of the Indian car makers on R&D as a percentage of sales is low compared to global players such as Honda, Toyota or General Motors (GM). Globally, automotive industry has spent about USD 30 billion on R&D. R&D spend is normally 15-20 % of the net sales. However, in India it is less than 2 % net of the sales.

Since when has R&D gathered real momentum in the Indian auto industry? What place does it occupy in the overall scheme of things in the auto industry?

With growing competition from global automotive car manufacturers in local market, Indian automakers are under growing pressure to scale up spends by 25-30% on R&D and new product launches. A distinct change of habit is visible in the face of fierce competition from global rivals luring consumers with superior product innovations and cheaper and compact models.

In the absence of a strong and active R&D department, an automobile company, aspiring to be in the league of globally competitive companies, will find itself lagging far behind. Besides, the growing number of regulations in the field of auto safety demands that a company invest highly in research. R&D is driving the overall growth of organizations. The success of a company depends on how fast it can introduce products and, of course, quality of the products. Good products can change complete image of the company. For example, by launching Thunderbird, commonly known as T-Bird, in 1955, Ford earned a place in the history of automobile industry.

Similarly, the first indigenously designed car Indica from Tata Motors in 1998 or the first Indian SUV Scorpio by Mahindra & Mahindra in 2002 not only changed the fate of these companies but also created a global buzz about India's capabilities. No wonder, international automotive giants like GM and Ford have opened their R&D centers in India. Almost all global automotive companies have followed suit.

Who are the leading auto majors on the R&D front globally and in India? Whom can you describe as

the R&D person of India?

Globally, Toyota and Honda from Japan, Volkswagen from Europe, and GM & Ford from USA are leading companies in R&D. They also have R&D centers in various geographical locations including India to address the development needs for local markets.

Among Indian car manufacturers, Tata Motors and Mahindra & Mahindra have state-of-the-art R&D facilities also most of the best talent. Mr. Ratan Tata has inspired talent in India and demonstrated to the world India's abilities by developing first Indica car and then Nano. He is a visionary leader. Mr. Pawan Goenka, who was then in charge of the M&M Scorpio development, is also a leading personality of the Indian automobile R&D scenario.

What do Indian auto companies need to do to be in the forefront of R&D and capture market in the developed countries? Do we have, like IT, the advantage of cheaper R&D manpower?

To become a major player in the global automotive industry, manufacturers and suppliers need to promote the perception that innovative automotive designs, quality vehicles and components can come from India and create a niche for themselves in the global automotive market. In fact, since the last few years, India has become the global hub for design and manufacturing of small cars which are being exported all over the world.

The automotive industry and the government need to enter into partnership to boost the availability of infrastructure and skilled manpower. The automotive industry needs to join hands with technical educational institutes at different levels to ensure that skilled manpower is produced as per the industry's requirements.

Taking the R&D discussion further, does India suffer from scarcity of resources not only in manpower but also in the realm of funds, technology, education and training? What needs to be done to overcome these hurdles?

Availability of skilled manpower is a tough problem in India. Whereas it is estimated that nearly 3, 00,000 engineering graduates enter the job market every year, there is huge gap in their campus education and the skill required for R&D in the auto industry. Joint ventures with foreign companies offer rich and varied opportunities for experience, bringing with them an extensive history of research and development.

The Indian Government is encouraging the auto industry to invest in R&D by giving tax holidays for investment in R&D and by creating centralized R&D facilities like National Automotive Testing and R&D Infrastructure Project (NATRIP) and other training institutes.



Ms. Pande with her team at UTPL

# Ambys' 2000-km charity run in the South Participants from the UK, USA, Canada, etc smitten by the iconic car's sturdiness and comfort quotient



**HM ACTS BUREAU**

KUMARAKOM, November 2010: As many as two dozen robust Ambassador cars roared across the Western Ghat mountain range crossing tough and diverse terrain of Goa, Karnataka, Tamil Nadu and Kerala to reach Kumarakom, Kerala's internationally renowned backwater tourism hub, on November 12. The two-week Karma Enduro Charity Challenge

Rally 2010, which began from Goa on November 3, formally drew to a close on November 13.

The second phase followed later.

UK-based social enterprise Global Enduro, which runs many spectacular adventure fund-raising events across the globe, once again chose only Hindustan Motors' Ambassador for the tough rally. Twenty-four Ambassador Grand (2.0 litre diesel DSZ) cars with air-conditioning and power steering were driven across 2000 km through high mountains, wild and remote tiger reserves, tribal forest areas and hectic city traffic by around 50 foreigners.

The Managing Director of Hindustan Motors' Limited, Mr. Manoj Jha, observed, "The selection of our Ambassador for the tough rally is a global endorsement of its reliability, sturdiness and suitability for all kinds of Indian roads. The roominess the car provides is unparalleled in its segment. Maintenance costs too are the lowest. I can say without hesitation that the iconic Ambassador understands India the best." The sentiment was echoed by most of the foreign participants. They were more than surprised at the ease with which the Amby tackled such tough terrain.

The national and local news media in Goa provided unprecedented coverage to the Ambys and the rally in newspapers, websites and local TV channels. Apart from managing coverage in such diverse media, HM's corporate communications department also arranged an exclusive press conference at Resort Baywatch, Goa, about the company's forthcoming variants and its journey of transformation. However, you have already been informed about that.

The Karma Enduro rally is not a car rally in the conventional sense of the term. It is not a race and there are no prizes for coming first or last. By signing up for Karma Enduro, the participants are able to generate significant funding for two charities, the Rainbow Trust Children's Charity, UK, and Adventure Ashram, India. While Rainbow Trust helps families that have a child with life threatening or

terminal illness, Adventure Ashram helps the poorest of the poor people on or near the routes Karma Enduro takes through India to achieve higher standards of living through better health and education.

Karma Enduro rally is held in two spells, both using Ambassadors only. The first phase of the 2000-km rally, which started from Goa on November 3, passed through Karwar, Murdeshwar, Kalasa, Madikeri and Mysore in Karnataka, Masinagudi and Kodai in Tamil Nadu and Munnar and Kumarakom in Kerala.

The second phase of the rally, consisting of 20 Ambassadors, started from Goa on November 24 and, covering the same route, concluded at Kumarakom on December 3.



## They kept the wheels running

THE success of the Karma Enduro rally, to a great extent, goes to HM's Services team led by its Country Head, Mr. Krishanu Mallick. Mr. Atul Kesaria and Mr. Madan Britto were the main co-ordinators respectively for two phases of the rally.

Before the start of the first phase, Mr. Kesaria, Mr. S C Verma, Mr. M. Bijay Iyer, Mr. Santosh Sharma from HM and Mr. Hasan from M/s Ashok Motors, Delhi, handled the pre-delivery inspection, preparation of spare parts kit, tool kit and miscellaneous jobs in the hot and humid environs of Goa. During the rally, the service team members ensured that all the cars remained fit and fine. They promptly attended to different maintenance/repair jobs which was highly appreciated by Karma Enduro Group and the foreign guests.



(Right to left): Mr. K. Mallick, Mr. Atul Kesaria, Mr. S C Verma, Mr. M. Bijay Iyer and Mr. Santosh Sharma from HM and Mr. Hasan from M/s Ashok Motors, Delhi.

In the second phase, Mr. Britto and Mr. Verma from HM and Mr. Sabin and Mr. Suresh from M/s Marikar Motors, Trivandrum, repeated the feat to the great delight of the participants.



# Evo X rocks Mumbai, nay India



HM MD, Mr. Manoj Jha, at the launch

**HM ACTS BUREAU**

MUMBAI, November 2010: HM-Mitsubishi Motors, India's leading automobile manufacturer, put its best foot forward by launching the much awaited Lancer Evolution X at the Autocar Performance Show in Mumbai on November 18.

Popularly known as Evo X, the sports sedan with next generation technology and successful rallying pedigree is priced at Rs. 49.95 lakh, ex-showroom in Delhi. Among the other Mitsubishi offerings on display were the all-new Montero priced at Rs. 38.95 lakh and Outlander with a price tag of Rs. 20.25 lakh, ex-showroom in Delhi.

"Advanced aerodynamic design and the lightweight 4B11 MIVEC Twin Scroll Turbo Engine make Evo X a unique creature of state-of-the-art research & design with few real competitors in the segment. It is a coveted addition to the HM-Mitsubishi product portfolio and will have a major impact in its segment in the Indian automotive scenario," said Hindustan Motors Managing Director, Mr. Manoj Jha, at the show. "HM will be launching several new variants in both the passenger and commercial vehicle segments in the next 12 to 15 months, starting the first quarter of 2011," he added.

Lancer Evolution has remained at the top of the game. Generation after generation, it has gradually

improved to maintain that leadership on road and track, backed by the legitimacy of a peerless motorsports track record. This is an all-new car inside and out and street-legal rally car with an undisputed heritage.

The all-new Montero launched simultaneously with new front grille and key coloured front and rear lower bumper skirts is BS 4 compliant. It packs more punch with Max Torque (N-m) (Kg-m)/rpm of 441(45)/2000 as compared to the previous vehicle's figures of 383 (39.1)/2000. Also, the new Montero's Max Output PS (KW)/rpm is 202 (148.6)/3800 vis-à-vis the previous model's figure of 164.5(121)/3500.

No wonder then that Evo X was the cynosure of all eyes at the hugely attended show which witnessed the who's who of the global auto world displaying their vehicles. Raymond CMD, Mr. Gautam Singhania, spent quite some time at the HM-Mitsubishi pavilion with his entourage. He evinced keen interest in Evo X.

Though HM's corporate communications department had been mobilizing the national and global news media assiduously for quite some time for the event, the response was indeed heart warming. The MD, Mr. Jha, was virtually mobbed by awe-struck visitors, inquisitive journalists and TV channels' cameramen for hours. Surviving the media's barrage of queries and requests for one-on-one print and TV interviews was an act which only Mr. Jha could perform with finesse and elan.



Mr. Jha mobbed by the news media



Some HM stars from CCP & Mumbai teams (from left to right) : Jyotsna Lakhara, Mir Hyder, Narayan Iyer, Yoshiaki Wada, Rupesh & Rishi Sharma

Numerous media houses continued to highlight the launch of Evo X and Mr. Jha's interview all over the country in different languages in the subsequent days. The information has already been conveyed to you all by the corporate communications department.

The Autocar Performance Show was held at MMRDA Grounds Bandra-Kurla Complex in Mumbai from November 18 to 21.

HM-Mitsubishi vehicles were displayed at enclosure no. A 14 A.

