

HIINO

Глобальный бренд для всех клиентов

Cares

75
лет

С 1942 года



Г-н Симо, президент компании, рассказал, как она будет развиваться

В рамках празднования 75-летия компании Hino ее президент Ёсио Симо (Yoshio Shimo) представляет программу дальнейшего развития. Планируется, что компания Hino и в будущем останется брендом, в полной мере удовлетворяющим потребности клиентов.





Мы бросаем вызов самим себе, чтобы всегда предлагать продукцию повышенной ценности

Ёсио Симо

Президент, исполнительный директор
и член совета директоров
компании Hino Motors, Ltd.



В 2017 году компания Hino отметила свое 75-летие. За три четверти века деятельность компании распространялась на 87 стран и регионов. На своем домашнем рынке вот уже 44 года компания сохраняет за собой крупнейшую долю сегмента средних и тяжелых грузовиков. «Компания Hino сегодня — это результат упорной работы и энтузиазма наших предшественников, а также всех людей, вовлеченных в нашу деятельность. Гордо и уверенно глядя вперед, мы продолжаем придерживаться принципов бренда Hino и сделаем все возможное, чтобы повысить его ценность перед тем, как передать следующему поколению», — отметил Ёсио Симо, который стал президентом компании Hino в 2017 году. Г-н Симо начал работу в компании в 1981 году с должности инженера в отделе разработки автобусов, а затем стал руководителем проекта NAPS (капотный грузовик). По мере продвижения по карьерной лестнице он примерял на себя должности старшего вице-президента по сбыту подразделения Hino Motors в США, генерального директора подразделения по планированию зарубежной деятельности компании и генерального директора североамериканского подразделения. В 2011 году г-н Симо стал членом совета директоров, в 2012 году — управляющим директором, а в 2015 году — старшим управляющим директором. В течение года перед назначением на должность президента он работал в компании Toyota Motor Corporation, где был управляющим директором, отвечающим за корпоративную стратегию. Стоит отметить, что он стал первым «домашним» президентом компании Hino с тех пор, как она вошла в концерн Toyota в 2001 году, то есть прошел снизу вверх все ступени карьерной лестницы.

В честь 75-летия компании Hino и в качестве мотивации на пути к вековому юбилею г-н Симо представил новый слоган: «Грузовики и автобусы могут больше». Он пообщался с сотрудниками журнала HINO Cares, чтобы раскрыть значение этого девиза: «Грузовики и автобусы помогают удовлетворить потребности общества, и в то же время их деятельность должна гармонично вписываться в нашу жизнь. Нам, сотрудникам компании Hino, крайне важно очередной раз подчеркнуть это, а затем воплотить в реальность. Наши грузовики и автобусы, которые являются активами, обеспечивающими производительность, а также эффективным и ценным инструментом, должны работать безотказно в течение всего срока службы. Поэтому нам необходимо производить безопасные и надежные транспортные средства. Мы должны использовать современные технологии для уменьшения массы транспортных средств и повышения их грузоподъемности. Мы должны повышать экономичность автомобилей за счет снижения расхода топлива и увеличения времени безотказной работы, в том числе благодаря профилактическому техническому обслуживанию и быстрому выполнению ремонтных работ. Но это еще не все. Сотрудникам компании Hino необходимо взглянуть на новый слоган «Грузовики и автобусы могут больше» с точки зрения наших клиентов, а затем реализовать их пожелания на практике.

Первостепенной задачей компании Hino является развитие сложившегося подхода всеобъемлющей поддержки в принципе всеобъемлющей поддержки, адаптированной под каждый конкретный автомобиль. Сейчас во всем мире эксплуатируется примерно 1,6 миллиона транспортных средств Hino, различаются лишь места и условия эксплуатации. Каждый из них должен обслуживаться оптимально, полно и в соответствии с особенностями применения. Другими словами, если в мире трудится 1,6 миллиона наших транспортных средств, то мы должны предлагать 1,6 миллиона вариантов всеобъемлющей поддержки. Только такой и может быть совершенная всеобъемлющая поддержка. Стремясь сделать все возможное, чтобы наилучшим образом обслуживать автомобили наших клиентов, мы помогаем им в бизнесе. Благодаря этому наша компания закладывает прочную основу в дело перевозки людей и грузов, то есть вносит обширный и весомый вклад в развитие общества. Вот почему мы должны не только производить высококачественную продукцию и предлагать всеобъемлющую поддержку, гарантирующую максимальное время производительной работы автомобилей. Необходимо использовать все возможности подключенного мира для улучшения обслуживания клиентов в частности и всего общества в целом».

