

СТОЛЕТНЯЯ ИСТОРИЯ УСПЕХА

Качественный коммерческий автотранспорт — основа благополучия современного бизнеса. На отечественном и мировом рынке представлен широкий выбор всевозможных моделей различных производителей, однако далеко не все из них способны гарантировать высокое качество грузоперевозок в сложных российских условиях. Узнать о том, каким должен быть современный коммерческий транспорт, мы решили у президента ООО «Хино Моторс Сэйлс» — господина Миуры Сатоси, который с радостью открыл нам секрет популярности автомобилей торговой марки HINO и планы бизнесмена, касающиеся сотрудничества японской компании с российскими представителями.



Миура Сатоси президент «Хино Моторс Сэйлс»

Стаж работы в компании: 32 года

Стаж вождения: 34 года

— Господин Миура, в 2010 году компания HINO отметила свое столетие. Что помогло Вам так долго оставаться в тренде и завоевывать все новые и новые мировые рынки сбыта?

— Процесс выпуска автомобилей — это не только непосредственное производство, но и постоянное изучение специалистами HINO стремительно изменяющихся тенденций мирового рынка. Кроме этого, наши дилеры во всем мире взаимодействуют с клиентами компании, чьи отзывы и пожелания становятся основой для наших дальнейших разработок. Но главная причина нашего успеха состоит в том, что мы не просто продаем технику, а стараемся понять и удовлетворить требования конечного заказчика, предоставляя ряд дополнительных услуг, таких как, к примеру, расчет окупаемости и прибыли бизнеса клиента при использовании техники торговой марки HINO.

— Нам известно, что с началом нового тысячелетия Вы начали работу с гибридными технологиями. Считаете ли Вы, что такие автомобили — будущее мирового автопрома?



— Наша компания стала первым производителем гибридных автомобилей в Японии, и мы очень гордимся этим! Основная цель такой разработки — представить клиенту модель, отличающуюся минимальным расходом топлива. Оценить общий объем продаж гибридных автомобилей на сегодняшний день сложно, однако я могу с уверенностью заявить, что на дорогах Японии их достаточно много, а значит, будущее у них однозначно есть. Именно поэтому в компании Hino Motors Ltd. этой технологии уделяется огромное внимание, и в дальнейшем мы планируем экспортировать такие автомобили по всему миру.



ПРИМЕЧАТЕЛЬНЫЙ ФАКТ

Официальной датой рождения компании считается 1910 год, однако самостоятельное существование подразделения легендарного автоконцерна Tokyo Gas Industry Co., Ltd начало лишь в 1942 году. Более 70 лет HINO занимается разработкой и производством коммерческого транспорта, и за это время она зарекомендовала себя как одна из наиболее динамично развивающихся компаний, которая ежегодно продает более 100 000 единиц техники по всему миру.



— Какие цели стоят перед компанией сегодня?

— Российский рынок считается одним из наиболее перспективных направлений, нами уже сегодня ведется разработка специальной гибридной модели, предназначенной для эксплуатации в вашей стране. Постоянный мониторинг рынка дает нам возможность оценить интерес покупателей к продукции данной категории, и как только количество потенциальных клиентов достигнет нужной отметки, мы готовы начать импорт коммерческой техники, оснащенной гибридными двигателями, в Россию.

— **Не секрет, что прекрасное качество коммерческих автомобилей HINO высоко оценили в России. Каковы объемы сегодняшних продаж грузового транспорта HINO в России, и планируете ли Вы в дальнейшем увеличивать количество поставляемых в нашу страну автомобилей?**

ПРИМЕЧАТЕЛЬНЫЙ ФАКТ

Во время посещения музея-панорамы Сталинградской битвы господин Миура поразил экскурсовода глубокими знаниями истории Великой Отечественной войны. Сотрудница музея отметила, что за время ее долгой работы она впервые видит иностранца, который так хорошо знает историю России и, в частности, события, происходившие во время Сталинградской битвы. Как результат, господин Миура получил предложение занять пост гида, что стало для него приятной неожиданностью.

— В 2009 году мы впервые вышли на российский рынок, и продажи за этот год составили 200 единиц техники. К концу 2013 года эти показатели возросли до 2 тыс. 200 единиц в год, что позволило нам войти в число крупнейших поставщиков коммерческих автомобилей в России. При этом общий объем продаж техники класса HINO в вашей стране просто огромен! Он достигает 100 тыс. единиц в год и соответствует показателям Японии. У себя на родине компания HINO ежегодно продает около 40 тыс. единиц техники, поэтому рынок России для нас остается очень интересным. На протяжении последующих 2–3 лет мы планируем увеличить объем продаж до 5 тыс. автомобилей в год, а в долгосрочной перспективе — достигнуть показателей Японии.

