

2011

# HINO

## Заботится о Вас

**Выпуск 013**

HINO как и прежде стремится максимально удовлетворять потребности клиентов.

## Hino – народный бренд

Мы верим, что возможности наших технологий и высокое качество обслуживания, которого мы стремимся достичь, является суммой способностей и устремлений сотрудников HINO. HINO – это люди, которые в ней работают.



  
**HINO**

# Концепция HINO

**Мы производим и поставляем клиентам каждый грузовик, соблюдая высокие стандарты качества, в тесном сотрудничестве с региональными партнерами в разных странах.**

Сейей Оказаки (Seiei Okazaki),  
СТАРШИЙ УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР, ЧЛЕН СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ, HINO MOTORS



Г-н. Оказаки из Hino Motors Manufacturing (Таиланд) Ltd., на одном из производственных предприятий Hino

Представим, что у нас есть определенные методы, эффективные для достижения некоторой цели. Если нашей единственной целью будет реализация этих методов, то мы можем потерять из виду цель. Именно поэтому Сейей Оказаки, старший управляющий директор Hino Motors, указывает, что мы должны напоминать себе о необходимости постоянно «возвращаться к истокам», чтобы следовать поставленным целям. Hino ставит одной из важнейших своих целей делать вклад в бизнес клиентов. Методы достижения этой цели на постоянной основе различны и включают эволюционное развитие продукции в соответствии с требованиями клиентов, поставку продукции в максимально сжатые сроки и расширение возможностей поддержки в таком объеме, при котором клиенты компании смогут пользоваться продукцией Hino многие годы, ни о чем не беспокоясь. Эти методы не только различны, они еще и тесно связаны друг с другом. Причина, по которой методы привязаны к единой цели и которая позволяет компании сохранять курс, заключается в том, что Hino неуклонно следует принципам «все для клиента» и философии «клиент — на первом месте».

Г-н Оказаки, ответственный за производственное планирование, управление производством и проектирование, сегодня занимается вопросами расширения операционной деятельности заводов, расположенных за рубежом. «Hino — это бренд, стремящийся дать клиентам то, что они ищут. Другими словами, мы не просто гонимся за ростом объемов производства и продаж, но создаем автомобили, которые действительно нужны клиентам. Потребности в грузовом автотранспорте меняются в зависимости от того, где он будет использоваться, в каких условиях и что будет перевозиться. Например, может потребоваться изменять длину и раму диапазонами по 10 мм. Чтобы реагировать на небольшие, но четкие различия в требованиях клиентов, нам нужна такая производственная система, которая позволит производить и поставлять широкий спектр продукции малыми партиями и максимально быстро». С точки зрения реализации бизнес-потребностей клиентов, мы считаем очень важным предлагать продукцию, которая им нужна, в сжатые сроки. А чтобы достичь этой цели, нужно переносить производственные процессы, в которых задействовано множество деталей и компонентов,

как можно ближе к местным рынкам.

Другими словами, г-н Оказаки отмечает, что сборка продукции должна осуществляться максимально близко к клиентам. Эти и есть концепция «отложенной дифференциации», которой следует Hino. Еще одной идеей, которая играет значительную роль, является «модульность» компонентов продукции Hino. «Сейчас мы разрабатываем производственную систему, где разработка технологических стратегий, концепция платформы, разработка базовых типов моделей, проектирование моделей и разработки основных модулей, а также разработка базовых адаптированных моделей производится в штаб-квартире Hino в Японии, а разработка локальных адаптированных моделей и поддержка процессов комбинирования, изменения, монтажа и модификации модулей производится в зарубежных региональных центрах разработки и производства».

Одним из главных таких центров является завод Hino Motors Manufacturing в Таиланде, показанный на фотографии.

Именно там производятся модели серии HINO 500, которые поставляются в Австралию, Индию, Лаос и Камбоджу.

На момент этого интервью г-н Оказаки только что вернулся со встречи в Таиланде.