Далее г-н Симо обратил внимание на несколько моментов, которые необходимо помнить, продвигая новые способы обслуживания клиентов и общества:



Новый слоган

«Грузовики и автобусы могут больше»

«Продолжая развивать идею всеобъемлющей поддержки, мы не должны забывать, насколько важную роль играют особенности, характерные для различных стран и регионов. В дополнение к применяемому нами подходу создания оптимальных продуктов для конкретного рынка мы продвигаем идею оптимальной всеобъемлющей поддержки. В нее закладывается соответствие различающимся требованиям клиентов из различных стран и разным условиям эксплуатации транспортных средств. Для реализации такого подхода крайне важно поощрять сотрудников компании Hino к развитию и совершенствованию». Г-н Симо полагает, что основой компании Hino и ее движущей силой являются именно работники, поэтому так важно развивать бесценный человеческий ресурс. «Ключевой вопрос заключается в том, как наладить прочные взаимоотношения с клиентами. Сегодня ответить на него пытаются не только производители коммерческих транспортных средств, но и различные компании по всему миру. При этом нужно быть осторожным, чтобы не увериться в своей непогрешимости и правоте. Мы должны скрупулезно подходить к работе и не забывать учиться, чтобы заранее определять и применять то, что может потребоваться нашим клиентам. Я хочу, чтобы сотрудники компании могли выйти за рамки стандартного мышления, решали новые задачи, применяя инновации, и быстро реагировали на изменения в мире. Нашей компании нужно наладить систему поиска сотрудников, которые умеют ставить и решать задачи, а не просто работать так, чтобы избегать неудач».

Г-н Симо придает большое значение отсутствию страха перед поставленными задачами. Причина проста: он полагает, что именно такой подход позволит бренду и дальше предлагать клиентам и обществу именно те ценности, в которых они нуждаются. «Мир уже соединен сетями, и эта тенденция сохранится в будущем. В этом кроется как повышенное удобство, так и новые сложности. Нам предстоит смело браться за решение задач, чтобы предлагать клиентам то, что они хотят, и то, что им нужно. Вероятно, при этом нам потребуется выйти за пределы того, что необходимо для создания просто качественной продукции. В итоге, это может подтолкнуть нас думать иначе, чем мы думали в прошлом. Но одно останется неизменным: наше стремление заботиться о клиентах и быть для них лучшим деловым партнером, для чего мы будем обслуживать транспортные средства Hino и поддерживать их предприятия, а также способствовать совершенствованию мира». В новом видении будущего компании Hino, сформулированном г-ном Симо, четко прослеживается установка на удовлетворение требований клиентов в первую очередь и сосредоточенность на пути, который компания прокладывает в будущее.

Новое направление развития компании Hino





Отличные продукты



Всеобъемлющая поддержка



Традиционные области с особым вниманием к транспортным средствам



Всеобъемлющая поддержка, адаптированная под каждый автомобиль



Calinog Bus Line (CBL) /

Г-н Квирино Селесте-мл. (Quirino Celeste Jr.), председатель совета директоров

Г-жа Мария Роза Селесте (Maria Rose Celeste), президент



Мы очарованы превосходными эксплуатационными показателями автобусов Hino.

Calinog Bus Line (CBL) — автотранспортная компания, которая перевозит пассажиров между городами Илоило и Калиног на острове Панай. «Компания была основана моими родителями в 1968 году. Начинали с единственного автобуса. Я взял на себя управление предприятием в 1978 году. Теперь наш автопарк включает в себя 32 транспортных средства, в том числе автобусы Hino», — рассказал г-н Селесте. В настоящее время он руководит компанией вместе с женой, которая занимает должность президента. «Я начала заниматься делами компании в 1984 году, после свадьбы, — продолжила г-жа Селесте. Она рассказала о том, что интервал движения автобусов компании составляет 15 минут, что каждый автобус преодолевает путь туда-обратно четыре раза за день и что ежедневный пробег каждого автобуса составляет более 300 км. — Некоторые участки дорог на нашем маршруте имеют плохое покрытие или вообще грунтовые. Поэтому эксплуатационные показатели автобусов играют ключевую роль в нашей деятельности, так как наш доход во многом зависит от затрат на техническое обслуживание». Г-жа Селесте подчеркнула, что их компания нуждается в автобусах, которые способны работать при дальних перевозках без поломок:

«Начало нашему сотрудничеству с компанией Hino было положено в 1979 году, когда мы купили автобус Hino KM. В 1996 году мы приобрели уже три автобуса FC. Отличная топливная экономичность и надежность убедили нас в соответствии этих транспортных средств нашим условиям, а превосходные эксплуатационные показатели просто очаровали. С 2012 года мы начали активнее покупать автобусы Hino, и теперь в нашем парке эксплуатируется 26 автобусов этого бренда», — рассказала г-жа Селесте. Предоставляя услуги в сфере общественного транспорта, компания CBL огромное внимание уделяет безопасности пассажиров и соблюдению графика движения. Г-жа Селесте улыбается, поясняя, что эксплуатационные характеристики автобусов Hino стали залогом 15-минутного интервала в графике компании CBL.

«Кроме этого, транспортные средства Hino требуют минимального технического обслуживания, а заказанные запасные части поступают к нам очень быстро, что ускоряет обслуживание. Все это позволяет нам надеяться, что эксплуатация автобусов Hino приведет к росту наших доходов, — добавила г-жа Селесте. — Тогда мы сможем расширить свою деятельность и приобрести дополнительные автобусы Hino. В конечном итоге, мы поможем большему количеству людей, что и является нашей целью. Наше предприятие помогает детям добираться в школу, следовательно, оно помогает людям получать образование. Именно такая помощь наполняет смыслом нашу работу в компании CBL»

Слово владельцам транспортных ср



Inland Corporation /

Г-жа Мария Тереза Р. Антонио (Maria Teresa R. Antonio), президент

Мы очень довольны продукцией Hino.

Компания Inland Corporation была основана в 1976 году отцом г-жи Антонио. Она специализировалась на таможенных посреднических услугах. В то время автопарк компании состоял из нескольких подержанных грузовых автомобилей Hino, приобретенных в Японии. Тогда г-жа Антонио еще ходила в школу, но время от времени помогала отцу в делах. По ее словам, в тот момент она и начала постигать все тонкости логистической деятельности. Со временем предприятие выросло в полноценную логистическую компанию, предлагающую широкий спектр услуг, от транспортировки и складирования до хранения при контролируемых температурных условиях. Кроме того, компания распространила свою деятельность на всю страну — появились представительства в Маниле, Себу и Лагуне.

«У нас были транспортные средства и других марок, но по мере усиления конкуренции пришлось искать новые и более надежные автомобили, которые бы редко ломались и требовали минимального технического обслуживания. Именно так мы пришли к продукции компании Hino. Нам необходима была надежность и превосходные показатели японской продукции, а также сотрудничество





с компанией, которая будет развиваться вместе с нами и будет стремиться помогать нам, предлагая другие способы транспортировки нашим клиентам. Компания Hino соответствовала этим требованиям», — отметила г-жа Антонио.

На сегодняшний день в парке компании Inland Corporation имеется около 30 транспортных средств Hino. Планируется постепенно и регулярно пополнять парк грузовыми автомобилями этого бренда, включая грузовики-рефрижераторы, грузовики-морозильники и малотоннажные грузовики для поддержки электронного бизнеса. «В течение трех лет мы собираемся обновить наш парк, и он будет состоять только из грузовиков Hino. В нашей ежедневной работе наибольшее значение имеет уверенность. Компания Hino вселяет ее в нас. Каждый день наши грузовые автомобили Hino преодолевают по 150 километров. Они весьма экономичны, к тому же, не ломаются. Мы более чем довольны эксплуатационными свойствами наших грузовиков Hino», — продолжила г-жа Антонио.

Свой успех компания обращает на пользу обществу. Она построила школу для детей, живущих в бедном районе Тондо города Манилы, где базируется компания. Г-жа Антонио с удовольствием рассказала о социальных мероприятиях компании:

«По субботам мы кормим от 500 до 600 детей. Кроме того, нескольких детей мы полностью обеспечиваем питанием, медицинскими и образовательными услугами. Надеемся, что в будущем мы сможем расширить деятельность в этом направлении. Может быть, даже организуем колледж».

Omnico Consortium, Inc. /

Г-н Джозеф Л. Чуа (Joseph L. Chua), президент

Мы полностью удовлетворены 20 годами сотрудничества с компанией Hino



Компания Omnicco Consortium, Inc., основанная в 1997 году, производит готовые бетонные смеси. В течение двух лет компания занималась эксклюзивной поставкой бетона для строительства шоссе Metro Manila Skyway в Маниле, а затем взяла несколько дополнительных крупных заказов, включая поставку основной части бетона для реализации крупных инфраструктурных проектов, таких как введение второго и третьего терминалов международного аэропорта Manila Ninoy Aquino,

строительство крупных магистралей и высотных зданий в центре и окрестностях Манилы.