# Winner variants at Auto Show East Wide array of vehicles and components showcased



Mr. Jha showing the upgraded Ambassador to the West Bengal Transport Minister, Mr. Ranjit Kundu (right)

**HM ACTS BUREAU**

KOLKATA, November 2010: Hindustan Motors Ltd., India's oldest car company and the sole automotive major in eastern India, was out in full force at the four-day Auto Show East which was launched at Salt Lake Stadium Grounds in Kolkata on November 19.

The Auto Show was inaugurated by the state's Transport Minister, Mr. Ranjit Kundu. He called upon the automobile industry to produce eco-friendly vehicles so that pollution levels could be brought down.

The HM pavilion was inaugurated by the Managing Director, Mr. Manoj Jha. The event also marked the launch of two variants of 1-tonne payload mini truck Winner XD in 1.5 diesel and 1.8 CNG versions.

Hindustan Motors showcased an array of its passenger and commercial vehicles featuring several new changes. Crowds thronged the HM enclosure to have a look at and feel of Ambassador Grand 2.0 diesel and 1.8 LPG whose comfort quotient has gone up with the changes. Commercial vehicle HM-Shifeng Winner XD 1.5 diesel and 1.8 CNG also drew attention with their modified interiors and exteriors. HM's Mitsubishi range of vehicles - Pajero 2.8 diesel, Outlander 2.4 petrol and Cedia 2.0 petrol - attracted auto buffs and laymen alike. The company also displayed its wide spectrum of auto components. This was a major attraction for those involved in the components business. The section received some promising business leads.

Mr. Manoj Jha observed, "We are proud to represent the entire eastern region in the Auto Show East. Customer delight has always been our raison d'etre and the theme of our participation not only upholds our core values but celebrates and reinforces the confidence and support our customers have entrusted in us for almost seven decades." HM will be launching several new variants in both the passenger and commercial vehicle segments in the next 12 to 15 months, starting the first quarter of 2011, he added.

"The theme of the HM pavilion signifies the company's heritage, its timeless appeal to a diverse cross-section of consumers irrespective of age and socio-economic backgrounds and its simple mantra of staying close to its roots as the country's first and only people's car in the truest sense. HM indeed stands for authentic, timeless and simple," Mr. Jha explained.

The HM-Shifeng Winner 1.5 diesel in dual tone exterior colour, off-white and highway red and the 1.8 CNG variant in white and green colour are equipped with additional features like round shape

headlamps, metallic bumper and modified upholstery.

Mr. Jha was interviewed by a host of print and electronic media journalists. While the airing of TV reports started from the afternoon of November 19 itself, several English, Bengali and Hindi newspapers carried reports about HM's participation the next day.

Lively quizzes organized by HM in the evenings drew large number of viewers many of whom won prizes.

The success of HM's pavilion goes to Mr. Amitabh Bansal, Chief Marketing Officer, Mr. Rakesh Kumar Goel, Business Head (Vehicles), and the R&D, sales & marketing teams who put in stupendous efforts, beating tight deadlines.



Those who made HM a sparkling success at the Auto Show East





Susanta  
(2nd from right)



## HM Academy whiz-kid makes it to Munich

*"The invariable mark of a dream is to see it come true." - Ralph Waldo Emerson*

And who knows it better than HM Football Academy's prodigy, 15-year-old Susanta Malik, whose wildest dreams came true when he got a lifetime opportunity to represent India at the Allianz Junior Football Camp 2010 held in Munich, Germany from October 13-17, 2010. Susanta, who hails from a modest background, feels that getting admitted to the HM Football Academy two years back has proven to be the turning point of his life.

The selection process covered 50 cities nationally. About 20,000 students from 400 schools participated from the eastern region. Susanta, who plays at left wing position, was the chosen one, holding Bengal's head high. **Srijita Chatterjee** narrates Susanta's experience.

### Tell us how it all happened?

When my coach Mr. Goutam Sarkar, who has represented India in Asian Games, told me about the camp, I was very excited. Although I was a bit nervous at the beginning, my iconic coach boosted my morale. After the trial selection, 24 of us made it to the final session held at the Mohun Bagan grounds. The selection process was carried out by an eminent panel of judges comprising renowned Indian football players.

### Share with us your experience in Germany.

We reached Germany on October 13 where we got a very warm reception from the organizers. We boarded the official FC Bayern Munich team bus and headed for the hotel. We stayed back at the hotel on 13<sup>th</sup> and interacted with contingents from other countries like Germany, Brazil, Netherlands, Bulgaria, Croatia, Poland, Russia, South Korea and Hong Kong.

The training sessions were a memorable experience. It was an honour for us to get training from the great coaches of the club who guided us in practicing different skills such as target shooting, ball juggling, precise passing etc. We also met some of the football legends like Arjen Robben, Bastian Schweinsteiger, Thomas Muller and others. None of us could believe that our dream footballers were at an arm's length! However, they readily obliged us with autographs and photos.

Watching a live football match at the stadium which Bayern Munich won by 3-0 was another high point of our tour. On the last day of the camp, all the participants of the camp showcased their skills in a 5-on-5 tournament. That evening, we had a farewell function where participants put up skits, dance performances etc. I also shook a leg! All of us received mementoes from the organizers.

### Whom do you owe your success to?

I owe my success to the HM Academy and I am indebted to Goutam Sir for honing my skills and giving me international exposure.



Durga Puja



Ghhat Puja



A mesmerizing fireworks display on water and a delectable dinner organized by HM Staff Club as a part of the Diwali celebrations!



HM Staff Club President Mr. U. C. Tiwari, delivering the welcome address at the New Year's party at UTP auditorium.



Dr. Singh at HM Hospital

COO-Vehicles, Dr. Vijay Kumar Singh, inaugurating the bone mineral density (BMD) & body mass index (BMI) camp organized at the HM Hospital, UTP, on December 14. The hospital also organized awareness programmes on pain management, septicemia, diabetes and community health. Inoculations against hepatitis B were administered to employees' children up to the age of 10 years. "Plans are afoot to set up a 4-bedded ICU ward and install latest equipment like ultra-sonography and eco-cardiography machines in phases, by March 2010," said Dr. A. Goswami, Chief Medical Officer of the hospital.

## Chennai Carnama

### MMC audit cleared with aplomb

The audit team of Mitsubishi Motors Corporation (MMC) visited HM-CCP on November 22 and 23 to carry out trade mark audit. The scope of the audit included process audit, product audit and market issues. The audit team expressed its satisfaction on all the three fronts. It certified that HM-CCP quality levels are par excellence and it is one of the best knock down (KD) plants outside Japan. Mr. Manoj Jha, Managing Director of Hindustan Motors, congratulated all involved in the process and said, "We should now work aggressively on continuous improvement in all aspects. Our competition includes Japanese, European, Korean, American and Indian multinational companies and we need to be in the same league in terms of quality, delivery and cost." Mr. Y V S Vijay Kumar, EVP, CCP, commented, "Kudos to the entire operations and service teams for clearing the audit with flying colours. But we should not rest on our laurels and constantly strive to raise the bar to make our products the best in the market."



MMC audit team with Mr. Kumar N., Head Plant Operation



Mr. Vijay Kumar at Geo Motors

### Strengthening dealership network

HM-Mitsubishi continues to expand its dealership network opening new dealerships and upgrading the existing ones. One of our existing dealerships, Geo Motors Pvt Ltd, was re-opened with brand new infrastructure and 3 S facility at Nattakaom, Kottayam, Kerala. The showroom was inaugurated by Mr. Vijay Kumar, EVP, HM-CCP. The dealership has 4500 sq ft showroom area and 8500 sq ft of workshop area.

Mr. Yoshiaki Wada, Head of marketing & channel development, inaugurated Thaparsons Cars in Nagpur which has been upgraded into a full fledged 3 S facility dealership. It is located at a prime spot on Canal Road, Ramdasspath. The showroom has a total floor area of 3000 sq ft and has facilities to service 75 cars in a day.



Mr. Yoshiaki Wada at Thaparsons Cars

### Sales training in metros

Nine 3-day L1 training modules have been conducted in the four metros (New Delhi, Mumbai, Chennai and Kolkata) since October 2010 after deciding on a curriculum (L1, L2 & L3) for dealer sales managers, assistant sales managers and sales consultants. The objective of these programmes was to ensure that the sales force is thorough about the unique selling propositions of the UV line of Mitsubishi products in India. The training mainly focused on basic automotive technology, Outlander, Pajero and Montero USPs, competition comparison, customer type and L1 test. The participants had to clear an assessment with a minimum of 70% score. People who passed all three levels successfully were duly certified. The initiative has, so far, been highly successful with training imparted to over 80% (160 out of 198) of dealer manpower.

## SMALL is big

Continued from Pg 1

**Safety:** In the unloading station of Lancer trim line, a hoist carries the painted car body and unloads it after picking it from the end of the paint shop. Sometimes, the hoist used to overshoot this station due to malfunctioning of a single sensor. So, the shell hit the portal and got damaged. Therefore, the number of sensors was increased, and PLC programme of the hoist and the front cross member of the portal were modified. More than 620 cars have been rolled out and the system is working perfectly.

**Quality:** During assembly process of IRVM (inside rear view mirror) in the Q car line, there were always chances of wrong electrical connections. QA analyzed the problem and found that there were many loose parts which could be wrongly connected. The required male plug and female socket are now tied up with a tape such that there are no loose ends. A total of 300 Q cars have been produced using this Poka Yoke. There have been no defects till date.

**Cost saving:** Sealant for front wind glass shield of GS45X was applied with cartridge sealant which was quite a costly process. The team studied the difficulties faced by use of the drum sealant along with its non-flexible guns. It was found that the swivel mechanism attached to the gun and the hose needed to be improved to get 360 degree flexibility. Accordingly, the right kind of swivel mechanism was manufactured and implemented. As a result, there is a saving of Rs 414/car.



**அம்பாசடர் கார்ப்கள் அணிவகுத்த 2000 கி.மீ. நற்செயல் ஓட்டம்**

கார் உலகின் தனி அடையாளமாய்த் திகழும் இந்த வாகனத்தின் உறுதி, சொகுசு, செளகரிய அம்சங்களைப் பார்த்து வெளிநாட்டு பங்கேற்பாளர்கள் வியந்து நின்றனர்.

