

Cares



ฮิโนะควรทำอะไรเพื่อให้เป็นแบรนด์ที่จำเป็นสำหรับลูกค้าต่อไป คุณโยชิโอะ ชิโมะ ซึ่งเข้ารับตำแหน่งประธานและประธานเจ้าหน้าที่บริหารฮิโนะตรงกับโอกาสครบรอบ 75 ปีการก่อตั้งฮิโนะ กล่าวอย่างความกระตือรือร้นในประเด็นนี้



ท้าทายต่อไปเพื่อเป็นแบรนด์ ที่ทรงคุณค่ามากยิ่งขึ้น

โยชิโอะ ชิโมะ

ประธานและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร,
สมาคมคณะกรรมการบริหารฮิโน

ปี 2017 นี้ครบรอบ 75 ปีการก่อตั้งฮิโน ตลอดทศวรรษที่ผ่านมา ฮิโนได้ขยายธุรกิจไปทั่วโลกโดยปัจจุบันขยายไปยัง 87 ประเทศและดินแดน ขณะเดียวกันก็ครองส่วนแบ่งอันดับหนึ่งในตลาดรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดใหญ่ในญี่ปุ่นต่อเนื่องเป็นเวลา 44 ปีนับตั้งแต่ปี 1973 “ฮิโนเป็นเช่นทุกวันนี้ได้ก็ด้วยความกระตือรือร้นและความเพียรพยายามของคนรุ่นก่อนรวมถึงการสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน สิ่งที่เราสามารถทำได้คือการรับช่วงแบรนด์ฮิโนด้วยความภาคภูมิใจและความเชื่อมั่น จัดตั้งให้มีคุณค่ามากขึ้นอีก และสืบทอดให้แก่รุ่นต่อไป”

นี่คือคำกล่าวของคุณโยชิโอะ ชิโมะ ประธานและประธานเจ้าหน้าที่บริหารฮิโนซึ่งเข้ารับตำแหน่งตรงกับโอกาสครบรอบ 75 ปีการก่อตั้งฮิโน หลังเข้าทำงานที่ฮิโนเมื่อปี 1981 ประธานชิโมะรับผิดชอบหลายตำแหน่งทั้งวิศวกรดูแลการออกแบบรถโดยสาร ผู้นำโครงการพัฒนา NAPS และอื่น ๆ นอกจากนี้ยังเคยดำรงตำแหน่งทั้งรองประธานฝ่ายขายฮิโนสหรัฐ หัวหน้าฝ่ายวางแผนต่างประเทศ และผู้จัดการฝ่ายธุรกิจอเมริกาเหนือ กระทั่งปี 2011 ได้รับตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหาร, ปี 2012 ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ, ปี 2015 ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ และหนึ่งปีก่อนเข้ารับตำแหน่งประธานและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ก็ได้ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการที่โตโยต้า มอเตอร์ รับผิดชอบยุทธศาสตร์องค์กร อาทิ สายงานพันธมิตร คุณชิโมะยังเป็นประธานบริษัทคนแรกที่ไต่เต้าจากตำแหน่งต่าง ๆ ในฮิโนมาตั้งแต่เริ่มต้นนับตั้งแต่ฮิโนเป็นส่วนหนึ่งของโตโยต้า กรุ๊ปเมื่อปี 2001

ประธานชิโมะได้เสนอวิสัยทัศน์ใหม่ของฮิโนว่า “Trucks and buses that do more” โดยมุ่งมองไปยัง 25 ปีข้างหน้า เมื่อฮิโนฉลองครบรอบก่อตั้ง 100 ปี แนวคิดลักษณะใดกันที่แฝงอยู่ในวลีนี้ “ก่อนอื่นเลย ผมคิดว่าพวกเราฮิโนจะต้องตระหนักอีกครั้งว่ารถโดยสารและรถบรรทุกเป็นสิ่งที่ไม่ได้เพื่อสนับสนุนการค้าเดินชีวิตพร้อมประสานกลมกลืนไปกับสังคม และการขยายสิ่งนี้ไปทั่วโลกก็เป็นที่สำคัญ จำเป็นที่รถโดยสารและรถบรรทุกซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิต จะต้องได้รับการนำไปใช้อย่างไร้ดีจำกัดเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ในลักษณะ “เครื่องมือ” ที่มีประโยชน์และมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้เกิดสิ่งนี้ขึ้น เราต้องไม่หยุดยั้งในการผลิตรถที่ปลอดภัยและไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีที่ให้น้ำหนักของตัวรถเบาซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการรับน้ำหนักได้มากขึ้น ต้องพัฒนาประสิทธิภาพด้านการประหยัดเชื้อเพลิง และต้องเพิ่มเวลาการทำงานของรถให้มากที่สุดผ่านการบำรุงรักษาเพื่อป้องกันและรับมืออย่างรวดเร็วเมื่อรถขัดข้อง ในฐานะทีมฮิโน ผมคิดว่าเราต้องพิจารณาถึงสิ่งที่สามารถทำได้เพื่อ “Trucks and buses that do more” โดยมองจากจุดยืนของลูกค้า ผมอยากสร้างสรรค์สิ่งใหม่มากขึ้นอีกครั้ง”

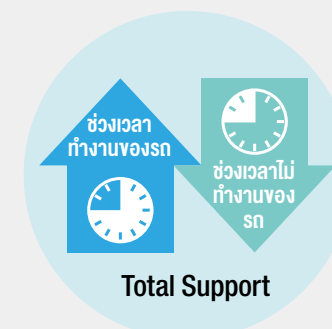
ประธานชิโมะกล่าวว่าสิ่งที่ควรทำอันดับแรกคือการทำให้การสนับสนุนลูกค้าแบบบูรณาการของฮิโน (Hino Total Support) ในปัจจุบัน ลงลึกเป็น “Total Support customized for each vehicle” โดยว่า “ปัจจุบันในปี 2017 มีผลิตภัณฑ์ฮิโนใช้งานอยู่ทั่วโลกประมาณ 1.6 ล้านคัน สภาพของรถแต่ละคันแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวิธีและสภาพแวดล้อมในการใช้งาน ซึ่งก็หมายความว่าควรมี Total Support ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับรถแต่ละคัน กล่าวคือ หากมีรถ 1.6 ล้านคันก็จำเป็นต้องมี Total Support 1.6 ล้านแนวทาง ซึ่งนั่นคือที่สุดของ Total Support อย่างแท้จริง เราสามารถมีส่วนช่วยให้ธุรกิจของลูกค้าดียิ่งขึ้นอีกด้วยการซ่อมบำรุงรถบรรทุกและรถโดยสารแต่ละคันของลูกค้าอย่างเหมาะสมที่สุด ผลลัพธ์คือการเคลื่อนที่ทั้งของผู้คนและสิ่งของจะทำได้ราบรื่นขึ้นและสามารถขยายกว้างออกไปสู่สังคมได้ นี่เป็นเหตุผลที่ทำให้เราไม่ได้อำนาจติดอยู่ในขอบเขตของ Total Support ด้วยการผลิตสินค้าคุณภาพดีและเพิ่มเวลาการทำงานของรถให้มากที่สุด หากแต่ยังท้าทายขอบเขตใหม่ ๆ อย่างกระตือรือร้นเพื่อเชื่อมโยงลูกค้ากับสังคมผ่านทางเครือข่าย”