«В момент основания компании из 70 грузовиков только 15 были марки Hino; тогда я купил подержанные на Тайване. Затем мы стали там же каждый год приобретать по 2-3 бывших в употреблении грузовика Hino. В 2017 году мы впервые приобрели новые грузовики: это были 60 новых бетоносмесителей на базе модели FS, — вспоминает г-н Чуа. — Грузовик, которому каждый день приходится совершать 4 рейса с местом назначения в радиусе 25 километров от бетоносмесительного завода, должен быть надежным, экономичным и долговечным. В 2000 году мы участвовали в строительстве водоочистительного завода. Строительная площадка располагалась очень далеко, а подъездная дорога к ней была в очень плохом состоянии. Проект получился невероятно сложным. Грузовые автомобили большинства других поставщиков ломались и не могли доставить бетон на стройку, а мне удалось поставлять его вплоть до завершения строительства, и все благодаря надежности и мощности грузовиков Hino».

Именно эти эксплуатационные характеристики и прочие невероятные качества сделали г-на Чуа ярым поклонником автомобилей бренда Hino. «На сегодняшний день у нас имеется 160 грузовых автомобилей Hino, а это 80 % парка. Транспортные средства Hino отличаются невероятной долговечностью, мощными двигателями и поразительной надежностью. Это причины, по которым я решился составить весь свой парк из транспортных средств одного бренда — Hino. Выбор пал на него, потому что я решил подойти к наполнению парка транспортных средств очень тщательно. Я знал грузовые автомобили Hino, а транспортные средства одного бренда облегчают управление парком, например проведение технического обслуживания, хранение запасных частей», — пояснил г-н Чуа.

«В целом, мы довольны продукцией Hino. Обратите внимание, что у нас продолжают работать грузовики Hino, которым уже 20 лет, — добавил г-н Чуа. — Пополнение автопарка новыми грузовыми автомобилями Hino позволяет нам сосредоточиться на основной деятельности и ее развитии, то есть завоевании клиентов и производстве высококачественных продуктов».





Компания Hino предлагает транспортные средства, технические и эксплуатационные характеристики которых наилучшим образом соответствуют нашей деятельности.



Слева: г-н Карлос Артуро Бетанкур, справа: водитель автомобиля Hino.

I.R.C.C. El Corral /

г-н Карлос Артуро Бетанкур (Carlos Arturo Betancourth), руководитель отдела логистики



El Coral — компания, которая управляет сетью из 420 точек быстрого питания и 11 разнообразными пунктами общественного питания в Колумбии, включая рестораны и пивные бары, куда ежедневно нужно доставлять свежие продукты и напитки. «В одной только Боготе, столице Колумбии, точки нашей сети реализуют почти 10 200 гамбургеров ежедневно», — пояснил г-н Карлос Артуро Бетанкур.

Компания El Coral начала приобретать малотоннажные грузовые автомобили Hino в 2016 году.

«Наш выбор в пользу автомобилей Hino определялся тем, что их технические и эксплуатационные характеристики, в том числе задний мост с односкатной ошиновкой и повышенная грузоподъемность, соответствовали нашим условиям. После начала эксплуатации мы открыли для себя и другие преимущества грузовиков Hino. Например, по сравнению с грузовиком другой марки на одном из маршрутов грузовик Hino расходовал почти на 30 % меньше топлива. Кроме того, комфорт в движении и простая управляемость транспортных средств Hino покорили всех наших водителей, которые хотят теперь работать только на грузовиках этой компании. У нас не возникло проблем с техническим обслуживанием, поэтому мы невероятно довольны сотрудничеством с Hino», — подчеркнул г-н Бетанкур.

В ответ на вопрос о потенциале развития компании El Coral г-н Бетанкур улыбнулся: «Мы планируем удвоить масштаб своей деятельности с 2020 до 2022 года, в том числе расширить нашу заграничную сеть ресторанов. Кроме того, мы увеличим количество автомобилей Hino в парке».



Мы и дальше будем активно использовать автомобили Hino для доставки продукции нашим клиентам.