கர்மா எண்ட்யூரோ சார்ட்டிப்டு சாலஞ்ச் ரேலி 2010 என்றழைக்கப்படும் நற்செயல் ஓட்டம் நவம்பர் 3, 2010 அன்று கோவாவிலிருந்து 24க்கும் மேற்பட்ட கச்சிதமான அம்பாசடர் கார்ப்கள் அணி வகுக்க மேற்குத் தொடர்ச்சி மலைத்தொடர் வாயிலாக கரடு முரடான மலைப்பாதைகள் வழியாக கோவா, கர்நாடகம், தமிழ்நாடு, கேரளம் ஆகிய மாநிலங்களைக் கடந்து நவம்பர் 13, 2010 அன்று சர்வதேச அளவில் புகழ் பெற்ற கேரளாவின் உப்பங்கழி சுற்றுலாத் தலமான குமரகம் பகுதியை வந்தடைந்தது. 2ஆம் கட்ட ஓட்டம் இதனைத் தொடர்ந்து நடைபெற்றது.

இங்கிலாந்தைச் சார்ந்த சமூக நிறுவனமான குளோபல் எண்ட்யூரோ, உலகம் முழுவதும் இது போன்ற சாகசங்கள் நிறைந்த நிகழ்ச்சிகளை நடத்தி நிதி திரட்டி வருகிறது. கரடுமுரடான பாதைகளில் செல்லும் இந்த கடினமான ஓட்டத்திற்கு ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸின் அம்பாசடர் காரைத் தேர்ந்தெடுத்துள்ளது குறிப்பிடத்தக்கது. ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் லிமிடெட் நிறுவனத்தின் நிர்வாக இயக்குநர் மனோஜ் ஜா குறிப்பிட்டதாவது: "இந்த தொடர் ஓட்டத்திற்கு அம்பாசடர் வாகனத்தைத் தேர்ந்தெடுத்துள்ளதே அனைத்து விதமான இந்திய சாலைகளுக்கு உகந்த அதனுடைய நம்பகத் தன்மை, உறுதி, நிலைத்தன்மை ஆகியவற்றுக்கு கிடைத்த உலக அளவிலான நற்சான்று பத்திரமாகத் திகழ்கிறது. பராமரிப்பு செலவுகளும் மிக்க குறைவு. கார் உலகின் அடையாளமாகத் திகழும் அம்பாசடர் இந்தியாவை நன்கு புரிந்து கொண்டுள்ளது என்பதை நான் உறுதியாகக் கூறுவேன்".

கர்மா எண்ட்யூரோவுடன் கையொப்பமிட்டதன் மூலமாக பங்கேற்பாளர்கள் இரண்டு அறக்கட்டளை நிறுவனங்களுக்கு கணிசமான நிதியை உருவாக்கித் தரமுடியும். அவையாவன: இங்கிலாந்தைச் சேர்ந்த ரெயின்போ குழந்தைகள் அறக்கட்டளை மற்றும் இந்தியாவின் அட்வெஞ்சர் ஆசிரமம், உயிருக்கு அச்சுறுத்தல் செய்யும் நோய் உள்ள குழந்தைகள் கொண்ட குடும்பங்களுக்கு ரெயின்போ அறக்கட்டளை உதவி புரிகிறது. வறுமைக் கோட்டுக்குக் கீழ் உள்ள ஏழை மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம், சிறந்த ஆரோக்கியம், கல்வி ஆகியவற்றின் மூலம் மேம்பட அட்வெஞ்சர் ஆசிரமம் உறுதுணை புரிகிறது.

Photos on Pg 2&3

**எவோ எக்ஸ்**

**மும்பையை அசத்தியது, இல்லை இல்லை இந்தியாவையே அசத்தியது. அடுத்த தலைமுறை ஸ்போர்ட்ஸ் செடனின் விலை ரூ.49.95 இலட்சம்.**

இந்தியாவின் முன்னணி ஆட்டோமொபைல் உற்பத்தியாளரான ஹெச். எம். - மிட்சுபிஷி மோட்டார்ஸ் நிறுவனம், நவம்பர் 18, 2010 அன்று மும்பையில் நடைபெற்ற ஆட்டோக்கள் செயல்பாட்டு நிகழ்வில் நீண்ட காலமாக எதிர்பார்த்த லேன்சர் எவல்யூஷன் எக்ஸ் வாகனத்தை அறிமுகப்படுத்தியது.

எவோ எக்ஸ் என்று பிரபலமாக அறியப்பட்ட இந்த ஸ்போர்ட்ஸ் செடன், அடுத்த தலைமுறை தொழில் நுட்பம் கொண்டது. தில்லியில் இதன் ஷோரூம் விலை ரூ.49.95 இலட்சம். காட்சிக்கு வைக்கப்பட்டிருந்த பிற மிட்சுபிஷி வாகனங்களாவன: புத்தம் புதிய மான்டேரோ 38.95 இலட்சம். அவுட்லேண்டர் ரூ.20.25 இலட்சம் (தில்லியில் ஷோரூம் விலை).

இந்த நிகழ்வில் உரை ஆற்றிய ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் நிர்வாக இயக்குநர் திரு. மனோஜ் ஜா குறிப்பிட்டதாவது:

"அதிநவீன எழில் தோற்றம் மிக்க வடிவமைப்பும், லேசான எடை கொண்ட 4B11 MIVEC ட்வின் ஸ்க்ரோல் டர்போ எஞ்சினும், எவோ எக்ஸ் வாகனத்தை தனித்தன்மை மிக்க ஆராய்ச்சி மற்றும் வடிவமைப்பின் விளைவாகத் திகழ வைக்கின்றன. இப்படிப்பட்ட வாகனப் பிரிவில் போட்டியாளர்களை விரல் விட்டே எண்ணி விடலாம். ஹெச்.எம். மிட்சுபிஷி தயாரிப்புகளில் இது மற்றுமொரு பெருமை சேர்க்கும் தயாரிப்பு ஆகும். இந்திய ஆட்டோமொபைல் துறையில் மிகப் பெரிய தாக்கத்தை இது உண்டு பண்ணும் என்பதில் ஐயமில்லை".

அவர் மேலும் கூறுகையில், "பயணியர் மற்றும் வர்த்தக வாகனப் பிரிவுகளைப் பொறுத்தவரை, 2011 ஆம் ஆண்டின் முதல் காலாண்டிலிருந்து அடுத்த 15 மாதங்களுக்குள், ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் பல்வேறு புதிய ரக வாகனங்களை அறிமுகப்படுத்த உள்ளது" என்று குறிப்பிட்டார்.

லேன்சர் எவல்யூஷன் வாகனம் ஆட்டத்தின் முன்னணி நாயகனாகவே விளங்கி வருகிறது. தலைமுறை தலைமுறையாக தனித்தன்மை மிக்க தொழில் நுட்பத்தால் அதனுடைய முன்னணித்துவத்தை சீராக மேம்படுத்தி தக்க வைத்துக் கொண்டுள்ளது. உள்ளேயும், வெளியேயும் இது தன்னிகரில்லா பாரம்பரியத்துடன் கூடிய "ஸ்டீரீட் - லீக்ஸ் ரேலி கார்" ஆகும்.

எவல்யூஷன் தொடரில் இது பத்தாவது தலைமுறை லேன்சர் ஆகும். இதனுடைய கூர்மையான கையாளும் முறை, மகத்தான பாதுகாப்பு அம்சங்கள், மிடுக்கு, சொகுசு ஆகியவை காரின் ஓட்டும் திறன்களுக்கு அத்தாட்சியாக உள்ளன.

அது மட்டும் அல்லாமல், லேன்சர் எவோ எக்ஸ் ஐ உலகெங்கும் புகழ் பெற்ற வாகனமாக மாற்றியிருக்கும் டர்போ எஞ்சினின் செயல்பாட்டுத் தன்மையையும் ஓட்டுநர் பார்த்து பூரிப்படைவார்.

அதே சமயத்தில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட புத்தம் புதிய மான்டேரோவின் சிறப்பம்சங்கள்: புதிய ஃபிரன்ட் கிரில்லே; கீ் கவர்டு முன்பக்க மற்றும் பின்பக்க பம்பர் ஸ்கர்ட்ஸ் - BS4க்கு இணக்கமானது. முந்தைய வாகனத்தின் 383 (39.1)/2000 டார்க்-ஐ காட்டிலும் இதனுடைய அதிகபட்ச டார்க்(N-m) (Kg-m/rpm 441 (45)/2000 மேலும் மான்டேரோவின் அதிகபட்ச அவுட்புட் PS(KW)/rpm - 202(148.6)/3800. புதிய மாடலின் இலக்கம் 164.5 (121).3800. முந்தைய மாடலின் இலக்கம் 164.5(121)/3500

இப்படிப்பட்ட காரணங்களால் சர்வதேச அளவில் ஆட்டோமொபைல் உலகத்தைச் சார்ந்த அனைவரது கண்களையும் எவோ எக்ஸ் கவர்ந்து இழுத்ததில் வியப்பொன்றுமில்லை.

ரேமண்ட் நிறுவனத்தின் தலைவர் மற்றும் நிர்வாக இயக்குநர் திரு கௌதம் சிங்கானியா, தமது குழுவின்ருடன் ஹெச்.எம். மிட்சுபிஷி அரங்குக்கு வருகை தந்து நீண்ட ரேரம் செலவழித்து எல்லாவற்றையும் ஆவலுடன் பார்த்தார். எவோ எக்ஸ் மீது ஆர்வம் காட்டினார்.

Photos on Pg 2&4

**நிர்வாக இயக்குநரின் மடல்**

**வாடிக்கையாளருக்காகத்தான் நாம் அனைவரும்**

எனக்கு ஒரு கனவு. அந்தக் கனவில் ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸின் வளம் பெருகி நிற்கிறது. அந்தக் கனவில், நம்முடன் பயணம் செய்யும் ஊழியர்கள், டீலர்கள், சப்ளையர்கள் அனைவருமே மன நிறைவு மிக்க மாற்றத்தை உணர்ந்து மகிழ்கின்றனர். இந்த கனவு விரைவிலோ சற்று காலம் கழிந்தோ நனவாய் மலர் வேண்டும் என்பதே என்னுடைய அவா. நல்ல தருணங்களை இந்தப் புத்தாண்டு நமக்கு கொணரட்டும். நான் வலியுறுத்துவது என்னவென்றால், வாடிக்கையாளரை மகிழ்ச்சியாக வைத்திருக்கும் ஆண்டாக இந்த ஆண்டு இருக்க வேண்டும். நம்முடைய இந்த இலட்சியம் பற்றி, தெளிவின்மை எதுவும் இருக்க வேண்டாம்.

வாடிக்கையாளர்தான் நம்முடைய ராஜா என்று சொல்வதில் குறைவு இல்லை. ஆனால் வார்த்தைகளை செயலுக்கு மொழி பெயர்க்கிறோமா என்றால் இல்லை என்ற பதில் தான் கிடைக்கும். அவ்வாறு செயல்படுத்தி இருந்தால் கடல்போல் மகிழ்ச்சிகரமான வாடிக்கையாளர்களும், வெற்றி நிறுவனங்களும் மட்டுமே இந்த உலகத்தில் காணப்படும்.

ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் நிறுவனத்தில் வாடிக்கையாளரின் மகிழ்ச்சியை நமது தாரக மந்திரமாக வார்த்தைகளிலும், செயலிலும் கொண்டு செயல்பட வேண்டும். ஏனென்றால், வாடிக்கையாளரால் மட்டுமே நம்முடைய வாழ்வுகளில் வளம் சேர்க்க முடியும்.

எனவே, வாடிக்கையாளரை மகிழ்ச்சியாக வைத்திருங்கள். நீங்களும் களிப்புடன் வாழ்ந்திடங்கள். ஆனால், வாடிக்கையாளரை சந்தோஷமாக வைத்திருப்பது ஒன்றும் சுலபமான விஷயம் அல்ல. இது சவால்மிக்க பணி என்பதை ஹெச்.எம். உணர்ந்திருக்கிறது. 2010 ஆம் ஆண்டின் மத்தியில் நமது நிறுவனமானது மாற்றங்களை நோக்கிய பயணத்தில் தடம் பதித்து துவங்கியது. வாடிக்கையாளரை முக்கியமாகக் கொண்ட ஒவ்வொருவருக்கும் பங்களிப்பு என்பதை ஹெச்.எம். நிறுவனத்தின் ஒவ்வொரு துறையினரும் புரிந்து கொண்டு வருகிறார்கள். இந்த அர்ப்பணிப்பு உணர்வு மேலும் ஆழமாக மனதில் பதிந்து அதற்கேற்ப செயல்பாடுகள் அமைய வேண்டும். 2011, புதிய மைல்கற்களை அமையும் ஆண்டாக அமையட்டும். புதிய தயாரிப்பு உருவாக்கம், விற்பனை, மார்கெட்டிங் கட்டமைப்பு மாற்றம் ஆகிய எல்லாத் துறைகளிலும் புதிய சாதனை மைல்களை நாம் அடைய வேண்டும். மூன்று-நான்கு ரகங்களை வரும் ஆறு மாதங்களுக்குள் ஹெச். எம், அறிமுகப்படுத்தும். மிட்சுபிஷியின் வகையில் புதிய தயாரிப்பும் சேர்க்கப்படும்.

ஆனால் ஒன்றை எப்போதும் நினைவில் கொள்ள வேண்டும். நம்முடைய அனைத்து நடவடிக்கைகளையும், வாடிக்கையாளரின் கோணத்திலிருந்தே சீர்தூக்கிப் பார்க்க வேண்டும்.

நம்முடைய தயாரிப்புகளும், சேவைகளும் வாடிக்கையாளருக்கு மகிழ்ச்சி அளிக்கின்றதா? அவர் மிகவும் விரும்புகிற விஷயத்தை எளிதில் கிடைக்காத விஷயத்தை நம்மால் அளிக்க முடிகிறதா? வாடிக்கையாளரின் முகத்தில் புன்னகை அரும்பவும், ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் பெயர் அவர் மனதில் பதியச் செய்யவும் நாம் கூடுதலாக முயற்சி மேற்கொள்கிறோமா?

வாருங்கள். நம்முடைய ஒவ்வொரு பரிவர்த்தனையிலும் ஆஹா என்று வியக்கும் அனுபவத்தை வாடிக்கையாளருக்கு அளித்திட ஆயத்தப்படுத்திக் கொள்வோம். அப்படி செயல்பட்டால் வாடிக்கையாளர் சொல்வார் "பலே ஹெச்.எம். பலே".

உளங்கனிந்த புத்தாண்டு வாழ்த்துகள்.

மனோஜ் ஜா

**வெற்றி வாகனங்கள் அணிவகுத்த ஆட்டோ ஷோ ஈஸ்ட்**

**பலவிதமான வாகனங்களின் காட்சி**

நவம்பர் 19, 2010 அன்று, கொல்கத்தாவில் சால்ட் லேக் விளையாட்டுத் திடல் மைதானத்தில் ஆட்டோ ஷோ ஈஸ்ட் தொடங்கப்பட்டது. நான்கு நாட்கள் நடந்த இந்நிகழ்வில், கிழக்கு இந்தியாவில் மிகப் பெரிய ஆட்டோமொபைலில் முன்னணியாகத் திகழும் இந்தியாவின் முதன்மை மற்றும் பழம்பெருமை மிக்க கார் நிறுவனமான ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் லிமிடெட் முக்கிய பங்களிப்பை ஆற்றியது.

ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் நிறுவனத்தின் அரங்கை நிர்வாக இயக்குநர் திரு. மனோஜ் ஜா திறந்து வைத்தார். அவ்வமயம், 1 டன் பேலோடு ரகின் டீரக் வின்னர் XD பிளஸ் 1.5 டீசல் மற்றும் 1.8 CNG அமைப்பு என்பதாக இரண்டு ரகங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன.

ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் அரங்கில் பல்வேறு புதிய மாற்றங்களுடன் கூடிய பயணியர் மற்றும் வர்த்தக வாகனங்கள் காட்சிக்கு வைக்கப்பட்டிருந்ததால் ஏராளமான பார்வையாளர்களை இவ்வரங்கு ஈர்த்தது. அம்பாசடர் கிராண்ட் 2.0 டீசல் மற்றும் 1.8 LPG-ன் செளகரியம் பன்மடங்கு அதிகரித்துள்ளதால் பார்வையாளர்களை வெகுவாகக் கவர்ந்தது. ஹிந்துஸ்தான் மோட்டார்ஸ் நிறுவனத்தின் மிட்சுபிஷி வாகனங்களான பஜேரோ 2.8 டீசல், அவுட்லேண்டர் 2.4 பெட்ரோல், சிட்யா 2.0 பெட்ரோல் ஆகியவை வாகன விரும்பிகளை வசீகரித்தன. ஆட்டோ பாகங்களையும் நிறுவனம் காட்சிக்கு வைத்திருந்ததால் பாகங்கள் வர்த்தகத்தில் ஈடுபட்டுள்ளாரையும் இந்த அரங்கு கவர்ந்தது. திரு. மனோஜ் ஜா தமது உரையில், "இந்தியத் திருநாட்டின் கிழக்குப் பகுதியின் பிரதிநிதியாக இங்கே கலந்து கொள்வதில் நாங்கள் மிகுந்த பெருமையடைகிறோம்" என்ற அவர், "வாடிக்கையாளர் மன மகிழ்ச்சியை எங்களது குறிக்கோள். நாங்கள் இங்கே பங்கேற்றதன் வாயிலாக கடந்த எழுபது ஆண்டுகளாக வாடிக்கையாளர்கள் எங்கள் மீது கொண்டுள்ள நம்பிக்கையும், அவர்கள் எங்களுக்கு அளித்து வரும் ஆதரவும் நன்கு வெளிப்பட்டுள்ளது. பயணியர் மற்றும் வர்த்தக வாகனங்களில் 2011ன் முதல் காலாண்டிலிருந்து அடுத்த 15 மாதங்களுக்குப் புதிய ரக வாகனங்களை அடுத்தடுத்து அறிமுகப்படுத்த உள்ளோம்" என்றும் கூறினார். அவர் மேலும் கூறுகையில், "நிறுவனத்தின் பாரம்பரியமும், நாட்டின் முதல் கார் ஆகவும், வயது, சமூகம், பொருளாதாரக் காரணிகளைக் கடந்து மக்களின் கார் ஆகவும் விளங்குவதைப் பறை சாற்றும் வகையில் ஹெச். எம். அரங்கு வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது" என்றார்.

Photos on Pg 2&4



## দক্ষিণ ভারতে অ্যাম্বাসাডার কার – এর ২০০০ কি .মি . চ্যারিটি দৌড় প্রতিযোগিতা

আইকনিক কার এর বলিষ্ঠতা এবং সাক্ষর্যে বিদেশী প্রতিযোগীরা বিমুগ্ধ

এইচ এম অ্যাক্টিস্ ব্যুরো, কুমারাকোম, নভেম্বর ২০১০: কেরালার অন্তর্গত সূপ্রসিদ্ধ ব্যাকওয়াটার, পর্যটনকেন্দ্র কুমারাকোম পৌছানোর জন্য গোয়া, কর্ণাটক, তামিলনাড়ু ও কেরালার দুর্গম ও উচু নীচু রাস্তা পেরিয়ে অধিকতম দুই ডজন শক্তসবল অ্যাম্বাসাডার কার পশ্চিমখাট পর্বতমালার মধ্য দিয়ে সগর্জনে দৌড়ালো। দুই সপ্তাহ ব্যাপী Karma Enduro চ্যারিটি চ্যালেঞ্জ র্যালী ২০১০, যা আরম্ভ হয়েছিল ৩রা নভেম্বর গোয়াতে, তা ১৩ই নভেম্বর কুমারাকোমে সমাপ্ত হল।

র্যালীর দ্বিতীয় পর্যায়টি পরে শুরু হয়েছিল। ইউ কে-তে অবস্থিত Global Enduro যারা সমগ্র বিশ্ব থেকে অর্থসংগ্রহ করার জন্য অনেক দুঃসাহসিক প্রকল্পের আয়োজন করে, আবার একবার তারা অ্যাম্বাসাডার কার নির্বাচন করেছে এই কঠিন র্যালীর জন্য। চব্বিশটি বাতানুকূল্যন্ত্র এবং পাওয়ার স্ট্রীয়ারিং যুক্ত অ্যাম্বাসাডার গ্রান্ড (২লি ডিজেল DSZ) চালানো হয়েছিল ২০০০ কিমি সুউচ্চ পর্বতমালা, সুদূর বন্য এলাকা এমনকি ঘনবসতিপূর্ণ শহরের যানবাহনের মধ্যে দিয়ে। এগুলি মোট পঞ্চাশজন বিদেশী চালক চালনা করেছিলেন।

হিন্দুস্থান মোটরস্-এর ম্যানেজিং ডিরেক্টর শ্রী মনোজ বা বলেন, “এই কঠিন র্যালীর জন্য অ্যাম্বাসাডারের নির্বাচন সর্বজনস্বীকৃত কারণ এটি সর্বপ্রকার ভারতীয় সড়কের জন্য নির্ভরযোগ্য, মজবুত ও উপযুক্ত। এই কারটির প্রশস্ততা এর নিজস্ব ক্ষেত্রে একে তুলনামূলক করে তুলেছে। রক্ষণাবেক্ষণের খরচও সবথেকে কম। আমি দৃঢ়তার সাথে বলতে পারি যে আইকনিক অ্যাম্বাসাডার ভারতের জন্য সর্বোত্তম।” একই অভিমত প্রতিধ্বনিত হল অধিকাংশ বিদেশী প্রতিযোগীদের মধ্যেও। তারা, দেখে স্তম্ভিত হল এই দেখে যে কীভাবে এই দুর্গম রাস্তাকে কত সহজভাবে অ্যাম্বাসাডার অতিক্রম করে নিল।