«Конечно, важно повышать эффективность производства. Но еще важнее работать в тесном сотрудничестве с местными партнерами над качеством и надежностью продукции и развиваться вместе со страной, где построен завод, так, чтобы каждый произведенный и поставленный грузовик отвечал требованиям клиентов. Именно по этой причине мы считаем важным процесс набора персонала на заводы и установление хороших отношений с местными поставщиками. Считаю, что мы можем сделать значительно больше», Г-н Оказаки подчеркнул, что в его речи для сотрудников завода в Таиланде он указал, что общая цель — работать в рамках отношений «равных партнеров». «Когда сотрудники принимают на себя



Г-н Ноппадол (Noppadol) (справа) из Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd.



Г-н Сомчай (слева). На заднем плане — грузовик серии Hino 500 с двигателем с газовым оборудованием, работающим на природном газе.



ответственность и сами устанавливают свои цели, у них загораются глаза. А когда у сотрудников есть мотивация, мы производим качественную продукцию, а значит, покупатели довольны». Этими словами г-на Оказаки, мы подтверждаем идею, что Hino — это «бренд для людей». Важнейший метод достижения цели, которая заключается в помощи бизнесу клиентов, — увлечение и энтузиазм каждого отдельного сотрудника, работающего в каждом подразделении Hino по всему миру. И мы убеждены, что пока мы следуем этому принципу, Hino будет добиваться своих целей.

**HINO видит верный путь.**

# Технологии HINO

## Воплощение бренда HINO в каждой детали автомобиля и предложение клиентам такой продукции, которой они останутся довольны.

Масахиро Хосокава (Masahiro Hosokawa),  
ВЕДУЩИЙ ИНЖЕНЕР ПО СРЕДНЕТОННАЖНЫМ ГРУЗОВЫМ АВТОМОБИЛЯМ, ОТДЕЛ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ.

Сатоси Сакаи (Satoshi Sakai),  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР ОТДЕЛА КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ЗАВОДА HINO



Г-н Масахиро Хосокава



Г-н Сатоси Сакаи

Среднетоннажные грузовые автомобили Hino были впервые представлены на мировом рынке в 1964 году. Первой моделью, которая предлагалась за рубежом, стал 3,5-тонный KM300, появившийся в Японии годом ранее.

«На тот момент Hino занималась и производством пассажирских автомобилей, но KM300 стала первой моделью, которая продемонстрировала стремление производителя коммерческих транспортных средств к дальнейшему развитию. Еще одним хорошим примером правильно принятого решения в то время стало первое ресурсное испытание автомобиля, которое компания провела в Австралии», — говорит г-н Сакаи, показывая фотографию модели KM того времени, которая отметила рождение Hino как производителя коммерческих автомобилей. Модель KM300, одна из важнейших за всю историю Hino, претерпела множество модификаций и выпускалась до 1993 года, в том числе и на экспорт во многие страны мира. Другие среднетоннажные грузовые автомобили Hino включали модели KL и KT, известные своим качеством, надежностью, долговечностью и уровнем послепродажного обслуживания, а их модельный ряд и количество стран, куда они

поставлялись на экспорт, росли с годами. Затем, в 2002 году Hino представила серию HINO 500, ставшую результатом эволюции предыдущих моделей. Сегодня HINO 500 можно увидеть на дорогах многих стран мира. Мы спросили г-на Хосокаву о характеристиках HINO 500. «Помимо двигателя, конструкция которого отличается низким расходом топлива и уровнем выбросов в атмосферу, мы повысили надежность каждой детали. Мы также сделали продажи, обслуживание и поставки неотъемлемой частью нашей продукции и продолжаем улучшать эти аспекты деятельности ежедневно. Можно сказать, что это одно из наших отличий. Большим шагом вперед в разработке стало открытие должности старшего инженера по грузовикам на внешних рынках».

Он отмечает, что в Hino есть инженер по грузовым автомобилям, поставляемым на экспорт, помимо главного инженера по моделям для внутреннего рынка, но что именно это значит? Г-н Хосокава продолжает: «Чтобы реагировать на очень широкий спектр требований и пожеланий клиентов за пределами Японии, нам потребовалось дорабатывать