Productos Ramo /

г-н П

Компания Productos Ramo, основанная более 65 лет назад, является одним из крупнейших в Колумбии производителей хлеба, сухих завтраков и печенья. Например, покрытый шоколадом сухой завтрак Chocoramo пользуется невероятным спросом по всей стране с момента начала его производства 40 лет назад. «Мы приобрели в лизинг 550 малотоннажных грузовых автомобилей, чтобы доставлять наши продукты более чем в 280 тысяч магазинов по всей Колумбии».

Поначалу мы отдавали предпочтение другой марке, но попробовав в работе грузовики Hino в 2014 году, поменяли свое мнение. Мы сразу же поняли, что характеристики автомобилей

Благодаря автомобилям Hino среднее время простое наших транспортных средств сократилось.



В центре г-н Родриго Пинзон, рядом с ним водители автомобилей Hino.

Transportes Alianza / Г-н Родриго Пинзон (Rodrigo Pinzón), генеральный директор



Г-н Пабло Андрес Бенавидес с сухим завтраком Chocoramo в руке.

Пабло Андрес Бенавидес (Pablo Andrés Benavides), директор по логистике

«Hino, включая комфорт в движении, превосходили показатели наших прежних автомобилей, — рассказал г-н Пабло Андрес Бенавидес. — Мы убедились в этом и придерживаемся этого мнения до сих пор — бренд Hino великолепен. Более того, мы намерены увеличить количество автомобилей этого бренда в нашем парке».

«Мы наметили строительство нового завода для повышения своих производственных возможностей, а также собираемся в текущем году вывести на рынок новый продукт», — отметил г-н Бенавидес. Все это свидетельствует о том, что развитие компании Productos Ramo приведет к более активному использованию грузовых автомобилей Hino.



Компания Alianza начала работать в 1958 году, имея в своем парке 35 автобусов. На сегодняшний день она может похвастаться 160 междугородними автобусами. Самый длинный маршрут в активе компании тянется от Монтерии до Букамаранги, а это 700 километров в одну сторону. На этом маршруте работают автобусы Hino. Генеральный директор Родриго Пинзон объяснил такой выбор:

«В 2003 году мы сравнили показатели автобусов, производимых в Японии, Европе и Бразилии. Лучшими ходовыми характеристиками обладали автобусы бренда Hino. Мы перевозим людей, поэтому комфорт в движении играет крайне важную роль, а по этому показателю с продукцией Hino сравняться нелегко». Также г-н Пинзон впечатлен другими качествами автобусов Hino: «Компании Hino нет равных, когда дело касается услуг по техническому обслуживанию. В случае необходимости выполнения ремонтных работ компания Hino делает все намного быстрее, чем конкуренты. Другими словами, компания Hino сводит время простоя транспортных средств к минимуму».

В конце интервью мы спросили г-на Пинзона о его планах относительно будущего компании. «Наш бизнес является семейным, и я надеюсь, что однажды мой сын займет мое место. Кроме того, я мечтаю расширить географию нашей деятельности», — ответил он.

Экспорт тяжелых низкопольных шасси автобусов начался с Тайваня

Словосочетание «низкопольный автобус» позволяет легко представить себе транспортное средство такого типа. Однако, рискуя показаться банальными, все же повторимся: под низкопольным автобусом понимается автобус со сверхнизким расположением пола, благодаря чему он становится намного более удобным для входа и выхода, особенно для пожилых людей и людей с ограниченными физическими возможностями. По прогнозам специалистов компании Hino спрос на такие автобусы на всех рынках мира будет расти. Это можно объяснить тем, что общество стремится удовлетворить потребности стареющего населения и решать социальные и экологические проблемы, например сокращать транспортный поток на дорогах.

В 2015 году компания Hino начала экспорттировать тяжелые сверхнизкопольные шасси автобуса HS на Тайвань. «Правительство Тайваня заранее и активно начало продвигать идею внедрения в парк общественного транспорта низкопольных автобусов, которые считаются безбарьерными автобусами с более удобным доступом. В результате от клиентов стали поступать соответствующие



запросы. Они знали продукцию Hino как долговечную и экономичную, а компанию — как надежного партнера, например с точки зрения поставки запасных частей. Поэтому и появился спрос на разработку низкопольного автобуса. Для удовлетворения этого требования в 2013 году специалисты компании Hino приступили к разработке шасси сверхнизкопольного автобуса модели HS для Тайваня. Нам потребовалось два года, чтобы вывести новое шасси на рынок», — рассказал Тору Казама (Toru Kazama), руководитель подразделения по планированию продукции.