— Мы узнали, что Вы увлекаетесь фотографией — в Вашем арсенале около 20 фотоаппаратов. Как Вам удастся найти время для своего хобби, ведь Вы — очень занятой человек?

— Действительно, я достаточно занятой человек. В рамках деловых поездок я знакомлюсь с множеством мест во всех уголках России, иногда мне приходится посещать до двух различных регионов в неделю. Найти время для любимого занятия в ходе поездок достаточно сложно, но я решил эту проблему. Иногда делаю фотографии прямо из иллюминатора самолета, а после работы отправляюсь на прогулку по городу. Мне очень нравится наблюдать за жизнью Москвы и ее жителей — это дает возможность лучше узнать Россию.

Также я встречаюсь с различными людьми, дилерами, клиентами, люблю делать фотографии встреч, если это возможно. В данный момент в обработке находятся фото Евгения Медведева, с которым мы встречались на дилерской конференции в Волгограде. Как только они будут готовы, я с удовольствием отправлю фото Вам.

— Господин Миура, Вас интересует история России и, в частности, факты, касающиеся Великой Отечественной войны. Чем продиктовано такое внимание?

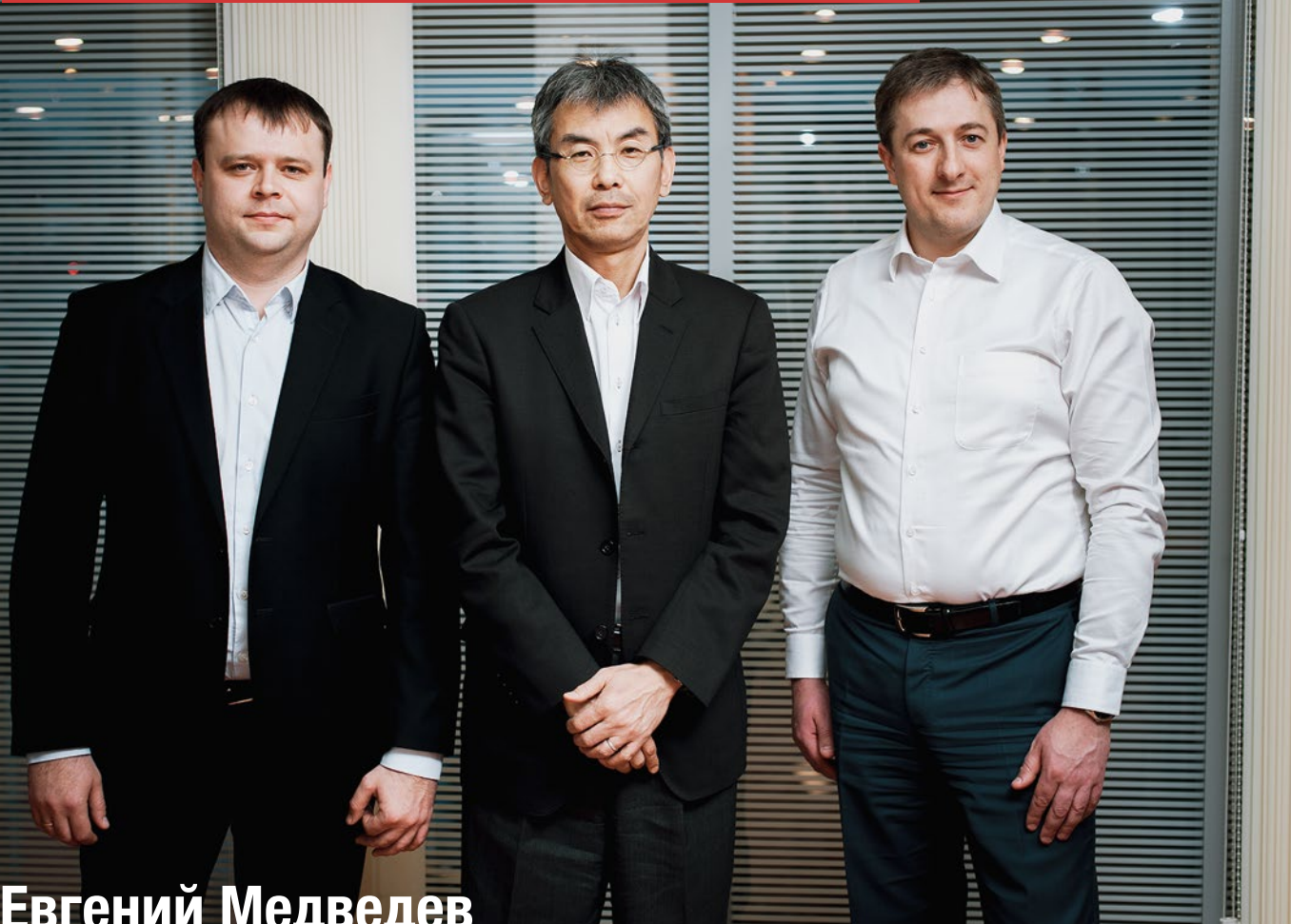
— У моего интереса очень давняя история! Во времена, когда я учился в старших классах школы, мои сверстники увлекались моделированием самолетов и танков, которые мы склеивали из бумаги или пластиковых деталей. Процесс сборки настолько меня увлек, что я заинтересовался не только внешней конструкцией техники, но и тем, как она работает. Техническую информацию о советских, немецких и японских моделях времен Второй мировой войны я черпал из книг, в которых были описания не только самолетов и танков, но и исторических событий.