สโลแกนใหม่

“Trucks and buses that do more”



ผลิตภัณฑที่ดี



Total Support



เชื่อมโยงลูกค้ากับสังคมผ่านเครื่อง่าย

| ขอบเขตเดิมที่เน้นยานยนต์ |

| ขอบเขตใหม่ |

“สำหรับการลงลึกในเรื่อง Total Support นั้น สิ่งที่ไม่ได้คือ การดำเนินงานที่สอดคล้องกับแต่ละประเทศและดินแดน นอกจากจะสร้าง “รถตามข้อกำหนดของพื้นที่” ดังเช่นที่ผ่านมาแล้ว ยังต้องผลิตสินค้าสนับสนุน “Total Support ตามข้อกำหนดของพื้นที่” ให้มากยิ่งขึ้นโดยพิจารณาอย่างรอบด้านถึงวิถีชีวิตที่แตกต่างกันของลูกค้าในแต่ละประเทศ และดินแดนรวมถึงวิธีการใช้งานรถแต่ละคัน และเพื่อที่จะทำให้สิ่งนี้เป็นจริงขึ้นได้ การผลิตสินค้าให้มีการสร้างบุคลากรและทีมที่จะช่วยสนับสนุนเรื่องเหล่านี้จึงมีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด” ประธานชิโมะเชื่อว่า “บุคลากร” คือพลังของแบรนด์ชิโมะเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมด และได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องการปลูกฝังอบรมบุคลากรของชิโมะในอนาคตว่าดังนี้ “จะสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร ความพยายามนี้ไม่ได้จำกัดแค่ผู้ผลิตรถเพื่อการพาณิชย์ หลายบริษัทที่กำลังผลิตกันอยู่ ผมคิดว่าการเรียนรู้จากบริษัทอื่นด้วยความถ่อมตน และการนำทัศนคติที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามาใช้อย่างกระตือรือร้นโดยไม่คิดว่าสิ่งที่ดีไม่ทำง่ายที่สุดเป็นเรื่องสำคัญมาก และเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายนี้ จำเป็นต้องการอบรมปลูกฝังบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ และสามารถทำงานด้วยสัมผัสแห่งความเร็วในการรับมือการเปลี่ยนแปลงของเวลาโดยไม่ยึดติดกับกรอบเดิมและในฐานะบริษัท เราจะต้องปรับระบบที่ช่วยประเมินสิ่งที่จะทำต่อไปมากกว่าประเมินสิ่งที่จะไม่ผิดพลาด”

แนวคิดที่ว่า “ก้าวต่อไป” ที่ประธานชิโมะเน้นย้ำผ่านนโยบายที่กำหนดเป็นปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้เพื่อให้ชิโมะเป็นแบรนด์ที่สามารถนำเสนอคุณค่าที่ถึงลูกค้ารวมถึงสังคมปรารถนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป “ท่ามกลางสังคมที่พัฒนาไปเรื่อย ๆ ผ่านเครื่อง่าย เกิดความสะดวกสบายและความท้าทายใหม่ ๆ เราต้องรับมือกับความท้าทายนี้อย่างกล้าหาญและตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ สิ่งนี้อาจไม่ใช่แค่การผลิตสินค้า สิ่งที่ต้องทำอาจต่างไปจากวิธีคิดที่เดิมาแล้ว แต่พวกเราชาวชิโมะยังคงมุ่งมั่นมองลูกค้าตลอดเวลา ตั้งเป้าเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจอย่างแท้จริง สนับสนุนทั้งยานยนต์และธุรกิจของลูกค้าอย่างจริงจัง และมีส่วนช่วยเหลือสังคมต่อไป” คำกล่าวข้างต้นของประธานชิโมะทำให้รู้สึกได้ถึงวิสัยทัศน์อันแน่วแน่ที่ว่าชิโมะไม่ยึดติดเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งผ่านแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าต้องมาเป็นอันดับหนึ่งเสมอ”

ชิโมะมองเห็นเส้นทางที่ควรมุ่งไป



**Total Support
customized for
each vehicle**

Calinog Bus Line (CBL) /

Mr. Quirino Celeste Jr., ประธานกรรมการ
Ms. Maria Rose Celeste, ประธาน



“เราตั้งใจให้เงินเดือนตัวไม่ขึ้นเพราะ
สมรรถนะที่เหนือชั้น”

Calinog Bus Line (CBL) คือบริษัทรถโดยสารที่ให้บริการขนส่งสาธารณะเส้นทางระหว่างเมืองอีโลอีโลกับเมืองคาลีนีโอกบนเกาะปาโนย์ Mr. Celeste กล่าวว่า “พ่อแม่ผมก่อตั้งบริษัทนี้เมื่อปี 1968 เริ่มจากรถโดยสารเพียงคันเดียว เวลานี้เรามีรถโดยสารรวมรถอีโน้ด้วยทั้งหมด 32 คัน ผมเข้ามาดูแลบริษัทเมื่อปี 1978 ครับ” ด้าน Ms. Celeste ประธานบริษัทกล่าวว่า “ดิฉันเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจของบริษัทนี้หลังจากแต่งงานกับเขาเมื่อปี 1984 ค่ะ” Ms. Celeste กล่าวถึงความจำเป็นที่แต่ละวันรถโดยสารจะต้องวิ่งเป็นระยะทางไกล ๆ อย่างต่อเนื่องโดยไม่เกิดขัดข้องว่า “แต่ละวันมีรถโดยสารออกให้บริการ 1 คันทุก 15 นาที แต่ละคันวิ่งวันละ 4 เที่ยว ระยะทางเฉลี่ยต่อวันเกิน 300 กิโลเมตร ยิ่งไปกว่านั้นรถยังวิ่งบนถนนที่ไม่ได้ปูพื้นผิวด้วย ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาจึงขึ้นอยู่กับสมรรถนะของรถ ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อผลกำไรของธุรกิจค่ะ”