Шасси сверхнизкопольного автобуса HS для тайваньского рынка создали на основании принципов философии «оптимальный продукт для конкретного рынка». Другими словами, разрабатываемый продукт должен отвечать требованиям клиентов и особенностям места эксплуатации. «Мы стремимся разрабатывать все автобусы Hino так, чтобы они получались надежными, долговечными и простыми в техническом обслуживании, а также отличались высокой мощностью, превосходными ходовыми качествами, безопасностью



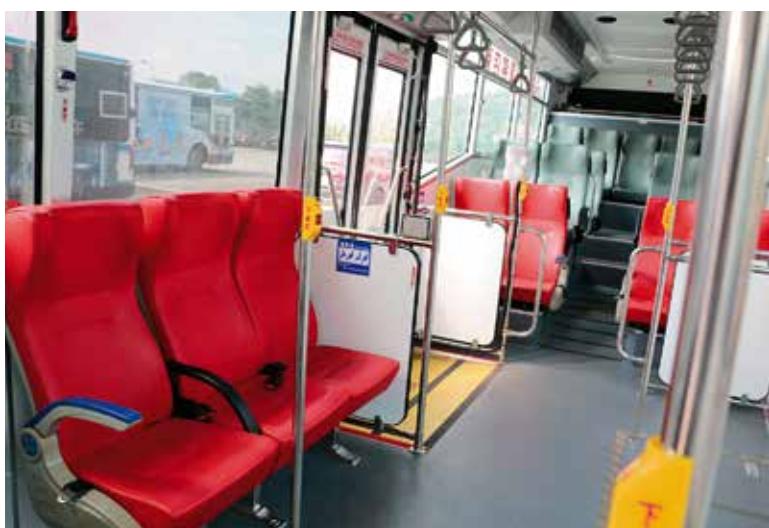
Тору Казама

Руководитель
подразделения по планированию продукции



при торможении и комфорте в движении. На шасси устанавливается двигатель J08E-VD, который прекрасно показал себя на автобусах RK/RN для Тайваня. Силовой агрегат оснастили промежуточным охладителем воздуха и воздушным фильтром, модифицированными для соответствия низкопольной конфигурации. Задний мост сделали изогнутым. В результате появилась возможность расположить воздушные ресиверы и прочие дополнительные узлы вокруг шасси и, как следствие, оставить пол ровным без выступов на всю длину автобуса», — пояснил г-н Казама. В настоящее время шасси Hino HS эксплуатируется на Тайване (надстройку устанавливает местная компания).

«Шасси сверхнизкопольного автобуса Hino HS приняли очень хорошо благодаря усердной работе всех сотрудников компании. К нам поступили заказы на производство большего количества, чем мы изначально планировали. Приятно, когда появляются такие проблемы», — подытожил г-н Казама. Успех нового шасси на Тайване подтолкнул компанию Hino разработать планы по производству и продаже низкопольных автобусов и в других странах мира. Возможно, недалек тот день, когда и вы увидите на ближайшей остановке удобные низкопольные автобусы Hino, облегчающие передвижение людей.



Салон автобуса HS, принадлежащего компании SinDian Bus.

В этом разделе мы рассказываем об опыте тайваньского владельца транспортных средств Hino. Он эксплуатирует автобусы HS, которые отличают технологии, представленные в разделе «Технологии Hino» на предыдущих страницах.

Компания Hino нацелена на удовлетворение требований клиентов.

Компания Taipei Bus была основана в 1954 году в составе концерна Capital Bus Group. В ее зоне обслуживания находятся 89 маршрутов в мегаполисе Тайбэй и 4 маршрута по скоростным шоссе. Автопарк компании состоит на данный момент из 958 транспортных средств. В 2012 году компания Taipei Bus стала первым на Тайване оператором общественного транспорта, прошедшим сертификацию по стандарту ISO 9001. Кроме того, она удостоена 20 наград мэрии города Тайбэй за качество оказываемых услуг.

Председатель совета директоров компании г-н По Вен Ли вспоминает историю сотрудничества с компанией Hino. «К 2009 году компания Taipei Bus приобрела более 3000 автобусов Hino. Наш выбор определялся высоким качеством сборки и выдающейся топливной экономичностью. Но в том же году правительство Тайваня начало придерживаться политики безбарьерного общественного транспорта, и нам пришлось перейти на автобусы китайского и корейского производства, так как в ассортименте компании Hino не было на тот момент низкопольных автобусов».