KM300 — первая модель, специально разработанная на экспорт



Модель KM300 производилась и продавалась до 1993 года



# HIKO 500 Серия FM



Модель KL производилась и продавалась до 1989 года

и оптимизировать продукцию для каждого конкретного рынка, а для этого пришлось изменять организацию». Наша цель — предлагать грузовики, адаптированные для каждой страны на основании тщательного исследования и анализа. Идея автомобилей, лучше адаптированных к региональным требованиям, получила развитие в 2004 году, когда мы внедрили корпоративную стратегию «От HINO в Японии — к HINO мира». Помимо серии HINO 700, которая была полностью переработана в тот год, экспортные модели Hino продолжили свое развитие в соответствии с требованиями региональных рынков. «Например, для HINO 500 предлагаются пять двигателей, и мы выбирали наилучший, который отвечает конкретным потребностям разных регионов. Помимо двигателей, мы предлагаем целый ряд коробок передач, исполнений шасси и подвески, кабин, таким образом стремясь создать оптимальный грузовой автомобиль для клиентов». Г-н Хосокава добавляет, что в результате этих усилий полная масса грузовых автомобилей этой серии в разных исполнениях варьируется от 10 до 26 тонн, предлагается широкий спектр моделей. «Многие модели изменились в ответ на потребности наших клиентов». Хороший пример — грузовик серии HINO 500 с двигателем на СПГ, который был разработан в компании недавно. Модель была запущена в производство в 2009 году, и сегодня ее используют многие клиенты в Таиланде. В 2010 году мы представили модель с новой 9-ступенчатой коробкой передач, которая была разработана не только для достижения отличных динамических характеристик и экономичности, но и для сохранения эффективности в разных эксплуатационных условиях; эта модель набирает популярность в ряде стран. Девятиступенчатая коробка передач, разработанная для моделей серии HINO 500, прошла ряд полевых испытаний во многих странах мира, призванных повысить ее надежность и долговечность, а недавно она была установлена на новую модель для рынка Японии.



## Каталог Hino KL того времени

«Независимо от того, что необходимо нашим клиентам в разных частях мира, мы верим, что серия HINO 500 и другие грузовые автомобили HINO воплощают ценности бренда HINO в различных аспектах, и мы модифицируем их, чтобы предложить клиентам оптимальное решение». Этими словами г-на Сакаи мы заканчиваем наше интервью.

Все технологии — для создания лучшего HINO для вас.



# Мнение владельцев автомобилей HINO

## HINO – есть причины выбрать.

HINO предлагает не только грузовики. Одна из важнейших целей HINO – создать максимум «причин выбрать» именно свою продукцию или услуги, вне зависимости от того, где они предлагаются, и формировать отношения с клиентами, основанные на доверии. В этом разделе мы представим нашим читателям компаниями, в которых используются грузовики HINO. Мы хотели бы рассказать о том, как грузовики HINO служат клиентам в разных частях мира и узнать, чем обусловлен их выбор.

\*Клиенты представлены в алфавитном порядке по названию страны.

Более подробная информация о владельцах HINO представлена на сайте:  
[http://www.hino-global.com/products/owners\\_voice/index.html](http://www.hino-global.com/products/owners_voice/index.html)



**Бахрейн / компания Al Hassanain BSC  
Абдул Расул,  
Генеральный менеджер по производству**

Al Hassanain Co. BSC – строительная компания с 30-летним опытом работы в сферах агромелиорации, морских изыскательских и инфраструктурных работ. В Бахрейне компания признана подрядчиком класса А+, что который является высшим в категории. «Мы посчитали, грузовики HINO, отличаясь мощным силовым агрегатом, оптимально подходят для наших целей.

Сегодня в парке компании 34 грузовика HINO 700. Их появление помогло сократить продолжительность производственного цикла, так как автомобили могут проводить больше времени под нагрузкой. Высокий уровень послепродажной поддержки гарантирует минимум простоев. Грузовики HINO в Бахрейне являются действительно ценным приобретением компании», – говорит г-н Абдул Расул.



**Чили/Cargo Trader Ltda. PDQ  
Хелия Гарсес Пуэнтес, Президент**

Cargo Trader Ltda. Компания PDQ была основана в 1983 году и специализируется на наземных перевозках сборных грузов, включая документы, почту, посылки и прочие грузы. Хелия Гарсес Пуэнтес, президент компании подчеркивает: «Лозунг нашей компании – понимать потребности клиента и предлагать транспортные услуги с акцентом на оперативности и безопасности. Именно поэтому нам очень важно было найти такой бренд грузовиков, который бы отличался надежностью, ведь наши условия эксплуатации весьма и весьма суровы. HINO – как раз тот бренд, которому мы можем полностью доверять и я уверена, что, благодаря использованию этих отличных автомобилей компания продолжит расти».