Mr. Celeste มองย้อนกลับไประหว่างความท้าทายของเรากับอีโน้เริ่มตั้งแต่เราซื้อรถโดยสารอีโน้ KM เมื่อปี 1979 พอปี 1996 เราซื้อรถโดยสาร FC 3 คัน ความเชื่อถือของเรามากขึ้นเพราะรถอีโน้ประหยัดเชื้อเพลิงและไม่ค่อยเสีย เราตั้งใจให้เงินเดือนตัวไม่ขึ้น ตั้งแต่ปี 2012 จำนวนรถอีโน้ของเราเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เวลานี้เรามีรถโดยสารของอีโน้ 26 คันครับ” ด้วยเหตุที่รถโดยสารเป็นระบบขนส่งสาธารณะ การพาผู้โดยสารไปยังที่หมายด้วยความปลอดภัยและตรงเวลาจึงเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับประเด็นนี้ Ms. Celeste กล่าวด้วยรอยยิ้มว่า “รถโดยสารของอีโน้ช่วยให้การปล่อยรถตามกำหนดทุก 15 นาทีทำได้จริงค่ะ”

ทั้งคู่กล่าวสรุปว่า “นอกจากนี้ การบำรุงรักษายังทำเฉพาะที่จำเป็น ชิ้นส่วนก็หาได้ง่ายซึ่งช่วยได้มาก ด้วยเหตุนี้จึงคิดว่าถ้าใช้รถโดยสารอีโน้ ก็สามารถเพิ่มผลกำไรได้มากขึ้น ถ้าเป็นแบบนี้ ก็ซื้อรถโดยสารอีโน้เพิ่มได้ ผลคือจะมีคนมากขึ้นอีกได้รับความสะดวก จะมีเด็ก ๆ มากขึ้นอีกไปกลับโรงเรียนได้ นี่คือความฝันของเรา คิดว่างานนี้เป็นธุรกิจที่ให้ผลคุ้มค่า”

Hino Owners’ Voice สาธารณรัฐฟิลิปปินส์



Inland Corporation /

Ms. Maria Teresa R. Antonio, ประธาน

“อีโน้ทำให้เราแฮปปี้”

Inland Corporation คือบริษัทบริหารจัดการพิธีการศุลกากร ก่อตั้งเมื่อปี 1976 โดยคุณพ่อของคุณ Antonio ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจนี้ด้วยรถบรรทุกมือสองของอีโน้เพียงไม่กี่คัน คุณ Antonio เริ่มเข้าไปช่วยงานบริษัทตั้งแต่สมัยที่ยังเรียนอยู่และได้มีส่วนร่วมในงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับด้านโลจิสติกส์ ปัจจุบัน บริษัทได้พัฒนาเป็น total logistics company ดำเนินธุรกิจหลักทั้งด้านขนส่ง คลังสินค้า และห้องเย็น โดยขยายงานไปทั่วประเทศ มีสาขาทั้งที่มะนิลา เซบู ลา구나 ฯลฯ

คุณ Antonio กล่าวว่า “ด้วยเหตุที่การแข่งขันในอุตสาหกรรมขนส่งทวีความรุนแรงขึ้น เราจึงมองหารถใหม่ที่ต้องมีคุณภาพ ด้านการขนส่งที่เชื่อถือได้ เสียยาก ไม่ต้องการการบำรุงรักษามาก ซึ่งก็ย้อนกลับมาที่อีโน้ อีโน้มีสิ่งที่เราแสวงหาทั้งความน่าเชื่อถือและสมรรถนะอันโดดเด่นของผลิตภัณฑ์มาดอินแจแปน เติบโตไปพร้อมกับเรา และในฐานะพันธมิตรยังช่วยเราคิดหาวิธีการขนส่ง

(mode of transportation) ที่จะสามารถมอบให้แก่ลูกค้าได้”

ปัจจุบัน ทางบริษัทมีรถอีโน้ประมาณ 30 คัน ในอนาคตมีแผนจะค่อย ๆ เพิ่มจำนวนรถโดยซื้อรถอีโน้เป็นประจำสม่ำเสมอ ทั้งรถบรรทุกห้องเย็น รถบรรทุกตู้แช่แข็ง รถบรรทุกขนาดเล็กที่ช่วยสนับสนุนอีบิสซิเนส ฯลฯ คุณ Antonio กล่าวว่า “ภายใน 3 ปีนี้ เรามีแผนให้รถที่มีอยู่ทั้งหมดเป็นรถอีโน้ สิ่งที่ดีขึ้นให้ความสำคัญสูงสุดในการดำเนินธุรกิจในแต่ละวันก็คือเรื่องความสบายใจ รถบรรทุกของอีโน้วิ่งเฉลี่ยวันละ 150 กิโลเมตร โดยไม่เกิดปัญหาขัดข้องทั้งยังไม่สิ้นเปลืองเชื้อเพลิง สมรรถนะของรถอีโน้ทำให้เราแฮปปี้มากค่ะ”

ทางบริษัทเปิดเผยว่าได้ก่อตั้งโรงเรียนสำหรับเด็ก ๆ ในพื้นที่ยากจนรอบเขตตอนใต้ในกรุงมะนิลาซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัท คุณ Antonio กล่าวถึงความคิดที่แน่วแน่ในการสนับสนุนสังคมในพื้นที่ของตนเองว่า

“เรามอบอาหารให้เด็ก ๆ 500-600 คนในวันเสาร์ นอกจากนี้ยังสนับสนุนด้านโภชนาการ การดูแลรักษาทางการแพทย์ และการศึกษาอย่างเต็มที่ให้แก่เด็กจำนวนหนึ่ง ในอนาคตคิดว่าจะขยายโรงเรียนและอยากให้ได้เด็ก ๆ ได้เรียนจนถึงมหาวิทยาลัยค่ะ”

Omnico Consortium, Inc. /

Mr. Joseph L. Chua, ประธาน

“ตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา 20 ปี เราพอใจอีโน้มาก”



Omnico Consortium, Inc. คือบริษัทผู้ผลิตคอนกรีต ก่อตั้งเมื่อปี 1997 บริษัทนี้เริ่มต้นด้วยการเป็นผู้จัดหาคอนกรีตแต่เพียงผู้เดียวให้แก่ทางด่วน Metro Manila Skyway เป็นเวลา 2 ปี จากนั้นก็เป็นผู้จัดหาคอนกรีตสำหรับการก่อสร้างอาคารผู้โดยสาร 2 และ 3 ของท่าอากาศยานนานาชาติมะนิลา นินอย อาควีโน รวมทั้งทางด่วนสาย

สำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นผู้จัดหาคอนกรีตเพื่อการพัฒนาอาคารสูงทั้งในใจกลางกรุงมะนิลาและพื้นที่โดยรอบ