無欲な愛
SS

Мы попросили господина Миуру написать пожелание на японском языке, способное выразить жизненную позицию его самого и всей компании HINO, и он, как обычно, поразил нас, написав короткое, но глубокомысленное послание, которое можно перевести не иначе как «Бескорыстная любовь к ближнему».

На дорогах нашего региона автомобили торговой марки HINO постепенно становятся привычным явлением. Их качество оценили многие компании, для которых коммерческая техника является основой бизнеса. Как сегодня обстоят дела на автомобильном рынке, и чем так полюбилась японская техника отечественным потребителям, расскажет Евгений Медведев — руководитель направления коммерческой техники компании «АГАТ» в Волгограде.



Евгений Медведев

Руководитель направления коммерческой техники компании «АГАТ» в г. Волгограде.

Стаж работы в компании: 6 лет

Стаж вождения: 8 лет

На фото слева направо: **Евгений Медведев**, руководитель направления коммерческой техники компании «АГАТ» в г. Волгограде, **Миура Сатоси**, президент «Хино Моторс Сэйлс», **Михаил Шулаков**, региональный директор ГК «АГАТ» в г. Волгограде

— **Hino Motors Ltd** — производитель коммерческого транспорта с многолетней историей. Как давно японская торговая марка стала известной в нашей стране и, в частности, в Волгограде?

— Российские покупатели впервые смогли оценить качество японских автомобилей 5 лет назад. В Волгограде наша компания занимается продажей коммерческой техники HINO с 2012 года, именно тогда нами был подписан двухсторонний договор о партнерских взаимоотношениях с «Хино Моторс Сэйлс» (официальный дистрибьютор продукции Hino Motors Ltd. в России). Сегодня мы остаемся официальным дилером торговой марки в России и надеемся, что наше сотрудничество продолжится и в дальнейшем.

— **Как Вы думаете, почему отечественные компании все чаще отдают предпочтение именно этой торговой марке, ведь стоимость автомобилей HINO нельзя назвать низкой?**

— По поводу стоимости это действительно так. Думаю, такое отношение отечественных компа-

ний вполне оправданно, так как представители крупного и среднего бизнеса в нашей стране стали ориентироваться на получение долгосрочной прибыли, а что может помочь в этом лучше, чем техника, произведенная в Японии? Сравнив стоимость представленных автомобилей и период их окупаемости с показателями коммерческой техники других торговых марок, специалисты пришли к выводу, что продукция HINO превосходит своих конкурентов по всем параметрам. Это означает, что покупка автомобилей HINO, известных своей надежностью, является выгодным капиталовложением.

— **Какие автомобили HINO представлены сегодня в компании «АГАТ»? Планируете ли Вы расширять ассортимент в дальнейшем?**

— На данный момент в «АГАТе» представлена вся линейка коммерческих автомобилей, которую предлагает Hino Motors Ltd. в России, — 300, 500, 700-я серии. Все новинки, разработанные производителем для нашей страны, безусловно, будут представлены и в нашей компании. Это касается как совершенно новых моделей техники, так и автомобилей, оснащенных дополнительными надстройками. При необходимости мы сможем предложить своим клиентам технику, оборудованную кранами-манипуляторами и миксерами, а также мусоровозы. Ознакомиться с полным перечнем дополнительных опций можно в компании «АГАТ» в любое время.