## **Расскажите всему миру, что вы думаете.**

Предлагаем владельцам HINO рассказать о себе на страницах раздела «Мнение владельцев автомобилей HINO»! Расскажите всем любителям HINO во всем мире о том, что вы думаете о продукции HINO. Получите подробную информацию в местном представительстве HINO.



### **Новая Зеландия / Garrity Bros 1990 Ltd. Иен Гаррити и Род Гаррити, Президенты**

Основанная в 1893 году, компания Garrity Bros 1990 Ltd. уже более века занимается перевозкой скота, травяного и кукурузного соломы, соломы и минеральных удобрений.

Компания приобрела первый грузовик HINO в 1974 году. Иен и Род Гаррити — партнеры по бизнесу. Сегодня в компании 5 автомобилей серии HINO 700 и 3 автомобиля HINO 500. Род отмечает, что доволен грузовиками HINO из-за «низких эксплуатационных расходов, хорошего качества, надежности и долговечности. Местный дистрибутор HINO также предлагает хорошее обслуживание. Поставщик запчастей связывается с нами на регулярной основе, а оригинальные детали мы получаем без задержек». А вот рассказ Иена: «Hino стал для меня местом свиданий с женой. В пятницу она приезжала ко мне на автобусе из Норт-Палмерстона, а в воскресенье возвращалась со мной в Фейлдинг».



### **Тайвань, President Logistics International Corp. Хсиен-Шоу Пэнг, Президент**

President Logistics International — одна из крупнейших логистических компаний Тайваня, которая предоставляет логистические услуги Seven-Eleven. Г-н Хсиен-Шоу Пэнг отмечает: «Мы стремимся предоставлять лучшие логистические услуги, следуя политике, которая ставит безопасность и качество сервиса на первое место». Около 1000 грузовиков компании обслуживаются дилером Hino (Chang Yuan Motor Co., Ltd.). «Благодаря сервисной сети Hino наши грузовики могут обслуживаться в любое время и в любом месте; именно поэтому мы гарантируем безопасность водителей и удовлетворение требований клиентов. Я уверен, что решение об установлении долгосрочных отношений с Hino было правильным».





Г-н Марвин Эспина (справа) из компании Motores Hino de Guatemala, S.A.  
Г-н Хосе Антонио Гомес (слева) из компании Hino Motores de Venezuela, C.A.

Г-н Хироми Ватанабе на фоне «Клиентского технического центра»

## Сервис HINO — лицом к клиенту

**Мы не просто обучаем методам и даем навыки, но способствуем тому, чтобы эти методы и навыки всегда были задействованы.**

Хироми Ватанабе, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР КЛИЕНТСКОГО ТЕХНИЧЕСКОГО ЦЕНТРА

В Японии у HINO есть специальный «клиентский технический центр». Он открылся в июне 2005 года на заводе в Хамуре. На его базе водителям предлагаются бесплатные семинары по экономичному и безопасному вождению, а также возможности протестировать последние технологии Hino,

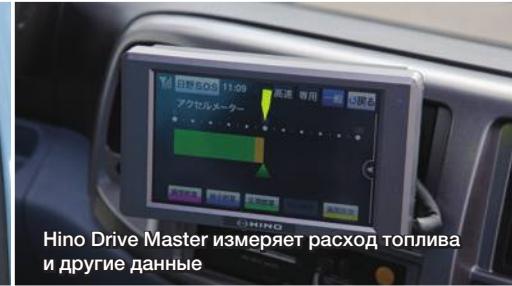
включая новые автомобили с пониженным уровнем вредных выхлопов. Центр включает здание для проведения семинаров, демонстрационную зону для семинаров по безопасному вождению и круговую трассу, которая используется для тест-драйвов и семинаров по экономичному вождению. В центре



Учебный корпус, где расположена экспозиция двигателей Hino и прочие экспонаты



В учебном корпусе также проводятся семинары



представлена экспозиция лучших двигателей Hino, систем ограничения выхлопов и гибридных деталей, а также тренажеры, на которых посетители могут испытать системы безопасности, используемые в автомобилях Hino.