คุณ Chua กล่าวว่า “ตอนที่ก่อตั้งบริษัท เรามีรถบรรทุก 70 คัน ในจำนวนนี้ 15 คันเป็นรถมือสองของอีโน้ที่ซื้อมาจากไต้หวัน หลังจากนั้น ก็ซื้อรถมือสองของอีโน้จากไต้หวันเรื่อย ๆ ปีละ 2-3 คัน ปีนี้เป็นครั้งแรกที่ซื้อรถผสมคอนกรีต FS ของอีโน้ที่เป็นรถใหม่ทีเดียว 60 คัน”

การมีรถที่นำเชื่อถือ ไม่สิ้นเปลืองเชื้อเพลิง และทนทานเป็นเยี่ยมนี้สำคัญมากเพื่อให้สามารถขนส่งคอนกรีตไปกลับเฉลี่ย 4 รอบเที่ยวละ 25 กิโลเมตรได้ ในโครงการก่อสร้างโรงบำบัดน้ำเมื่อปี 2000 สถานที่ก่อสร้างเป็นพื้นที่ที่ยังไม่มีถนนใด ๆ เข้าถึง รถของบริษัทอื่นเสียระหว่างทางไปไม่ถึงที่หมาย แต่รถอีโน้ของบริษัทเราแข็งแรงทนทาน เครื่องยนต์มีพลัง ช่วยให้เราสามารถขนส่งคอนกรีตจนโครงการนี้สำเร็จลุล่วง”

คุณ Chua ยังได้กล่าวต่อไปถึงความคิดของตนเองที่มีต่อรถอีโน้ว่า “ทางบริษัทมีรถอีโน้ 160 คัน คิดเป็นร้อยละ 80 ของรถทั้งหมดที่มี รถอีโน้เป็นเลิศด้านความแข็งแรงทนทาน เครื่องยนต์มีพลัง และน่าเชื่อถือมาก ด้วยเหตุนี้ในอนาคตจึงมีแผนจะค่อย ๆ ตีกรอบที่รถอีโน้ยี่ห้อเดียว ค่อย ๆ เปลี่ยนรถทั้งหมดให้เป็นรถอีโน้ ผมคิดว่าการตีกรอบที่ยี่ห้อเดียวเป็นความคิดที่ดีเพราะจะช่วยให้การรับมือปัญหาด้านเทคนิค การสำรองและการดูแลจัดการอะไหล่ทดแทนทำได้ง่าย ใช้ตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา 20 ปี เราพอใจอีโน้มาก เราสามารถมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาธุรกิจใหม่ หาลูกค้าใหม่ และนำเสนอสินค้าคุณภาพสูงได้ก็ด้วยการนำรถใหม่ของอีโน้มาใช้งานเรื่อย ๆ ครับ”





อีโน้นำเสนอคุณลักษณะและสมรรถนะอันยอดเยี่ยมของยานยนต์ซึ่งเหมาะกับธุรกิจมากที่สุด

ซ้าย: Mr. Carlos Arturo Betancourth, วา: พนักงานขับรถอีโน

I.R.C.C. El Corral / Mr. Carlos Arturo Betancourth, ผู้จัดการด้านโลจิสติกส์



El Corral คือบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 11 ประเภท อาทิ ร้านอาหารแฮมเบอร์เกอร์ที่มีสาขาถึง 420 แห่งทั่วประเทศ ร้านอาหาร ร้านเบียร์ และอื่น ๆ ทำให้ต้องจัดส่งส่วนประกอบอาหารที่สดใหม่ไปตามร้านทุกวัน Mr. Betancourth กล่าวว่า “เฉพาะในกรุงโบโกตา เราขายแฮมเบอร์เกอร์ได้วันหนึ่งประมาณ 10,200 ชิ้นทีเดียว”

El Corral เริ่มนำรถบรรทุกขนาดเล็กลงอีโนมาใช้เมื่อประมาณปี 2016

Mr. Betancourth กล่าวว่า “จุดเริ่มต้นในการนำรถอีโนมาใช้คือคุณลักษณะของรถอีโนที่เหมาะสมกับธุรกิจของเรามากที่สุด อย่างเช่น ความสามารถในการรับน้ำหนักได้มากขึ้นจากโครงสร้างล้อหลังเดียว พอได้ลองใช้รถอีโนจริง ๆ เราก็สังเกตเห็นถึงข้อดีใหม่ ๆ หลายอย่าง เช่น ในเส้นทางจัดส่งเดียวกัน รถอีโนประหยัดเชื้อเพลิงได้ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับรถบรรทุกยี่ห้ออื่น ยิ่งไปกว่านั้น ในแง่ความรู้สึกนั่งสบายและขับง่าย เวลานี้ พนักงานของเราที่ขับรถอีโนทุกคนพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า “ต่อไปอยากจับแต่รถอีโน” ส่วนเรื่องบริการก็ไม่มีปัญหาเลย สรุปคือเราพึงพอใจอีโนมากครับ”

เมื่อถามถึงความคาดหวังทางธุรกิจในอนาคต Mr. Betancourth กล่าวตอบพร้อมรอยยิ้มว่า “ช่วงปี 2020 ถึงปี 2022 เราอยากเพิ่มขนาดธุรกิจขึ้นจากปัจจุบัน 2 เท่ารวมถึงเปิดร้านอาหารในต่างประเทศ แล้วก็อยากเพิ่มจำนวนรถอีโนให้มากขึ้นด้วยครับ”



เราต้องการจัดส่งสินค้าของบริษัทเราให้กับลูกค้าจำนวนมากโดยใช้รถอีโนต่อไป

Productos Ramo /

Produtos Ramo ซึ่งก่อตั้งมากกว่า 65 ปี คือหนึ่งในผู้ผลิตขนมปัง นม เนย และเค้กที่ใหญ่ที่สุดในโคลอมเบีย ในบรรดาผลิตภัณฑ์ของบริษัท “CHOCORAMO” หรือขนมเคลือบช็อกโกแลตคือสินค้าที่ได้รับความนิยมทั่วประเทศมาตั้งแต่เริ่มผลิตเมื่อ 40 ปีก่อน Mr. Benavides กล่าวว่า “เราเช่ารถบรรทุกขนาดเล็ก 550 คันเพื่อจัดส่งสินค้าโดยตรงไปยังร้านค้าประมาณ 280,000 แห่งทั่วประเทศ

ตอนแรก เราใช้รถบรรทุกยี่ห้ออื่น แต่เมื่อ 3 ปีก่อนได้ลองใช้รถอีโน พอได้



Mr. Pablo Andrés Benavides, ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์