Он с гордостью рассказывает о взаимоотношениях с компанией Hino. «Когда в 2016 году компания Hino представила свои

низкопольные автобусы, Тайвань первым принял их в эксплуатацию. Мы решили приобрести низкопольную модель HS на основании своего опыта использования продукции Hino в прошлом. На текущий момент в нашем автопарке имеется 82 автобуса HS, еще 61 автобус мы приобретем во второй половине нынешнего года. Мы планируем увеличивать количество низкопольных автобусов, чтобы иметь возможность совершать больше рейсов в будущем».

Мы попросили г-на По Вен Ли дать оценку автобусам HS в частности и бренду Hino в целом, и вот что он сказал: «Специалисты компании Hino тщательно подошли к разработке шасси. Автобус HS отличается максимально возможной площадью пола без ступени, что повышает комфорт для пассажиров. С точки зрения характеристик двигателя модель HS является единственным на Тайване низкопольным автобусом, не оснащенным системой SCR. Все эти особенности значительно снижают наши эксплуатационные затраты. Я уверен, что компания Hino не просто производит высококачественные транспортные средства. Она делает все возможное, чтобы удовлетворить все требования клиентов. Дилеры Hino являются самыми надежными партнерами компании Taipei Bus, так как они предлагают максимально качественное обслуживание. Все это указывает на то, что компания Hino стремится к долгосрочному сотрудничеству со своими клиентами и что в основе этого сотрудничества лежит доверие. Результатом этого сотрудничества обязательно станет повышение удобства пользования общественным транспортом для всех пассажиров».

Taipei Bus Company, Ltd. / Г-н По Вен Ли (Po-wen Lee), председатель совета директоров





SinDian Bus Co., Ltd. /

Г-н Чун-Хсиунг Чанг (Chun-Hsiung Chang), председатель совета директоров
Г-н Тэ Вэй Чоу (Te-Wei Chou), руководитель отдела технического обслуживания

«Я уверен, что наш выбор транспортных средств Hino был правильным».



Г-н Чун Хсиунг Чанг



Г-н Тэ Вэй Чоу

Компания SinDian Bus начала приобретать транспортные средства Hino и предлагать услуги общественных пассажироперевозок в Тайбэе в 1980 году. «В настоящее время 304 наших автобуса работают на 12 маршрутах в Тайбэе, а 37 из них являются низкопольными автобусами Hino HS. До конца года мы приобретем еще 62 таких модели.

Наш парк автобусов на 100 % состоит из транспортных средств Hino», — с гордостью подчеркнул г-н Чанг. Затем он объяснил, чем обоснован выбор бренда Hino.

«Более 20 лет назад мы решили комплектовать свой парк только автобусами Hino из-за их превосходного качества. Я всегда восхищался японским корпоративным управлением, особенно свойственным Японии контролем качества на всех этапах

производства. Транспортные средства Hino доказали свою надежность и долговечность многими годами интенсивной эксплуатации. На мой взгляд, хорошие транспортные средства заслуживают хороших водителей. Мы создали независимый комитет, ответственный за подбор сотрудников, поэтому все наши водители разделяют общие ценности компании. Набор производится на конкурсной основе. Несмотря на общую нехватку водителей в отрасли, на одну вакансию в нашей компании претендует до 50 человек. Благодаря квалификации наших сотрудников и качеству транспортных средств Hino нам удалось снизить эксплуатационные затраты — за счет уменьшения объема работ по техническому обслуживанию, которые, кстати, могут выполняться меньшим количеством механиков. Более того, мы смогли сохранить невероятно высокий коэффициент эксплуатационной готовности транспортных средств».

Г-н Чанг высоко оценивает автобус HS. «Когда в 2009 году правительство начало продвигать идею использования низкопольных автобусов в рамках политики социального благосостояния, я был уверен, что компания Hino не станет затягивать с разработкой такого автобуса. Первый серийный автобус модели HS пополнил наш парк в 2016 году. Пассажирам намного легче входить в автобус Hino HS и выходить из него. В конструкцию его шасси заложена большая площадь пола без ступени по сравнению с продукцией других марок. Эта особенность позволяет нам проявить социальную ответственность, ведь пожилым людям или людям с ограниченными возможностями легче пользоваться нашими автобусами. С точки зрения водителей автобус HS также является более удобным и устойчивым благодаря автоматической коробке передач. Водители очень довольны плавным развитием мощности двигателя, не говоря уже о том, насколько тихо он работает».