গোয়ার রাষ্ট্রীয় এবং স্থানীয় খবরমাধ্যমগুলি র্যালী সম্বন্ধে অতুতপূর্ব খবর প্রকাশ করেছিল বিভিন্ন সংবাদপত্র, ওয়েবসাইটে এবং স্থানীয় টিভি চ্যানেলগুলিতে। এই ধরনের বিভিন্নমাধ্যমে কভারেজ পাওয়া ছাড়াও, এইচ এম-এর করপোরেট কমিউনিকেশন বিভাগ, গোয়ার বে ওয়াচ রিসটে একটি বিশেষ সংবাদ সম্মেলনের আয়োজন করে যেখানে কোম্পানীর আসন্ন উৎপাদনগুলি এবং কোম্পানীর কার্যকলাপ সম্বন্ধে আলোচনা হয়েছিল।

Karma Enduro র্যালী আক্ষরিক অর্থে প্রথাগত কার র্যালীর মতো নয়। এটি আদৌ কোন দৌড় প্রতিযোগিতা নয়। এখানে প্রথমে বা শেষে পৌছানোর জন্য কোন পুরস্কার দেওয়া হয় না। Karma Enduro-র অংশগ্রহণকারী প্রতিযোগীরা দুটি দাতব্য প্রতিষ্ঠান, UK-র Rainbow Trust এবং ভারতের Adventure Ashram-এর জন্য প্রচুর অর্থ সংগ্রহ করেছিল। Rainbow Trust সেইসব পরিবারগুলিকে সাহায্য করে যাদের সন্তান মারাআক কোনো রোগে আক্রান্ত এবং Adventure Ashram সেইসব গরীব মানুষদের সাহায্য করে থাকে, যাদের বাসস্থান র্যালীর পথের কাছাকাছি।

বিদেশী প্রতিযোগীরা যা অর্থ সংগ্রহ করেছে, তা Rainbow Trust এবং Adventure Ashram এর মধ্যে বন্টন করে দেওয়া হবে। অধিকাংশ প্রতিযোগী UK থেকে এসেছিলেন, আবার কোন কোন প্রতিযোগী নিউজিল্যান্ড, দক্ষিণ আফ্রিকা, ইউ এস এ এবং কানাডা থেকেও এসেছিলেন।

Karma Enduro র্যালী আয়োজিত হয়েছিলো দুটি পর্যায়ে। প্রথম পর্যায়ের কার র্যালী গোয়ায় ৩রা নভেম্বর শুরু হয়ে কর্ণাটকের করওয়ার, মুর্দেশ্বর, কলস, মাডিকেরী এবং মাইসোর, তামিলনাড়ুর মসিনাগুড্ডী ও কোদাই-এর মধ্যে দিয়ে এবং কেরালার মুম্বার ও কুমারাকোম হয়ে অগ্রসর হয়েছিল।

দ্বিতীয় পর্যায়ের কার র্যালী যাতে ২০ টি অ্যাম্বাসাডার অংশ নিয়েছিলো, শুরু হয়েছিলো ২৪ শে নভেম্বর এবং একই পথ অতিক্রম করে ৩রা ডিসেম্বর কুমারাকোমে সমাপ্ত হয়েছিলো।

### চাকা সচল রাখার পিছনে অবদান ছিল যাদের

Karma Enduro র্যালী-র এই সফলতার অধিকাংশের ভাগীদার হল এইচ এম-এর সার্ভিস টিম যার নেতৃত্ব দেন Country Head শ্রী কৃশানু মল্লিক। দুটি পর্যায়ের কার র্যালীগুলির মুখ্য মৌখসহযোগী ছিলেন যথাক্রমে শ্রী অতুল কেশরিয়া এবং শ্রী মদন ব্রিট্টো।

প্রথম পর্যায়ের র্যালী শুরু হবার পূর্বে হিন্দুস্থান মোটরস্-এর শ্রী কেশরিয়া, শ্রী এস সি ভর্মা, শ্রী এম বিজয় আইয়ার, শ্রী সন্তোষ শর্মা এবং মেসার্স অশোক মোটরস্ এর পক্ষ থেকে শ্রী হাসান, গোয়ার গরম ও আর্দ্র আবহাওয়ায় গাড়িগুলির ডেলিভারীর আগে পরীক্ষা করা, স্পেয়ার পার্টস তৈরি ও অন্যান্য আনুসঙ্গিক কার্যাদি সম্পাদন করেন। র্যালী চলাকালীন সার্ভিস টিমের সদস্যগণ কারগুলি যাতে যথাযথভাবে এবং সুন্দরভাবে চালিত হয় তা সুনিশ্চিত করেন। তারা বিভিন্ন মেরামতীর কাজগুলিও অত্যন্ত তৎপরতার সাথে করেন যা বিদেশী প্রতিযোগী এবং Karma Enduro-র সংগঠকদের দ্বারা উচ্চপ্রশংসিত হয়েছিলো।

র্যালীর দ্বিতীয় পর্যায়ে এইচ এম-এর পক্ষে শ্রী ব্রিট্টো ও শ্রী ভর্মা এবং ত্রিবান্দ্রামের মেসার্স মারিকার মোটরস্-এর পক্ষে শ্রী সাবিন ও শ্রী সুরেশ এই কার্য কৃতিত্বের সাথে পুনরায় পরিচালিত করেন।

ছবি পৃষ্ঠ 2 ও 3 এ

### ইভো- এক্স এলো মুম্বইতে, সারা ভারত আলোড়িত

নতুন প্রকল্পের স্পোর্টস কার যার আর্থিক মূল্য ৪৯ .৯৫ লাখ টাকা

এইচ এম অ্যাক্টিস্ ব্যুরো, মুম্বই, নভেম্বর ২০১০ : এইচ এম মিতসুবিশি মোটরস্, ভারতের মুখ্য অটোমোবাইল নির্মাতা, ১৮ই নভেম্বর মুম্বইতে অটোকার পারফরম্যান্স শো-তে বহু প্রতীক্ষিত ল্যান্সার ইভোল্যুশন এক্স এর উদ্বোধন করে উন্নতির পথে আরো এক কদম অগ্রসর হন।

ইভো এক্স নামে পরিচিত জনপ্রিয় স্পোর্টস কার-টি সফল র্যালীতে অংশগ্রহণের পক্ষে উপযুক্ত এবং উন্নত প্রযুক্তিসম্পন্ন। এর দিল্লীর এক্স শো রুম মূল্য হল ৪৯.৯৫ লাখ টাকা। অন্য মিতসুবিশি সারির মধ্যে প্রদর্শিত হয়েছিল সম্পূর্ণ নতুন মস্টেরো, যার দিল্লীর এক্স শোরুম মূল্য হলো ৩৮.৯৫ লাখ টাকা এবং আউটল্যান্ডার যার মূল্য হলো ২০.২৫ লাখ টাকা।

“উন্নত ডিজাইন এবং হালকা ওজনের ৪বি ১১ এম আই ভি ই সি টুইন স্ক্রল টার্বো ইঞ্জিন, ইভো এক্সকে তার নিজস্ব ক্ষেত্রে অনন্য করে তুলেছে। এটি এইচ এম মিতসুবিশি উৎপাদনগুলির পোর্টফোলিওতে একটি একান্ত কাম্য সংযোজন এবং ভারতীয় অটোমোটিভ পরিমন্ডলে এটি বড় ধরনের প্রভাব ফেলবে,” প্রদর্শনীতে হিন্দুস্থান মোটরস্ এর ম্যানেজিং ডিরেক্টর শ্রী মনোজ বা এই কথা বলেন। তিনি আরো বলেন, হিন্দুস্থান মোটরস্ ২০১১ সালের প্রথম কোয়ার্টার থেকে শুরু করে আগামী ১২ থেকে ১৫ মাসের মধ্যে যাত্রীবাহী এবং বানিজ্যিক উভয় ধরনের যানের ক্ষেত্রে কতগুলি নতুন সংযোজন বাজারে ছাড়বে।

ল্যান্সার ইভোল্যুশন সবার উপরে নিজের স্থান করে নিয়েছে। প্রজন্মের পর প্রজন্ম ধরে, ধীরে ধীরে এটি আরো উন্নত হয়েছে যাতে মোটরস্পোর্টসের ট্রাক রেকর্ডে নিজের একছত্র আধিপত্য বজায় রাখতে পারে। এটি সম্পূর্ণ নতুন একটি স্ট্রিট-লিগ্যাল র্যালী কার যার উচ্চ মান নিয়ে কোন বিতর্ক নেই।

ইভোলিউশন সারিতে ল্যান্সারের এটি দশম প্রজন্ম। এর অতুলনীয় গতিশীলতা, অভিনব সুবক্ষমমূলক বৈশিষ্ট্য, আর্থনীয় স্টাইল, আরাম এবং অত্যধিক প্রযুক্তি কারটির স্পোর্টিং গুণাবলীকে বিশেষভাবে চিহ্নিত করে। একইসাথে, চালকও পান টার্বো ইঞ্জিনের এক রোমাঞ্চকর অভিজ্ঞতা যা ইভো এক্সকে দুনিয়াতে এক কিংবদন্তীর রূপ দিয়েছে।

পর্দশনীতে আসা ভিডের মধ্যে সকলেরই দৃষ্টি ছিল ইভো-এক্স এর ওপরেই, যেখানে বিশ্বের অন্যান্য অটো কোম্পানীরাও তাদের নিজদের বিভিন্ন প্রোডাক্টের প্রদর্শন করেছিলেন।

এইচ এম-এর করপোরেট কমিউনিকেশন বিভাগ বেশ কিছু সময় ধরে অক্লান্ত পরিশ্রম দ্বারা রাষ্ট্রীয় এবং বিশ্বস্তরের সংবাদ মাধ্যমের সাথে সংযোগসাধন করে। তার ফলস্বরূপ এই অনুষ্ঠান মিডিয়াতে অতুতপূর্ব সাড়া ফেলতে সক্ষম হয়েছিল। শ্রী মনোজ বা, উপস্থিত সাংবাদিক এবং টিভি চ্যানেলগুলিকে অনেকক্ষণ ধরে সাক্ষাৎকার দেন। অসংখ্য মিডিয়া হাউস ইভো এক্স-এর উদ্বোধন অনুষ্ঠানের বিশেষ অংশগুলি এবং শ্রী বা-এর সাক্ষাৎকার পরবর্তী দিন সমগ্র দেশে বিভিন্ন ভাষায় সম্প্রচারিত করেছিল।