ใช้รถอีโน รู้เลยว่าสมรรถนะอย่างเช่นให้ความรู้สึกนั่งสบาย ดีกว่ารถยี่ห้ออื่นที่เคยใช้มา ผมรู้สึกว่าอีโนคือสุดยอดแบรนด์และตอนนี้ก็ยังเชื่ออย่างนั้นอยู่ ในอนาคตจึงอยากจะเพิ่มจำนวนรถอีโนให้มากขึ้นครับ”

สำหรับธุรกิจในอนาคตนั้น Mr. Benavides กล่าวว่า “เราจะเปิดโรงงานใหม่ในปีนี้เพื่อขยายศักยภาพด้านการผลิตและวางแผนจะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางจำหน่ายด้วย” นับจากนี้ดูเหมือนโอกาสในการใช้รถอีโนจะเพิ่มมากขึ้น



อีโนช่วยลดระยะเวลาที่รถใช้งานไม่ได้ให้เหลือน้อยที่สุด

Mr. Rodrigo Pinzón (กลาง) กับบรรดาพนักงานขับรถ

Transportes Alianza / Mr. Rodrigo Pinzón, ผู้จัดการทั่วไป



Alianza เริ่มต้นธุรกิจเมื่อปี 1958 ด้วยรถโดยสาร 35 คัน ปัจจุบันมีรถโดยสารให้บริการระหว่างเมือง 160 คัน เส้นทางบริการไกลที่สุดคือระหว่างเมือง Monteria กับเมือง Bucaramanga ซึ่งมีระยะทางเที่ยวละ 700 กิโลเมตร ทางบริษัทใช้รถโดยสารของอีโน Mr. Pinzón พูดถึงเหตุผลที่เลือกใช้รถอีโน

“เมื่อปี 2003 เราได้เปรียบเทียบสมรรถนะของรถโดยสารที่ผลิตในญี่ปุ่น ยุโรป และบราซิล ผลปรากฏว่ารถที่มีสมรรถนะด้านการขับที่สูงสุดคืออีโน ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับรถโดยสารที่ต้องขนส่งผู้คน ความรู้สึกนั่งสบายเป็นเรื่องสำคัญ และอีโนก็ได้คะแนนดีในด้านนี้” อย่างไรก็ตาม Mr. Pinzón กล่าวว่าเขาไม่ได้ประทับใจเฉพาะสมรรถนะของรถอีโน “อีโนยังเป็นอีกหนึ่งด้านบริการบำรุงรักษา หากจำเป็นต้องซ่อมอีโนก็สามารถจัดการให้ได้ในเวลาสั้นกว่าบริษัทอื่น พูดได้ว่าช่วยลดระยะเวลาที่รถใช้งานไม่ได้ให้เหลือน้อยที่สุดครับ”

ในช่วงท้ายของการสัมภาษณ์ เราได้สอบถามถึงความฝันสำหรับอนาคต ซึ่งก็ได้รับคำตอบว่า “บริษัทของเราเป็นธุรกิจครอบครัว ผมจะตั้งใจมากถ้าลูกชายสามารถมารับช่วงงานได้ อยากขยายธุรกิจให้บริการรถโดยสารของเราไปประเทศอื่นด้วยครับ”

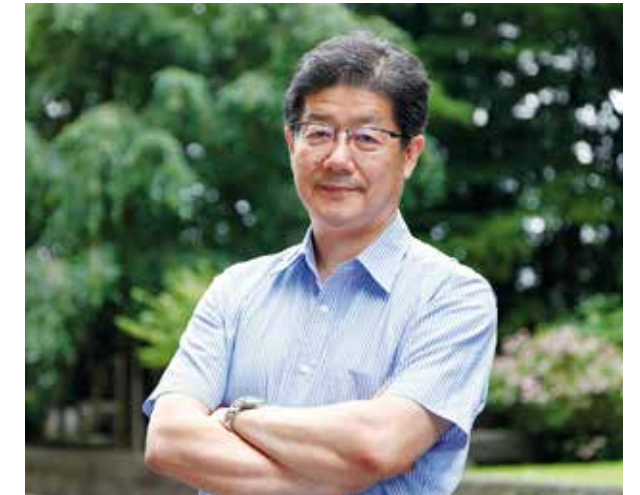
การส่งออกแชสชีรถโดยสาร พื้นที่ขนาดใหญ่ของฮิโน เริ่มต้นจากไต้หวัน

คนจำนวนไม่น้อยน่าจะนึกภาพ “รถโดยสารพื้นที่ต่ำ” ได้โดยไม่ต้องอธิบาย ก็คงทราบกันว่า “รถโดยสารพื้นที่ต่ำ” คือรถโดยสารที่มีโครงสร้างพื้นที่ต่ำมากและไม่มีขั้นบันได ช่วยให้การขึ้นลงทำได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะผู้โดยสารที่เป็นผู้สูงอายุและผู้ทุพพลภาพ ฮิโนคาดหวังว่าในอนาคตรถโดยสารลักษณะนี้จะแพร่หลายในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคม อาทิ ประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มจำนวนขึ้นและช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรหนาแน่นได้

เมื่อปี 2015 ฮิโนเริ่มส่งออกแชสชี HS รถโดยสารพื้นที่ต่ำขนาดใหญ่ไปยังไต้หวัน คุณโกโร คะซะมะ ผู้จัดการฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์ซึ่งรับผิดชอบการส่งออกรถโดยสารกล่าวว่า “รัฐบาลไต้หวันส่งเสริมอย่างจริงจังให้มีการนำรถโดยสารพื้นที่ต่ำมาใช้งานจากมุมมองเรื่องการไร้สิ่งกีดขวาง ในสถานการณ์เช่นที่ไต้หวัน ได้เกิดเสียงเรียกร้องต้องการรถโดยสารพื้นที่ต่ำ

จากลูกค้ามายังฮิโนซึ่งมีความโดดเด่นทั้งด้านการป้องกันส่วนรวมถึงประสิทธิภาพการประหยัดเชื้อเพลิงและความแข็งแกร่งทนทานที่เป็นเลิศ และเพื่อตอบสนองเสียงเรียกร้องและความคาดหวังนี้ ฮิโนได้ตัดสินใจเมื่อปี 2013 ที่จะพัฒนาแชสชี HS รถโดยสารพื้นที่ต่ำมากเพื่อการใช้งานในไต้หวัน และหลังใช้เวลาพัฒนาประมาณ 2 ปีก็สามารถนำออกจำหน่ายได้”