«Мы предлагали такие семинары и возможности тест-драйва нашим клиентам еще до того, как открылся этот центр. Однако с его открытием Hino стала первой японской компанией-производителем, которая предложила такие услуги эксклюзивно для своих клиентов, при этом в центре работает специализированный персонал», — говорит г-н Ватанабе, который руководит центром последние 3 года.

Г-н Ватанабе также сам читает лекции клиентам, являясь одним из 13 преподавателей центра. «К октябрю 2010 года, спустя пять с половиной лет после открытия, семинары в центре посетили примерно 28 000 клиентов из около 1500 компаний. Хотя большинство участников — сотрудники транспортных компаний, к нам приезжали и из государственных организаций и университетов, для того, чтобы обсудить роль автотранспорта в безопасности и охране окружающей среды». Среди посетителей центра также бывали клиенты со всего мира, равно как и дилеры Hino, и дистрибуторы, которые изучают возможности проведения аналогичных семинаров и обучения инструкторов в своих странах.

Когда новостная группа HINO Cares посетила центр для того, чтобы сделать несколько фотографий его территории, нам удалось встретиться с его гостями, дистрибуторами из Гватемалы и Венесуэлы, которые участвовали в семинаре по экономичному вождению. После семинара г-н Марвин Эспина из компании Motores Hino de Guatemala отметил: «То, что я сегодня узнал на семинаре, я бы очень хотел рассказать по возвращении». Г-н Хосе Антонио Гомес из Hino Motors de Venezuela, С.А. добавил: «Я рад, что мне удалось принять участие в семинаре. Думаю, что экономичное вождение важно как с точки зрения снижения расхода топлива, так и влияния на окружающую среду. Я обязательно буду передавать полученные здесь знания». Г-н Ватанабе отмечает: «Мы рады видеть гостей из всех стран мира, всех, кто заинтересован в участии в семинарах или тест-драйвах наших автомобилей. Главная наша заслуга — вклад в бизнес наших клиентов, благодаря которому они могут сократить транспортные расходы за счет экономичного вождения, навыков безопасного вождения, а также получая знания о новых продуктах». Помимо предлагаемых услуг, центр, совместно с дилерами в Японии проводит выездные обучения в разных регионах страны. «Мы хотели бы делать это и в других странах, если будут запросы. Несколько лет назад GAC Hino Motors в Китае предложила нам провести семинары по эффективному вождению, и мы отправились туда для обучения их инструкторов. Развитие центра подразумевает реорганизацию, которая позволит гибко реагировать на запросы на такие семинары из других регионов мира». Расскажем поподробнее об этих семинарах. На семинарах по экономическому вождению участникам сперва предлагается проехать по кольцевой трассе так, как они

делают это обычно. Грузовик оборудован системой Hino Drive Master, которая собирает информацию о расходе топлива, скорости автомобиля, движении педали газа и оборотах двигателя. Затем проводится семинар об экономичном вождении, после которого участники повторяют заезд, применяя полученные знания. «Взглянув на расход топлива до семинара и после, мы видим, что оно сокращается в среднем на 20% (судя по проведенным семинарам)», — говорит г-н Ватанабе. Говоря о семинарах по безопасному вождению, мы предварительно собираем информацию о примерах ДТП, в которых наши клиенты участвовали в прошлом, чтобы создать аналогичные условия. Затем участники получают навыки вождения на трассе и участвуют в семинарах, чтобы сформировать сознательное отношение к безопасности и вникнуть в тонкости психологии водителя. Мы также проводим семинары, в рамках которых объясняем подход к ежедневному осмотру транспортных средств, что является одним из важных факторов безопасного вождения. «Пока за рулем автомобиля находится человек, полностью исключить риск ДТП невозможно. Однако мы можем снизить риск ДТП за счет формирования соответствующего образа мышления у водителя. В центре мы уделяем максимум внимания обучению создания водителями грузовиков, например, формированию правильного подхода к маневрированию, что позволит им обезжать препятствие в 100 случаях из 100, а также чувствовать потенциально опасные ситуации.

Семинары по экономии топлива и безопасному вождению не ограничиваются только передачей методик и знаний. Скорее, цель семинаров — помочь водителям в формировании такого отношения, которое позволит практически реализовывать эти методики и знания на ежедневной основе. Именно такой подход подчеркивает специфику работы Hino с клиентами, на их благо.