অটোকার পারফরম্যান্স শো-র আয়োজন ১৮ই থেকে ২১শে নভেম্বর, মুম্বই-এর এম আর ডি এ ময়দান, বান্দ্রা কুর্লা কমপ্লেক্সে আয়োজন করা হয়েছিল। এইচ এম মিতসুবিশির গাড়িগুলি, এনকোজার নং . এ ১৪৪-তে প্রদর্শিত হয়েছিল।

ছবি পৃষ্ঠ 2 ও 4 এ

ম্যানেজিং ডিরেক্টরের বার্তা

### গ্রাহকগণের প্রতি শপথ

আমার একটি স্বপ্ন আছে – একটি স্বপ্ন যেখানে সমৃদ্ধি হিন্দুস্থান মোটরস্-এর প্রতি কোনায় কোনায় ছড়িয়ে আছে, একটি স্বপ্ন যেখানে প্রত্যেক অংশীদার – কর্মচারী, ডিলার, বিক্রেতা, গ্রাহক সকলেই নিঃসন্দেহে অনুভব করে যা কিছু পরিবর্তন এসেছে, তা সকলের উন্নতির জন্যই, এবং সেই স্বপ্নকে শীঘ্রই বাস্তবে রূপায়িত করা।

নতুন বছর নিয়ে আসুক ভাল সময়ের আগমন বার্তা। আরো স্পষ্ট করে বলতে গেলে, ২০১১ সাল হয়ে উঠুক হিন্দুস্থান মোটরস্-এর ‘গ্রাহকগণকে খুশী রাখার বছর’। আমাদের লক্ষ্য সম্বন্ধে যেন কোন দ্বিধা না থাকে। ব্যবসার জগতে একটি প্রচলিত কথা আছে যে, ‘গ্রাহকই হল রাজা’। কিন্তু আমরা সকলেই কি এই কথাকে সার্থক করার চেষ্টা করি? অবশ্যই নয়! যদি হত তাহলে এই দুনিয়ায় আনন্দিত গ্রাহকগণ ও সফল কোম্পানীর বন্যা বয়ে যেত।

আসুন আমরাই পথ প্রদর্শক হই। গ্রাহকরাজার সন্তুষ্টি ও আনন্দই হোক আমাদের মূলমন্ত্র, শুধুমাত্র কথায় নয়, কাজেও। আর সেটা হবে নাই বা কেন? গ্রাহকরা অপরিসীম শক্তির অধিকারী যাদের হাতেই আছে আমাদের সাফল্যের চাবিকাঠি। তাই সেই রাজাকেও প্রসন্ন রাখো আর নিজেও খুশী থাকো।

কিন্তু গ্রাহকদের সর্বদা খুশী রাখা কোন সহজ কথা নয়। এটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ কাজ এবং হিন্দুস্থান মোটরস্ সেটা খুব ভালভাবেই উপলব্ধি করে। তাই কোম্পানী এই পরিবর্তনের পথে যাত্রা শুরু করেছে ২০১০ সালের মাঝামাঝি। কাজ শুরু হয়ে গেছে। কিন্তু এখনও অনেক কিছু করা বাকি। হিন্দুস্থান মোটরস্-এর প্রতিটি বিভাগ উপলব্ধি করেছে যে গ্রাহকের চাহিদা পূর্ণ করার জন্য তাদের প্রত্যেকের অবিচ্ছেদ্য ভূমিকা আছে। কিন্তু, এই প্রতিশ্রুতিকে আরো গভীরভাবে অনুভব করতে হবে।

আসুন ২০১১ সালকে আমরা চিহ্নিত করি সফলতার নতুন উত্তরণ ঘটানোর জন্য। - সেগুলি নতুন উৎপাদনের বিকাশ, বিক্রী, বিপণন, গঠনমূলক পরিবর্তন ইত্যাদি যে কোন ক্ষেত্রেই হোক না কেন। আগামী ৬ মাসের মধ্যেই এইচ এম তিন থেকে চার রকমের প্রোডাক্ট বাজারে ছাড়বে। মিতসুবিশি ও তার প্রোডাক্ট পোর্টফোলিও-তেও একটি নতুন সংযোজন করবে।

এখন প্রয়োজন গ্রাহকের দৃষ্টিকোণ থেকে আমাদের সকল কার্যকলাপগুলির নিয়মিত সমীক্ষা করা। আমাদের প্রোডাক্ট তথা পরিষেবা কি গ্রাহকগণকে সন্তুষ্ট করতে পারছে? গ্রাহকের যা প্রয়োজন অথচ সহজে পাচ্ছেন না, আমরা কি সেটা তাদের দিতে পারছি? গ্রাহকের মুখে খুশির হাসি আর মনের মধ্যে এইচ এম এর নাম গৌঁথে দেওয়ার জন্য আমরা কি অধিক যত্নশীল হতে পারছি?

আসুন আমরা গ্রাহকের সাথে প্রত্যেক লেনদেনেই, তাকে এক অপরিসীম আনন্দের অনুভূতি দেওয়ার চেষ্টা করি। তাহলেই গ্রাহক বলবে “বাহ ! HM! বাহ !”

নতুন বছর আপনার খুব ভালো কাটুক।

মনোজ বা

### অটো শো ইন্টে উইনার –এর সফল আত্মপ্রকাশ

যানবাহনের বিস্তৃত সম্ভারের প্রদর্শন

এইচ এম অ্যাক্টিস্ ব্যুরো, কোলকাতা ২০১০: ভারতবর্ষের সর্বাধিক পুরোনো কার কোম্পানী এবং পূর্ব ভারতের একমাত্র মুখ্য অটোমোটিভ উৎপাদনকারী, হিন্দুস্থান মোটরস্, চারদিনব্যাপী অটো শো ইন্টে অংশগ্রহণ করেছিল যা শুরু হয়েছিলো ১৯শে নভেম্বর কলকাতার সল্টলেক স্টেডিয়াম গ্রাউন্ডে। অটো শো-টি উদ্বোধন করেছিলেন রাজ্যের পরিবহনমন্ত্রী, শ্রী রঞ্জিত কুন্ডু। তিনি অটোমোবাইল শিল্পোদ্যোগকে পরিবেশের অনুকূল যানবাহনাদি নির্মাণ করার আহ্বান জানান যাতে পরিবেশ দূষণকে কমিয়ে আনা যায়।

হিন্দুস্থান মোটরস্-এর প্যাভেলিয়ানটি উদ্বোধন করেন ম্যানেজিং ডিরেক্টর শ্রী মনোজ বা। এই অনুষ্ঠানে দুটি ভিন্ন ধরনের ১ টন পে লোড মিনিট্রাক যথা - Winner X D 1.5 ডিজেল 1.8 সি এন জি ভার্সানের প্রদর্শিত হয়। হিন্দুস্থান মোটরস্ নিজেদের যাত্রীবাহী এবং বানিজ্যিক গাড়িগুলির সম্ভার প্রদর্শন করে যেগুলিতে অনেক নতুন বৈশিষ্ট্যযুক্ত পরিবর্তন আনা হয়েছে।

এইচ এম-এর পরিসরের মধ্যে দর্শকদের ভিড় উপচে পড়েছিল অ্যাম্বাসাডার গ্রান্ড 2.0 ডিজেল ও 1.8 LPG গাড়িগুলি দেখা ও অনুভব করার জন্য, যা পরিবর্তনের সাথে সাথে আরো বেশী উন্নত ও আরামদায়ক হয়ে উঠেছে। বানিজ্যিক যানগুলি যেমন - এইচ এম Shifeng Winner X D 1.5 ডিজেল এবং 1.8 সি এন জি, দৃষ্টি আকর্ষণ করেছিল তাদের উন্নত এবং পরিবর্তিত অম্পর্ ও বহিঃসজ্জার জন্য। এইচ এম মিতসুবিসির অন্তর্গত প্যাঞ্জেরো 2.8 ডিজেল, আউটল্যান্ডার 2.4 পেট্রোল আর সিডিয়া 2.0 পেট্রোল গাড়িগুলি গাড়িপ্রেমী এবং সাধারণ মানুষ উভয়কেই সমানভাবে আকৃষ্ট করেছিল। কোম্পানী মোটরের যন্ত্রাংশগুলিরও বিস্তৃত সম্ভার প্রদর্শন করেছিল। এই ব্যবসার সঙ্গে যুক্ত ব্যক্তিদের কাছে এটি অন্যতম মুখ্য আকর্ষণ ছিল।

শ্রী মনোজ বা বলেন, “আমরা অটো শো ইন্টে সমগ্র পূর্ব ভারতের প্রতিনিধিত্ব করতে পেরে গর্বিত। গ্রাহক পরিতৃপ্তি সর্বদাই আমাদের মূল লক্ষ্য। আমাদের অংশগ্রহণের বিষয়বস্তু শুধুমাত্র আমাদের আন্তরিক মূল্যবোধকে সমর্থন করে তাই নয়, আমাদের গ্রাহকরা যে দীর্ঘ সাত দশক ধরে যে বিশ্বাস ও সমর্থন রেখে চলেছে তার প্রতি আমাদের সম্মান ও দায়বদ্ধতাকে দৃঢ় করে তোলে।” তিনি আরো বলেন, ২০১১ সালের প্রথম কোয়ার্টার থেকে শুরু করে আগামী ১২ থেকে ১৫ মাসের মধ্যে হিন্দুস্থান মোটরস্ কতগুলি নতুন ভিন্ন ধরনের যাত্রীবাহী তথা বানিজ্যিক উভয় ধরনের গাড়ি পেশ করবে।

“এইচ এম প্যাভেলিয়নের থিমের অর্থ হল কোম্পানীর উত্তরাধিকার, বয়স ও আর্থ-সামাজিক অবস্থা নির্বিশেষে বিভিন্ন ধরনের গ্রাহকের প্রতি এর অনন্ত আবেদন এবং প্রকৃত অর্থেই দেশের প্রথম ও একমাত্র সাধারণ মানুষের গাড়ি রূপে নিজেকে প্রতিষ্ঠিত করা। এইচ এম বাস্তবিকই বোঝায় - প্রকৃত, অনন্ত ও সরল,” বলেন শ্রী বা।