แชสชี HS รถโดยสารพื้นที่ต่ำมากเพื่อการใช้งานในไต้หวันที่ว่านี้ได้รับการพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานแนวคิด “รถที่มีคุณสมบัติเหมาะสม” ของฮิโนเพื่อให้สามารถตอบสนอง “ข้อกำหนดที่ต้องการ” ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ “เราได้พยายามพัฒนาเรื่องแรงม้า สมรรถนะการขับ การควบคุม ระบบเบรกที่ปลอดภัย และความสะดวกสบายในการขับ” เพิ่มเติมจากความน่าเชื่อถือ ความแข็งแกร่งทนทาน การตรวจสอบและการบำรุงรักษาที่ทำได้ง่าย รวมถึงการประหยัดเชื้อเพลิงซึ่งเป็นจุดเด่นของรถโดยสารฮิโน ในส่วนของ



โกโร คะซะมะ
ผู้จัดการ
ฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์



เครื่องยนต์นั้น เราได้เปลี่ยนตำแหน่งที่ตั้งแอร์คลีนเนอร์และอินเทอร์คูลเลอร์ ทั้งยังปรับปรุงให้ดีขึ้นสำหรับรถโดยสารพื้นที่ต่ำโดยใช้เครื่องยนต์ J08E-VD ที่ติดตั้งในรถโดยสาร RK/RN ซึ่งใช้ในไต้หวันอยู่แล้ว อีกหนึ่งจุดเด่นสำคัญคือได้มีการปรับใช้โครงเพลลาสำหรับเพลลาท้าย ยิ่งไปกว่านั้น เรายังสามารถรักษาพื้นที่ในห้องโดยสารให้แบนราบไปจนถึงที่นั่งหลังสุด ไม่ต้องทำขั้นบันไดบนพื้นที่ต่ำโดยอาศัยการวางตำแหน่งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เช่น ถังพักลม หน้าหลังแชสชี” ปัจจุบัน แชสชี HS ของฮิโนที่ว่านี้ได้รับการติดตั้งในรถโดยสารประจำทางที่ตัวถังผลิตโดยบริษัทไต้หวัน

“ด้วยคุณสมบัติเหล่านี้ แชสชี HS รถโดยสารพื้นที่ต่ำมากของฮิโนจึงได้รับความนิยม เราได้รับคำสั่งซื้อเกินตัวผลผลิตที่วางแผนไว้แต่แรกมาก ถึงจะลำบากแต่ก็ดีใจครับ” สำหรับการขยายตลาดรถโดยสารพื้นที่ต่ำของฮิโนไปทั่วโลกหลังเริ่มเปิดตัวที่ไต้หวัน เวลานี้มีแผนนำออกจำหน่ายในบางประเทศแล้ว ที่ประเทศของกานก็เช่นกัน วันที่รถโดยสารพื้นที่ต่ำของฮิโนจะช่วยให้การเดินทางด้วยรถโดยสารเป็นเรื่องง่ายสำหรับทุกคนน่าจะเป็นจริงได้ไม่ช้า



ภาพด้านบนแสดงให้เห็นภายในรถโดยสาร HS ของซินเตียน บัส

ต่อไป ขอเสนอเสียงจากลูกค้าที่กำลังใช้งานรถโดยสารฮีโน่ HS ซึ่งใช้เทคโนโลยีที่ได้แนะนำผ่านบทความเทคโนโลยีของฮีโน่ในหน้าก่อนนี้

ฮีโร่ในทีมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ไทเป บัสก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 1954 โดยเป็นส่วนหนึ่งของเคปิตอล บัส กรุ๊ป มีพื้นที่ให้บริการรวม 89 เส้นทางในมหานครไทเปและทางด่วน 4 เส้นทาง ปัจจุบันมีรถให้บริการ 958 คัน เมื่อปี 2012 ไทเป บัสเป็นผู้ประกอบการรถโดยสารสาธารณะแห่งแรกในไต้หวันที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 นอกจากนี้ยังเป็นที่ยอมรับด้วย 20 รางวัลชื่อเสียงจากทางงานนครไทเปด้านบริการที่ยอดเยี่ยม

ประธานบริษัทไทยปัสสัสมันคิดถึงประวัติของทางบริษัทกับอีโน “จนถึงปี 2009 ไทยปัสซื้อรถโดยสารอีโนแล้วกว่า 3,000 คันจากคุณภาพและประสิทธิภาพการประหยัดเชื้อเพลิงที่โดดเด่นของรถอีโน แต่เมื่อปี 2009 นโยบายของรัฐบาลได้หันมาเรียกร้องให้ระบบขนส่งสาธารณะเป็นแบบไร้สิ่งกีดขวาง เราจึงไม่ทางเลือกอื่นนอกจากต้องใช้รถโดยสารจากผู้ผลิตจีนหรือเกาหลี เพราะในตอนนั้นอีโนไม่ได้ผลิตรถโดยสารพื้นที่”

คุณหลี่ได้กล่าวถึงความภาคภูมิใจถึงความสัมพันธ์กับฮิโนว่า “พอฮิโนเปิด
ตัวรถโดยสารคันต่ำเมื่อปี 2006 ได้หวั่นทีเป็นทีแรกในโลกที่นำรถโดยสาร
คันต่ำของฮิโนมาใช้ เราตัดสินใจซื้อรถโดยสารคันต่ำ HS เมื่อพิจารณาจาก
ประสบการณ์ที่ดีกับรถฮิโนในช่วงที่ผ่านมา เวลาที่เราจ้างรถโดยสาร HS ให้
บริการ 82 คันและมีการจดทะเบียนอีก 61 คันในช่วงครึ่งหลังของปี เราได้แผน
จะขยายบริการรถโดยสารคันต่ำให้ครอบคลุมเส้นทางมากขึ้นในอนาคต”

เมื่อขอให้ประเมินรถโดยสาร HS กับแบรนด์อีโน คุณเหลือตอบว่า “อีโนใส่ใจเป็นพิเศษเรื่องการออกแบบแชสซี รถโดยสาร HS จึงมีพื้นที่บริเวณจุดไต่บันไดมากที่สุดซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสาร ด้านสมรรถนะเครื่องยนต์ รถโดยสาร HS ในได้หวั่นมีแค่รถโดยสารพื้นที่ต่ำที่ไม่ติดตั้งระบบ SCR คุณสมบัตินี้ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของเราได้มาก ผมมั่นใจว่าอีโนทำมากกว่าแค่ผลิตสินค้าคุณภาพสูง อีโนทุ่มเทเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วย ตัวแทนจำหน่ายของอีโนยังเป็นผู้ส่วนที่นำเชื่อถือที่สุดของไอบี บริษัทบริการคุณภาพสุดยอดของพวกเรา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งแสดงถึงการยึดมั่นทุ่มเทของอีโนเพื่อความเป็นหุ้นส่วนในระยะยาวกับลูกค้า และความเป็นหุ้นส่วนนี้ก็สร้างขึ้นบนพื้นฐานของความไว้วางใจ ผมมุ่งหวังที่จะพัฒนาความเป็นหุ้นส่วนนี้ในรูปความสะดวกสบายที่ดียิ่งขึ้นของระบบขนส่งสาธารณะ‘เพื่อผู้โดยสารทุกคนครับ’”