**Это HINO... здесь мы повышаем качество обслуживания непрерывно!**



# Процесс обслуживания клиентов

## Наша цель неизменна: предоставлять услуги, отвечающие требованиям клиентов

Г-н Янь Юшень

ОТДЕЛ ОБСЛУЖИВАНИЯ, СЕРВИСНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ GAC HINO MOTORS CO., LTD.

Чтобы снизить расход топлива, водителям достаточно следовать некоторым простым правилам, а экономия топлива, в свою очередь, может помочь в сокращении выбросов CO<sub>2</sub>. По этой причине, усилия, которые наши клиенты прилагают к сокращению расходов топлива каждым эксплуатируемым автомобилем, имеют огромное значение не только с точки зрения экономии, но и с точки зрения экологии. Именно поэтому HINO рекомендует клиентам придерживаться техники экономичного вождения.

Мы рады, что за последние годы клиенты стали проявлять все больший интерес к экономичному вождению. Чтобы повысить качество обслуживания таких клиентов, мы стараемся создать условия, которые позволят освоить навыки экономичного вождения в максимальном количестве компаний. Одним из примеров, отражающих наши устремления в этой области, является Китай. Новостная группа HINO Cares посетила город Гуанчжоу в Китае, чтобы рассказать об этом примере читателям.

Г-н Янь Юшень, представитель отдела обслуживания GAC Hino отмечает: «Один из принципов HINO заключается в "постоянном создании услуг, отвечающим требованиям клиентов и осознании необходимости постоянного развития" на основании философии "Клиент — на первом месте". Именно по этой причине семинары по топливной эффективности являются ценной услугой, так как они приносят клиентам реальную выгоду в форме снижения затрат на горючее и делают вклад в снижение объема выбросов в мире, где эти выбросы приводят к быстрым изменениям климата и негативному влиянию на экологию». Компания впервые начала организовывать семинары по топливной эффективности при вождении в октябре 2009 года. «Семинары включают теоретическое занятие (3 часа) и практику (8 часов). Темы семинаров посвящены 1) экологии и глобальному потеплению, 2) основным моментам экономичного вождения с учетом модели грузовика, его технических характеристик, обслуживания, ремонта и управления стоимостью топлива, 3) обучению навыкам экономичного вождения, 4) обзору навыков экономичного

вождения и 5) практическим примерам экономичного вождения. На сегодняшний день в семинарах приняли участие 527 человек». Г-н Янь говорит, что все клиенты, принимавшие участие в семинарах, подчеркивают важность полученной информации. «Самый запоминающийся семинар мы провели в Хунане. До него расход топлива у клиента был на уровне 46 л/100 км. После он сократился до 41 л. С учетом стоимости топлива в Китае на тот момент, на каждые 100 км экономия составила 4,53 доллара. Все клиенты на семинаре были удивлены результатами».

Нам удалось пообщаться с одним из клиентов GAC Hino, компанией Sankyu Guangzhou Logistics, принимавшей участие в семинаре. Основанная в 1996 году, компания занимается сдачей в аренду складских площадей, внутренними перевозками, авиаперевозками и морскими перевозками в Гуанчжоу; сегодня в компании 12 грузовиков HINO. Г-н Чжи Чжихин, руководитель отдела перевозок департамента внутренней логистики, отмечает: «Наше участие в семинаре было обусловлено необходимостью снижения расхода топлива и издержек, и мы увидели отличные результаты. Мы провели тест одного из наших грузовиков на трехкилометровой дистанции. До семинара расход топлива составил 2,28 л, а после — 1,73 л. С учетом стоимости топлива 0,91 долл. за литр, мы экономим 0,5 долл. каждые 3 км. Эффект от применения техник экономичного вождения ощущается после каждого семинара. Не стоит и говорить, что GAC Hino, стремясь обеспечить выгоду клиентам, не ограничивается семинарами по экономичному вождению. «Наша цель неизменна: предоставлять услуги, отвечающие требованиям клиентов В учебном центре GAC Hino мы проводим целый спектр семинаров, основанных на потребностях клиентов, например, улучшение навыков послепродажного обслуживания сотрудников или семинары по безопасности вождения. Знания об особенностях эксплуатации и обслуживания грузовиков позволят сократить количество поломок вследствие неправильного использования, расходов на ТО и простоев. Все эти факторы помогают улучшить экономическую эффективность работы клиентов, — подчеркивает г-н Янь. — Мы делаем все,





Семинары по экономичному вождению начались в полном объеме в октябре 2009 года



что в наших силах, чтобы улучшить собственные навыки и предоставить лучшие услуги, благодаря которым наши клиенты смогут быть уверенными при покупке грузовиков HINO и их использовании».