HM Shifeng Winner 1.5 ডিজেল দুরকম রং-এর যেমন অফ হোয়াইট ও হাইওয়ে রেড এবং 1.8 সি এন জি সাদা ও সবুজ রঙের। গাড়িগুলিতে অতিরিক্ত কিছু বৈশিষ্ট্য যোগ করা হয়েছে যেমন - গোলাকৃতি হেডল্যাম্প, মেটালিক বাম্পার ও আরো উন্নত অম্পর্সজ্জা।

সমস্ত অন্যতম সংবাদ মাধ্যম ও টিভি চ্যানেলের সাংবাদিকরা শ্রী মনোজ বা-র সাক্ষাৎকার নিয়েছিলেন। টিভিতে সম্প্রচার শুরু হয়েছিল ১৯শে নভেম্বর দুপুরের পর থেকেই, যদিও বিভিন্ন ইংরাজী, হিন্দী ও বাংলা সংবাদপত্রে হিন্দুস্থান মোটরস্-এর অংশগ্রহণের সংবাদ প্রকাশিত হয় পরের দিন। বিকেলের দিকে এইচ এম একটি প্রস্টোভর প্রতিযোগিতারও আয়োজন করেছিল যা অধিকমাত্রায় দর্শকদের আকৃষ্ট করে। যার মধ্যে অনেকে আবার পুরস্কারও জিতেছেন।

এইচ এম প্যাভেলিয়নের এই সাফল্যের মুখ্য দাবিদার হলেন শ্রী অমিতাভ বনসল, চিফ মার্কেটিং অফিসার, শ্রী রাকেশ কুমার গোয়েল, বিজনেস হেড (ভেহিকেলস), এবং সম্পূর্ণ আর এন্ড ডি, সেলস এবং মার্কেটিং টিম, যাদের অক্লান্ত পরিশ্রম দ্বারা এই আয়োজন খুব কম সময়ে সাফল্যমণ্ডিত করা সম্ভব হয়েছিল।

ছবি পৃষ্ঠ 2 ও 4 এ



## दक्षिण में ऐम्बैसडर की 2000-किमी. समाज कल्याण रैली

आइकॉनिक कार की मजबूती तथा आराम से विदेशी सहभागी प्रभावित

एचएम एक्ट्स ब्यूरो, कुमाराकोम, नवम्बर 2०1० : केरल के अंतर्राष्ट्रीय तौर पर सुप्रसिद्ध बैकवाटर पर्यटन केंद्र कुमाराकोम पहुँचने के लिए गोवा, कर्नाटक, तामिलनाडु और केरल के दुर्गम एवं ऊँचे-नीचे रास्तों को पार करते हुए दो दर्जन ऐम्बैसडर कारें पश्चिमी घाट की पर्वत शृंखला में दहाड़ते हुए दौड़ीं । दो सप्ताह-व्यापी कर्मा एण्ड्यूरो चैरिटी चैलेंज रैली 2०1०, जिसका प्रारंभ गोवा से 3 नवम्बर को हुआ था, कुमाराकोम में 13 नवम्बर को समाप्त हुई।

ब्रिटेनस्थित ग्लोबल एण्ड्यूरो ने, जो दुनिया भर में सामाजिक कल्याण के लिए कोष-संग्रह हेतु दर्शनीय साहसिक कार्यों का आयोजन करता है, एक बार फिर इस मुश्किल रैली के लिए हिन्दुस्तान मोटर्स की ऐम्बैसडर कार को चुना । चौबीस ऐम्बैसडर ग्राण्ड (2.० लीटर डीजल डीएसजेड) एयरकंडीशनिंग एवं पावर स्टेयरिंग से युक्त कारों ने ऊँची पहाड़ियों, वन्य एवं सुदूर वन्य अभिरक्षण, आदिवासी वन क्षेत्रों तथा घने शहर के ट्रैफिक से होते हुए यात्रा पूरी की । इसमें 5० से अधिक विदेशी कार चालकों ने भाग लिया ।

हिन्दुस्तान मोटर्स के प्रबंध निदेशक, श्री मनोज झा, ने कहा, ‘‘ इस कठिन रैली के लिए हमारे ऐम्बैसडर का चयन सभी प्रकार की भारतीय सड़कों के लिए इसकी उपयुक्तता, मजबूती तथा निर्भरता का वैश्विक सबूत है । इसमें बैठने व सामान रखनेका अधिकतम स्थान इस कार को अपने क्षेत्र में बेजोड़ बनाता है । रखरखाव का खर्च भी काफी कम है । मैं बिना किसी झिझक के कह सकता हूँ कि आइकॉनिक ऐम्बैसडर भारत में सर्वोत्तम है ।’’ इसी प्रकार के विचार व्यक्त किए अधिकांश विदेशी सहभागियों ने जो कि ब्रिटेन, यूएसए, न्यूजीलैंड, कनाडा व दक्षिण अफ्रीका सेरैली में भाग लेने आयेथे । जिस सुगमता से ऐम्बैसडर ने इस प्रकार के दुर्गम व कठिन सफर को तय किया उससे वे आश्चर्यचकित थे ।

गोवा में राष्ट्रीय एवं स्थानीय स्तर के समाचार मीडिया ने समाचार-पत्रों में रैली के संबंध में समाचार प्रकाशित किए । साथ ही, वेबसाईटें तथा स्थानीय टीवी चैनलों ने भी समाचार प्रसारित किए । इसके अलावा हिन्दुस्तान मोटर्स के कार्पोरेट काम्युनिकेशन विभाग ने कंपनी के आनेवाले उत्पादों तथा कायाकल्प की यात्रा के बारे में एक विशेष संवाददाता सम्मेलन का आयोजन भी किया ।

कर्मा इण्ड्यूरो रैली शब्द के पारंपरिक अर्थों में कार रैली नहीं है । कर्मा एण्ड्यूरो के सहभागी रेनबो ट्रस्ट चिल्ड्रेन चैरिटी, यूके, तथा ऐडवेंचर आश्रम, भारत के लिए कोष संग्रह करते हैं । रेनबो ट्रस्ट उन परिवारों की मदद करता है जिनका बच्चा जीवन-आशंका अथवा चरम बीमारी से पीड़ित है; ऐडवेंचर आश्रम रैली मार्ग के करीब सबसे गरीब लोगों की मदद करता है । कर्मा एण्ड्यूरो बेहतर स्वास्थ्य एवं शिक्षा के जरिए उच्चतर जीवन-स्तर को हासिल करने के लिए भारत को आगे ले जाना चाहता है ।

रैली का दूसरा चरण, जिसमें 2० ऐम्बैसडर शामिल थीं, गोवा से24 नवम्बर से शुरु हुआ और उसी मार्ग को कवर करते हुए 3 दिसम्बर को कुमाराकोम में समाप्त हुआ ।

### जिन्होंने रखे पहिए गतिशील

कर्मा एण्ड्यूरो रैली की सफलता का श्रेय काफी हद तक एचएम की सर्विस टीम को जाता है जिसका नेतृत्व इसके देश-प्रमुख श्री कृशानु मल्लिक कर रहे थे । श्री अतुल केशरिया तथा श्री मदन ब्रिटो रैली के दोनों चरणों के लिए क्रमशः मुख्य संयोजक थे ।

प्रथम चरण के शुरु होने से पहले, हिन्दुस्तान मोटर्स सेश्री केशरिया, श्री एस. सी. वर्मा, श्री एम. विजय अय्यर, श्री संतोष शर्मा और सर्वश्री अशोक मोटर्स, दिल्ली सेश्री हसन ने गोवा के गर्म एवं नम वातावरण में डिलिवरी-पूर्व जाँच, खुदरा पुर्जों के किट, टूल किट की तैयारी, तथा विविध कार्यों का संचालन किया । रैली के दौरान, सर्विस टीम के सदस्यों ने सुनिश्चित किया कि सभी कारें ठीक व दुरुस्त रहें । उन्होंने विभिन्न रखरखाव/मरम्मत का कार्य तत्परता से किया, जिसकी काफी सराहना कर्मा एण्ड्यूरो ग्रुप तथा विदेशी अतिथियों द्वारा की गयी ।

दूसरे चरण में, हिन्दुस्तान मोटर्स से श्री ब्रिटो तथा श्री वर्मा तथा सर्वश्री मणिकर मोटर्स, त्रिवेन्द्रम के श्री सुदेश ने इस कार्य को कुशलता से निभाया ।

*फोटो पृष्ठ 2 व 3 पर*

## ईवो X आ गयी मुंबई, देश में धूम मचाने

नए ज़मानेकी स्पोर्ट्स कार रु. 49.95 लाख में

एचएम एक्ट्स ब्यूरो, मुंबई, नवम्बर 2०1० : एचएम-मित्सुबिशी मोटर्स, भारत के प्रमुख ऑटोमोबाईल निर्माता, ने 18 नवम्बर को मुंबई में ऑटोकार परफॉर्मेंस शो में बहु प्रतीक्षित लांसर इवोल्युशन X को पेश कर एक नयी पहल की ।

ईवो X के नाम से लोकप्रिय इस स्पोर्ट्स कार की कीमत दिल्ली में एक्सशोरुम रु. 49.95 लाख है । इसमें अगली पीढ़ी की तकनोलॉजी है एवं यह रैली की वंशावली से है । प्रदर्शनी में अन्य मित्सुबिशी की पेशकशों में थी सम्पूर्ण नई मॉण्टेरो, कीमत रु. 38.95 लाख, तथा आउटलैंण्डर, कीमत रु. 2०.25 लाख, एक्सशोरुम दिल्ली ।

‘‘उन्नत वायुगतिकीय डिजाइन तथा हल्के वजन के 4बी 11 MIVEC दिवन स्क्रोल टर्बोईंजन ने ईवो X को अत्याधुनिक अनुसंधान एवं डिजाइन की अनूठी कृति बनाया है । यह एचएम-मित्सुबिशी उत्पाद पोर्टफोलिओ की प्रतीक्षित गाड़ी है जो भारतीय ऑटोमोटिव परिदृश्य में अपने क्षेत्र में प्रमुख असर डालेगी,‘‘ हिन्दुस्तान मोटर्स के प्रबंध निदेशक, श्री मनोज झा, ने प्रदर्शनी में कहा । ‘‘हिन्दुस्तान मोटर्स अगले 12 से 15 महीनों में यात्री एवं वाणिज्यिक वाहन के क्षेत्रों में कई नए उत्पाद पेश करेगा, जिसकी शुरुआत वर्ष 2०11 की प्रथम तिमाही से होगी,‘‘ उन्होंने बताया । लांसर इवोल्युशन सबसे ऊपर बनी रही । पीढ़ी-दर-पीढ़ी, इसमें सुधार कर सड़क पर इसकी अग्रता कोबनाए रखा गया । इसे मोटर स्पोर्ट्स ट्रैक रिकार्ड का बेजोड़ समर्थन प्राप्त था । यह बिल्कुल नई कार है - भीतर और बाहर दोनों दृष्टि सेएवं विवाद रहित विरासत के साथ स्ट्रीट-लीगल-रैली कार भी है ।