Taipei Bus Company, Ltd. / Mr. Po-wen Lee, 呂勝偉



SinDian Bus Co., Ltd. / Mr. Chun-Hsiung Chang, ประธานกรรมการ
Mr. Te-Wei Chou, ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

Mr. Chun-Hsiung Chang, ประธานกรรมการ
Mr. Te-Wei Chou, ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

“พูดได้อย่างมั่นใจว่า
ตัดสินใจไม่ผิดที่เลือกกรณีย์โน้”

โดยเฉพาะการควบคุมคุณภาพอย่างที่ต้นของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ผมคิดว่ารถโดยสารอีโน่งของบริษัทเราได้พิสูจน์ความทนทานและความน่าเชื่อถือผ่านการใช้งานยาวนานหลายปีซึ่งก็เป็นเพราะอีโน่มักมีคนคอยคัดสรรคนที่ว่านี่ รถที่ดีควรคู่กับคนขับที่ดี บริษัทเราจึงมีคณะกรรมการอิสระด้านบุคลากรที่คอยชี้แนะเพื่อให้คนขับมีค่านิยมร่วมกัน ขั้นตอนในการรับสมัครคนขับของเรามีอัตราการแข่งขันสูงมากเป็นพิเศษ ปกติเวลาที่ทางบริษัทเปิดรับตำแหน่งว่างเพียงแค่ตำแหน่งเดียว มักจะมีคนมาสมัครถึง 50 คนทั้งที่โดยทั่วไปแล้วอุตสาหกรรมนี้ขาดแคลนคนขับจากการผสมผสานระหว่างฝีมือการขับของคนขับกับคุณภาพพื้นสูงของรถอีโน่ เราไม่เพียงแต่ลดค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการได้สำเร็จผ่านงานบำรุงรักษาที่ลดลงจนเหลือน้อยที่สุดกับพนักงานที่มีจำนวนน้อยที่สุด แต่ยังรักษาอัตราความพร้อมใช้งานของรถให้อยู่ในระดับสูงมากเป็นพิเศษได้ด้วย”

คุณจางกล่าวชื่นชมรทโดยสาร HS ว่า “ตอนที่รัฐบาลเริ่มส่งเสริมการใช้รถโดยสารพื้นที่เมื่อปี 2009 โดยเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายสวัสดิการสังคม เวลา นั้น ผมเชื่อมั่นว่าอีโนจะเริ่มทำรถโดยสารพื้นที่ออกมาไม่ช้า และเราก็ได้นำรถโดยสาร HS ที่ผลิตจำนวนมากเป็นครั้งแรกของโลกมาใช้งานเมื่อปี 2016 รถโดยสาร HS ของอีโนช่วยให้ผู้โดยสารพื้นล่างได้ง่ายกว่าก่อน นอกจากนี้ เนื่องจากแฮชชีได้รับการออกแบบให้พื้นที่ตรงจุดไว้บนโครงกว้างกว่าผู้ผลิตรายอื่น เราจึงได้มีส่วนแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการ “เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสารสูงอายุหรือทุพพลภาพ” สำหรับคนขับที่เข็นกัน รถโดยสาร HS ใช้ระบบเกียร์อัตโนมัติจึงช่วยเพิ่มการทรงตัวและการยึดเกาะถนน ยิ่งไปกว่านั้น ทุกคนยังพอใจกับความเงียบของเครื่องยนต์และความต่อเนื่องของระบบส่งกำลัง”

คุณจางกล่าวปิดท้ายโดยย้อนมองความสัมพันธ์ที่มีกับฮิโน กรุ๊ปว่า “เราได้สร้างสายสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งบนพื้นฐานของความเชื่อมั่นทั้งกับ Hotai Motor และตัวแทนจำหน่ายของ Hotai Motor การสร้างความสัมพันธ์บนความเชื่อมั่นลักษณะนี้จำเป็นต้องใช้เวลา นอกจากนี้จะทำให้การสนับสนุนอย่างแท้จริงเป็นไปได้ เราซื้อรถแล้ว ยังให้บริการหลังการขายที่มีคุณภาพสูงโดยคิดค่าบริการไม่แพงด้วย ผมพูดได้อย่างมั่นใจว่าตัดสินใจไม่ผิดที่เลือกกรฮีโน และในอนาคตก็จะใช้กรฮีโนต่อไปครับ”



คุณจาง ชุนสง



คุณซา ต่อห่วย

ชินติยาน บัสเร็นซื้อรถฮีโน่และให้บริการบนส่งสาธารณะในไทเปตั้งแต่ปี 1980 “ปัจจุบัน เรามียอดโดยสาร 304 คันให้บริการ 12 เส้นทางครอบคลุมพื้นที่ทั้งในและรอบไทเป ในจำนวนนี้เป็รถโดยสารพื้นที่อำเภอ HS 37 คันและมีแผนจะเพิ่มเป็น 62 คันภายในปีนี้”

“รถโดยสารของบริษัทเราทุกคันเป็นรถฮีโน่” คุณจางพูดด้วยความภาคภูมิใจ พร้อมกล่าวถึงเหตุผลที่เลือกฮีโน่ไว้ว่าดังนี้

“เมื่อ 20 กว่าปีก่อน บริษัทเราตัดสินใจเปลี่ยนรถทั้งหมดมาใช้ยี่ห้อฮิโน้เพราะคุณภาพที่เหนือชั้นของรถฮิโน้ ผมนับถือการบริหารจัดการของบริษัทยานุ่ปมาก



ตลอดเส้นทาง 75 ปีที่ฮิโน มอเตอร์มุ่งมั่นก้าวไปข้างหน้า

ฮิโน มอเตอร์ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 1942 ปี 2017 นี้จึงครบรอบ 75 ปีของการก่อตั้ง ฮิโนได้ตอบสนองความต้องการทั้งของลูกค้าและยุคสมัยมาโดยตลอด และในโอกาสนี้ ใคร่ขอคัดเลือกบางหัวข้อสำคัญจากก้าวย่างตลอด 75 ปีมานำมา นับจากนี้ก็เช่นกัน ฮิโน มอเตอร์จะมุ่งมั่นพยายามต่อไปเพื่อนำเสนอคุณค่าที่ทั้งลูกค้าและสังคมปรารถนา ต่อจากนี้ก็ขอได้โปรดมอบความคาดหวังให้แก่เรา ฮิโน มอเตอร์