\* Обменный курс на 6 января 2011 года.

Мы стремимся продемонстрировать, что HINO всегда готова помочь.



Sankyu Guangzhou Logistics Co., Ltd.

Г-н Жоу Тао (справа), директор отдела перевозок Sankyu Guangzhou Logistics Co., Ltd., и один из водителей компании



# Техническое обслуживание

## Проверка шин



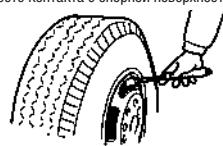
В этой колонке мы делимся информацией, которой читатели смогут начать пользоваться уже сегодня, включая советы по осмотру автомобиля и рассказ о важности технического обслуживания. В предыдущем выпуске мы уже рассказывали о необходимости ежедневных проверок. Сегодня мы уделим внимание ежедневной проверке шин.

При движении автомобиля шины испытывают очень высокие нагрузки, поэтому необходима их тщательная ежедневная проверка. Износ шин ведет к ухудшению сцепления с дорогой, что, если не принять меры, существенно увеличит тормозной путь и ухудшит управляемость. На влажной дороге возникнет эффект аквапланирования, когда шина как бы парит на водной пленкой, делая автомобиль неуправляемым. Излишне говорить, насколько это опасно. Кроме того, несоблюдение рекомендованного давления воздуха в шинах ведет к их преждевременному и неравномерному износу, а также повреждениям вплоть до взрыва. Эксплуатация автомобиля с поврежденным шинами, с иностранными предметами в них, трещинами на боковых поверхностях шин или протекторе может, в худшем случае, привести к тому, что шина взорвается при движении. Если давление в шинах отличается от необходимого, это не только влияет на безопасность движения, но и негативно сказывается на расходе топлива. Давление в шине самопроизвольно снижается примерно на 0,7 кг/см<sup>2</sup> в месяц. Собственные исследования Hino показывают, что падение давления в шине на 10% повышает расход топлива примерно на 4%, а на 30% — повышает расход топлива уже на 12%. Поэтому следует ежедневно проводить проверку шин, помня о безопасности и экономии топлива. Важно учитывать следующие моменты: (1) Проверяйте рисунок протектора шины, чтобы убедиться в том, что его остаточная высота не менее допустимой. Если износ шины достиг предельно допустимого, шину необходимо заменить. (2) Проверяйте давление в шине. Оно должно быть не выше и не ниже номинального. (3) Проверяйте наличие неравномерного

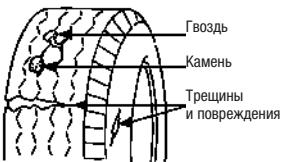
или чрезмерного износа шины. (4) Проверяйте наличие крупных трещин или повреждений шины, таких объектов в ней, как гвозди или камни, а также трещин на боковой поверхности шины и ее протекторе. (5) Убедитесь в том, что колесные гайки затянуты с требуемым усилием. В этой проверке нет ничего сложного. Ее ежедневное выполнение позволит гарантировать безопасность движения и топливную экономичность ваших автомобилей.

В следующем выпуске мы поговорим о важности проверки тормозной системы.

**Давление воздуха**  
Регулярно проверяйте давление в шинах измерительным инструментом. Перед каждым выездом выполните визуальную проверку (степень деформации шины в месте контакта с опорной поверхностью).

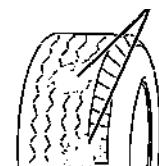


Трещины, повреждения и иностранные материалы

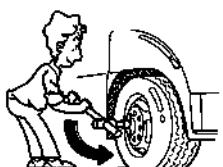


Глубина рисунка протектора и неравномерный износ

Чрезмерный износ



Степень затяжки колесных гаек



**Hino Motors, Ltd.**

Адрес: 3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan (Япония)  
Международный сайт: <http://www.hino-global.com>