इवोल्युशन शृंखला में लांसर पीढ़ी की यह दसवीं कार है । इसकी धारदार गतिशीलता, महान सुरक्षा खूबियाँ, आकर्षक स्टाईल तथा आराम से जुड़ी अत्याधुनिक तकनोलॉजी कार के स्पोर्टिंग गुणों को रेखांकित करती हैं । साथ ही साथ, चालकों को मिलता है रोमांचक टर्बोईंजन का कार्यनिष्पादन, जिसने लांसर ईवो X को दुनियाभर में एक मुकाम पर पहुँचा दिया है ।

एचएम का कार्पोरेट काम्युनिकेशन विभाग काफी समय से राष्ट्रीय एवं वैश्विक मीडिया के साथ तत्परता सेजुड़ा था तथा उसका उपयुक्त परिणाम भी मिला । प्रबंध निदेशक, श्री झा, चकित दर्शकों, जिज्ञासु पत्रकारों तथा टीवी चैनलों द्वारा घण्टें तक घिरे रहे । मीडिया के प्रश्नों तथा टीवी के साक्षात्कारों का सामना उन्होंने बड़ी निपुणता व कुशलता से किया । अनेक मीडिया हाउस निरंतर ईवो X की प्रस्तुति तथा श्री झा के साक्षात्कार को अगले कई दिनों तक विभिन्न भाषाओं में देश भर में प्रसारित-प्रचारित करते रहे ।

ऑटोकार प्रदर्शनी का आयोजन 18 से21 नवम्बर तक मुंबई के एमएम आरडीए मैदान बांद्रा-कुर्ला कंप्लेक्स में किया गया था । एचएम-मित्सुबिशी वाहनों को एनक्लोजर सं. ए 14ए में प्रदर्शित किया गया था ।

*फोटो पृष्ठ 2 व 4 पर*

प्रबंध निदेशक का संदेश

## ग्राहक के प्रति समर्पित

मेरा एक सपना है – ऐसा सपना जिसमें हिन्दुस्तान मोटर्स के हर कोने में समृद्धि व्याप्त हो, ऐसा सपना जिसमें प्रत्येक स्टेकधारक – कर्मचारी, डीलर, बिक्रेता, ग्राहक – के मन में कोई शंका न हो की चीजें बेहतर हो रही हैं तथा ऐसा सपना जो जल्द सेजल्द सच में बदल जाए ।

नया वर्ष हम सबके लिए शुभ समय लाए । संक्षेप में, वर्ष 2०11 हिन्दुस्तान मोटर्स के लिए ‘‘ ग्राहकों को खुश रखने’’ का वर्ष होना चाहिए । इस लक्ष्य के संबंध में कोई संदेह नहीं होना चाहिए । व्यापार और उद्योग के क्षेत्र में प्रायः यह कहा जाता है की ग्राहक राजा है । परन्तु क्या हम सब इस कथन को सार्थक करते हैं? यकीनन नहीं । अन्यथा आज पूरी दुनिया में खुशहाल ग्राहकों एवं सफल कंपनियों की बाढ़ आ जाती ।

आइये हम सब हिन्दुस्तान मोटर्स में अपने कार्य करने के तरीकों को बदल दें! ग्राहक की खुशी ही हमारा मूल मंत्र होगा, दिल और दिमाग दोनों में । और ऐसा हो भी क्यों नहीं? आखिर केवल ग्राहक ही हमारी कंपनी में सम्पन्नता ला सकता है । अतः उसे प्रसन्न रखें और स्वयं भी खुश रहें ।

परन्तु ग्राहक राजा को खुश रखना मज़ाक नहीं है । यह बहुत ही गंभीर कार्य है और हिन्दुस्तान मोटर्स इसे भली-भाँति समझता है । कम्पनी ने कायाकल्प की अपनी यात्रा वर्ष 2०1० के मध्य सेशुरू की थी । कार्य प्रारंभ होचुका है किन्तु अभी बहुत कुछ करना है । हिन्दुस्तान मोटर्स का हर विभाग यह समझ चुका है कि ग्राहकों की ज़रूरतों को पूरा करनेके लिए उसकी अहम भूमिका है । परन्तु हमें अभी और अधिक ग्राहक –केंद्रित बनना है ।

तो आइए, हम वर्ष 2०11 को नई उपलब्धियों को हासिल करनेके लिए समर्पित करें, फिर चाहे वह नए उत्पाद के विकास, बिक्री, विपणन, संरचनात्मक परिवर्तन आदि या कोई भी क्षेत्र क्यों ना हो । हिन्दुस्तान मोटर्स आगामी छः महीनो में तीन-चार रूपान्तर बाज़ार में लाएगा । मित्सुबिशी भी अपने पोर्टफोलिओ में एक नया उत्पाद शामिल करेगा ।

परन्तु हमें ग्राहकों के दृष्टिकोण से अपनी सभी गतिविधियों की नियमित रूप सेसमीक्षा करनेकी ज़रूरत है । क्या हमारेउत्पाद तथा सेवाएँ ग्राहकों को खुश कर पा रहे हैं? क्या उन्हें जो कुछ चाहिए हम उसेआसानी से दे पा रहे हैं? क्या ग्राहकों के चेहरे पर मुस्कुराहट लानेतथा हिन्दुस्तान मोटर्स का नाम उनके दिमाग में बैठाने के लिए हम अधिक प्रयत्नशील हैं?

आइए! हम ग्राहकों के साथ हर सौदे में उन्हें आनन्द की अनुभूति कराने का प्रयास करें । तभी तो ग्राहक कहेंगे, ‘‘वाह, एचएम, वाह ।’’

नववर्ष आपके लिए मंगलमय हो!

### मनोज झा

## ऑटोशो ईस्ट में विनर की बहार

प्रदर्शित वाहनों की विस्तृत शृंखला

एचएम एक्ट्स ब्यूरो, कोलकाता, नवम्बर 2०1० : हिन्दुस्तान मोटर्स लिमिटेड, भारत की सबसे पुरानी कार कंपनी तथा पूर्वी भारत के एकमात्र ऑटोमोटिव संस्थान, ने चार-दिवसीय ऑटो शो ईस्ट में पूरे जोर-शोर से भाग लिया । इस शो की शुरुआत 19 नवम्बर को कोलकाता के सॉल्टलेक स्टेडियम ग्राउण्ड में हुई ।

ऑटो शो(प्रदर्शनी) का उद्घाटन राज्य के परिवहन मंत्री, श्री रंजित कुण्डू, ने किया । उन्होंने ऑटोमोबाइल उद्योग का आह्वान पर्यावरण के अनुकूल वाहनों के निर्माण के लिए किया ताकि प्रदूषण स्तर को नीचे लाया जा सके ।

एचएम पैविलियन का उद्घाटन श्री मनोज झा, प्रबंध निदेशक, द्वारा किया गया । इस मौके पर 1-टन पेलोड मिनी ट्रक विनर एक्सडी 1.5 डीजल तथा 1.8 सीएनजी मॉडलों के दो उत्पाद पेश किए गए ।

हिन्दुस्तान मोटर्स ने अपने यात्री तथा वाणिज्यिक वाहनों की एक शृंखला पेश की, जिनमें कई नए परिवर्तनों की खूबियाँ शामिल की गई हैं । एचएम परिसर में दर्शकों की भीड़ देखतेही बनती थी, जो एम्बैसडर ग्राण्ड 2.० डीजल एवं 1.8 एलपीजी की एक झलक पाने के लिए उत्सुक थी । वाणिज्यिक वाहन एचएम-शिफेंग विनर एक्सडी 1.5 डीजल तथा 1.8 सीएनजी भी अपने भीतरी तथा बाहरी सुधार के कारण दर्शकों के आकर्षण का केन्द्र रहे । एचएम के वाहनों की मित्सुबिशी शृंखला-पजेरो2.8 डीजल, आउटलैंडर 2.4 पेट्रोल तथा सेडिया 2.० पेट्रोल – ने ऑटोप्रेमियों एवं जनसाधारण को आकर्षित किया । कम्पनी ने अपनेऑटोपुर्जों की विस्तृत शृंखला भी प्रदर्शित की । पुर्जों के कारोबार से जुड़े लोगों के लिए यह बेहद आकर्षण का केन्द्र था ।

श्री मनोज झा ने कहा, ‘‘ हिन्दुस्तान मोटर्स वर्ष 2०11 की पहली तिमाही से अगले 12 से 15 महीनों में यात्री तथा वाणिज्यिक वाहनों के क्षेत्रों में कई नए उत्पाद पेश करेगा । एचएम पैविलियन की थीम कंपनी की विरासत व विभिन्न आयु तथा सामाजिक-आर्थिक पृष्ठभूमि वाले ग्राहकों के प्रति उसकी अनन्त अपील कोप्रकट करती है । सही मायने में देश की पहली एवं एकमात्र जनता की कार के रूप में जुड़े रहनेका एक सामान्य मंत्र है । सचमुच, एचएम का मतलब है - सही, समयातीत एवं सरल ।’’

एचएम-शिफेंग विनर 1.5 डीजल दूधिया सफेद तथा लाल दो हरे बाहरी रंगों में एवं 1.8 सीएनजी वैरिएण्ट सफेद एवं हरे रंगों में अतिरिक्त खूबियों के साथ सुसज्जत की जाएगी, जिनमें प्रमुख हैं गोल हेडलैम्प, मेटालिक बम्पर तथा आकर्षक भीतरी साज-सज्जा ।

श्री झा का साक्षात्कार प्रकाशन एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के संवाददाताओं द्वारा लिया गया । जहाँ 19 नवम्बर के दोपहर बाद से टीवी रिपोर्टें का प्रसारण शुरू होगया था, वहीं अगले दिन अंग्रेजी, हिन्दी एवं बंगला के समाचार-पत्रों में एचएम से जुड़ी रिपोर्टें प्रकाशित हुईं ।

एचएम के पैविलियन की सफलता का श्रेय श्री अमिताभ बंसल, मुख्य मार्केटिंग अधिकारी, श्री राकेश कुमार गोयल, व्यापार प्रमुख-वाहन, तथा उनकी टीम को जाता है जिन्होंने इसके आयोजन में कम समय होते हुए भी महत्वपूर्ण योगदान दिया ।

*फोटो पृष्ठ 2 व 4 पर*