The History of Hino



ก่อตั้งบริษัท ฮิโน เฮฟวี่ อินดัสทรี จำกัด



ประกาศเปิดตัวรถบรรทุกพ่วงขนาดใหญ่



นำรถบรรทุกแบบฝากระโปรงหน้า TH10 ออกจำหน่าย



ร่วมมือด้านเทคโนโลยีกับเรโนลต์

บริษัท ฮิโน มอเตอร์ เซลส์ จำกัดและบริษัท ฮิโน มอเตอร์ส จำกัดถือกำเนิดขึ้น



ช่วงทศวรรษ 1960

รถบรรทุกและรถคอนเทนเนอร์กำเนิดขึ้น



ปัจจุบันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มโตโยต้า

ช่วงทศวรรษ 1940

ช่วงทศวรรษ 1950



ก้าวขึ้นเป็นอันดับหนึ่งด้านยอดขายนำรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดใหญ่ในญี่ปุ่น



นำ KS300 รถบรรทุก 4 เพลาพื้นที่ต่ำรุ่นแรกของโลกออกจำหน่าย



นำรถรุ่น ZY และ KY ออกจำหน่าย

ขยายธุรกิจไปยังประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย อาทิ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และปาปัวนิวกินี



นำรถโดยสารไฮบริดที่ขับเคลื่อนด้วยน้ำมันดีเซลและไฟฟ้ารุ่นแรกของโลกออกจำหน่าย



เข้าร่วมการแข่งขันและเข้าถึงเส้นชัยในสนามแข่งดakar แรลลี่เป็นครั้งแรก



กวาดทั้งอันดับ 1, 2 และ 3 ประเภทรถบรรทุกความจุเครื่องยนต์ไม่ถึง 10 ลิตรในการแข่งขันปารีส-ดakar แรลลี่



นำ DUTRO (รุ่น HINO 300) ออกจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

ผนวกรวมบริษัท ฮิโน มอเตอร์ส จำกัดกับบริษัท ฮิโน มอเตอร์ เซลส์ จำกัด โดยใช้ชื่อบริษัท ฮิโน มอเตอร์ จำกัด

ช่วงทศวรรษ 1970

ช่วงทศวรรษ 1980

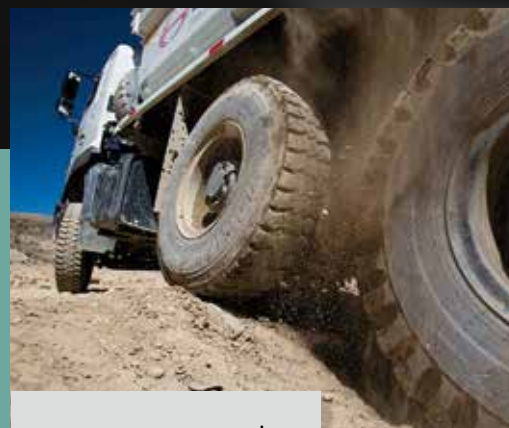
ช่วงทศวรรษ 1990



ยอดขายในต่างประเทศสูงกว่ายอดขายในประเทศญี่ปุ่นเป็นครั้งแรก



ยอดขายรถบรรทุกกับรถโดยสารรวมกันถึง 3 ล้านคัน



เข้าสู่อุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการใช้งานในเหมือง



ยอดขายรถบรรทุกและรถโดยสารไฮบริดรวมกันเกิน 10,000 คัน



คว้าชัยชนะในการแข่งขันดakar แรลลี่ประเภทรถบรรทุกความจุเครื่องยนต์ไม่ถึง 10 ลิตร 8 สมัยติดต่อกันและเข้าถึงเส้นชัยได้เป็นครั้งที่ 26 ติดต่อกัน



ปรับเปลี่ยนแบบรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดใหญ่ในญี่ปุ่น

ช่วงทศวรรษ 2000

นำรถ NAPS ซึ่งได้รับการออกแบบสำหรับตลาดอเมริกาเหนือโดยเฉพาะออกจำหน่าย

ตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2010 เป็นต้นไป

ขอความร่วมมือตอบแบบสอบถาม HINO Cares

ใคร่ขอสอบถามความคิดเห็นของท่านเพื่อปรับปรุงเนื้อหาของนิตยสารฉบับนี้

เรามีรถบรรทุกฮิโน้อยู่ส่วนหรือหมวกแก๊ปของฮิโน่มอบเป็นของสมนาคุณแก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผ่านการสุ่มคัดเลือก 10 ท่าน



ตัวอย่างของสมนาคุณ

ของสมนาคุณกับภาพอาจไม่ตรง ฝ่ายบรรณาธิการจะเป็นผู้คัดเลือกของสมนาคุณ

กรุณาตอบตามขั้นตอนต่อไปนี้

■ กรุณาใส่เครื่องหมายกากบาท (x) ในแต่ละบทความ

บทความ	ความคิดเห็นของท่าน	ดีมาก หรือน่าสนใจมาก	ดี หรือน่าสนใจ	ไม่ดี ไม่แย่	แย่ หรือน่าสนใจ
Hino's Vision					
Owner's Voice (สาธารณรัฐฟิลิปปินส์)					
Owner's Voice (โคลอมเบีย)					
Hino's Technology					
Owner's Voice (ไต้หวัน)					
The History of Hino					

■ กรุณาสแกนหรือถ่ายภาพหน้านี้ (หรือส่วนที่มีตาราง) และส่งทางอีเมลที่ **marketing@hino.co.jp** ก่อนส่งอีเมล กรุณาตรวจสอบว่าข้อความสามารถอ่านได้

■ กรุณาแจ้งข้อมูลต่อไปนี้ในอีเมลของท่าน

1. ชื่อ 2. เพศ 3. ชื่อบริษัท 4. ตำแหน่ง 5. ประเทศ 6. ที่อยู่บริษัท

7. หมายเลขโทรศัพท์ของบริษัท 8. ความเกี่ยวข้องกับฮิโน้

(กรุณาเลือกจากตัวเลือกต่อไปนี้ a) ลูกค้า b) ดีลเลอร์ c) ตัวแทนจัดจำหน่าย d) อื่น ๆ)

■ และจะเป็นพระคุณยิ่งหากท่านกรุณาแจ้งให้เราทราบว่าชื่นชอบบทความใดในฉบับนี้มากที่สุดรวมถึงเหตุผลที่ชื่นชอบ

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือของท่าน

กรุณาส่งคำตอบของท่านภายในวันที่ 5 มกราคม 2561



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan



To read HINO Cares magazines online,
scan this QR code using your smartphone or access
http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/

Global Site: <http://www.hino-global.com>

©Hino Motors, Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied or transmitted in any form or by any means.

Printed in Japan in 2017