Завершая разговор, г-н Чанг вспомнил о своих взаимоотношениях с компанией Hino: «Мы наладили прочные, основанные на доверии отношения с компанией Hotai Motor и ее дилерами. Такое доверие появляется не сразу. Компания Hino оказывает невероятную поддержку на этапе выбора и приобретения автомобилей, а затем предлагает эффективные и высококачественные услуги по обслуживанию.

Я уверен, что выбор транспортных средств Hino — правильный, поэтому мы продолжим эксплуатировать их и в будущем».



75 лет компании Hino Motors

В текущем году компания Hino Motors отмечает свое 75-летие. С момента основания 1 мая 1942 года компания Hino удовлетворяет потребности клиентов и идет в ногу со временем. Приведем несколько ключевых моментов и событий из 75-летней истории компании. Сотрудники компании Hino продолжают работать с энтузиазмом, чтобы предлагать клиентам и обществу именно те ценности, которые им необходимы. Ожидайте великих свершений от компании Hino.

История компании



Основана компания Hino Heavy Industry Co., Ltd.



Представлен грузовик с автобусным прицепом



На рынок выпущен капотный грузовой автомобиль

1940-е годы



Первое место в Японии по объему продаж средних и тяжелых грузовых автомобилей



На рынок выведен первый в мире низкопольный четырехосный грузовик KS300



Выпущены модели ZY и KY



На рынок выведен первый в мире гибридный автобус на базе дизельного двигателя и электродвигателя

1950-е годы

1970-е годы



Впервые продажи за рубежом превышают продажи на рынке Японии

1980-е годы

Совокупный объем продаж грузовых автомобилей и автобусов достигает 3 миллионов единиц



На рынок выведены транспортные средства NAPS, разработанные специально для рынка Северной Америки

1990-е годы



На рынок выведены транспортные средства для горнодобывающей отрасли

2000-е годы

2010 год – н. в.

75
лет

С 1942 года



Технологическое сотрудничество с компанией Renault



Представлены линейки Briska и Contessa



Компания вошла в альянс с Toyota Group

Основаны компании Hino Motor Sales, Ltd. и Hino Motors, Ltd.

1960-е годы



Грузовики компании впервые принимают участие в ралли Дакар



В классе грузовиков с двигателем рабочим объемом до 10 литров на ралли Дакар продукция Hino занимает весь подиум



На национальном рынке начинаются продажи модели DUTRO (HINO300)

Производственный отдел и отдел продаж объединяются в компанию Hino Motors, Ltd.



Совокупный объем продаж гибридных грузовых автомобилей и автобусов достигает 10 тысяч единиц



Восьмая подряд победа в классе грузовых автомобилей с двигателем рабочим объемом до 10 литров на ралли Дакар и финиширование в 26-й гонке подряд



Обновление средних и тяжелых грузовых автомобилей для Японии

Поделитесь с нами ***СВОИМ МНЕНИЕМ***

Мы будем очень благодарны за отзывы, которые позволяют нам улучшить журнал.

Пришлите свой отзыв и получите шанс стать одним из 10 счастливчиков, которым будут вручены модель грузовика или кепка Hino.



Оставьте свое мнение

Примеры подарков

Могут быть изменены без предварительного уведомления. Подарки выбираются редакцией издательства.

Выберите по одному варианту для каждой статьи.

Статья	Ваше мнение	Очень хорошая или очень интересная	Хорошая или интересная	Не хорошая и не плохая	Плохая или неинтересная
Видение Hino					
Слово владельцам (Филиппины)					
Слово владельцам (Колумбия)					
Технологии Hino					
Слово владельцам (Тайвань)					
История Hino					

Отсканируйте или сфотографируйте страницу со своим мнением и отправьте изображение по следующему адресу электронной почты: *marketing@hino.co.jp*

Перед отправкой необходимо убедиться в читаемости файла.

В тексте письма следует указать следующие данные:

1. Фамилия и имя 2. Пол 3. Название компании 4. Должность 5. Страна 6. Адрес компании 7. Телефонный номер компании 8. Отношения с компанией Hino (выберите один из следующих вариантов: a) клиент b) дилер c) дистрибутор d) прочее).

Кроме того, мы будем очень признательны, если вы назовете статью, которая вам больше всего понравилась в этом выпуске, и объясните свой выбор.

Благодарим за сотрудничество.

Просим подавать ответы до 5 января 2018 года.



Hino Motors, Ltd.

3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan (Япония)



Для чтения журналов HINO Cares в режиме онлайн необходимо отсканировать этот QR-код с помощью смартфона или перейти по следующему веб-адресу:

http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/