



Sektorami napędzającymi amerykański rynek PCB są sektory medyczny i motoryzacyjny - pojazdy samochodowe itd., a także aeronautyka, „internet przedmiotów” i telefony komórkowe.

Minęło już ponad sześć lat, odkąd NCAB Group po raz pierwszy rozpoczęła działalność w Stanach Zjednoczonych. Wiele się wydarzyło w tym czasie, a ten numer biuletynu pozwoli nam na bliższe przyjrzenie się rynkowi w Stanach Zjednoczonych, który przeżywa okres wielkiej niepewności.

Aby nam w tym pomóc, zwróciliśmy się do weterana branży, Nolana Johnsona, który po trzech dekadach w branży projektowania i produkcji elektroniki jest obecnie redaktorem naczelnym producenta mediów I Connect007, który publikuje w wielu specjalistycznych magazynach branżowych, a także za pomocą innych cyfrowych środków przekazu.

Jakie są główne czynniki napędowe w branży PCB w Stanach Zjednoczonych, odkąd NCAB rozpoczęła działalność tutaj w 2012 roku?

„Pod względem technologii obserwujemy stały postęp w kierunku HDI. Jeśli chodzi o coraz mniejsze i bardziej skomplikowane układy, naprawdę nie ma innego wyboru niż HDI. Innym ważnym trendem, który napędza rynek produkcyjny, jest coraz powszechniejsze stosowanie elastycznych, zwykle sztywnych konstrukcji ze względu na zapotrzebowanie konsumentów na elementy podatne na zużycie.

Pod względem zaopatrzenia nie ma spójności, a niektóre firmy zwracają się do zagranicznych dostawców. W przypadku większych wolumenów i dłuższego czasu realizacji nadal mamy do czynienia z trendem do pozyskiwania dostaw za granicą. W przypadku mniejszych wolumenów trend nie jest oczywisty. To samo dotyczy całej produkcji elektroniki. Wydaje mi się, że Chiny stają się światowym liderem, jeżeli chodzi o czynniki, takie jak praca i infrastruktura. Ale mówiąc o tym, widzimy erozję luki cenowej lub marż, u której podłoża leżą cła. Ponadto dostępność komponentów ma wpływ na wytwarzanie płytek PCB zasilających ten sam rynek, na którym wytwarzane są komponenty”.

Jeśli spojrzymy w najbliższą przyszłość, jak ona się prezentuje?

„Żyjemy w czasach, w których nadrzędnym uczuciem jest niepewność. Amerykańskie cła tylko utrudniają sprawę i powodują problemy w łańcuchu dostaw w branży. W branży nie ma ogólnego konsensusu co do tego, jak najlepiej poradzić sobie ze zmieniającą się sytuacją. Nikt nie jest w stanie przewidzieć, w którym kierunku pójdą sprawy, a co za tym idzie, istnieje duża niepewność co do tego, jak radzić sobie z pozyskiwaniem dostaw.

Jednym z efektów tej ogólnej niepewności jest to, że daje ona graczom, takim jak NCAB, przewagę konkurencyjną. Zespół projektowy szukający źródła elektroniki musi obecnie poświęcić znaczną ilość czasu i wysiłku na współpracę z nabywcami i planistami, dokładnie analizując i porównując dostępne opcje. Jeśli koszty produkcji w Chinach rosną, ważne jest, aby być na szczycie hierarchii łańcucha



„Myślę, że jednym z efektów tej ogólnej niepewności jest to, że daje ona graczom, takim jak NCAB przewagę konkurencyjną”.

NOLAN JOHNSON, MANAGING EDITOR, I-CONNECT007

dostaw. Tak więc uzasadnione jest zwracanie się w kierunku kogoś takiego, jak NCAB. Dostawca PCB może po prostu skoncentrować się na projekcie, pozostawiając komuś in-nemu zmartwienie, czy produkcję należy przenieść z jednej lokalizacji do drugiej”.

Dokąd zmierza amerykański rynek PCB i co jest motorem wzrostu?

Istnieje poczucie aktywności i wzrostu. Producenci, którzy są w stanie odpowiednio zaspokoić popyt, odnotowują wzrost, podczas gdy inni odczuwają spowolnienie popytu. Rynek napędzany jest przez sektor medyczny i motoryzacyjny, np. samochody samochodowe, a także – jak zawsze – lotnictwo, IoT i telefony komórkowe.

Jaki byłby efekt na amerykańskim rynku elektroniki, gdyby wybuchła wojna handlowa?

„To dobre pytanie i nie jestem pewien, czy ktoś ma na nie dobrą odpowiedź, jest więc ono podatne na spekulacje w tych niepewnych czasach. W branży występuje obóz, który obsługuje twardszą linię i chce rewizji granic. Klienci dokonują ponownej oceny, oceniają dostępne im możliwości i wybierają przeniesienie swoich baz produkcyjnych z powrotem do Stanów Zjednoczonych.

Uważam jednak, że największy wpływ ma to, o czym wspominałem wcześniej, a mianowicie dynamika sytuacji, która skłania firmy z branży elektronicznej do spojrzenia na swój łańcuch dostaw PCB, ponownej oceny i postawienia wszystkiego pod znakiem zapytania. Właśnie dlatego obserwujemy trend, w którym pozyskiwanie zasobów odbywa się jako operacja „projekt po projekcie”. Trudno dokonać pomiaru wpływu wywieranego na różne sektory przemysłu.”

Czy można powiedzieć coś ogólnie o trendach dotyczących outsourcingu, produkcji zagranicznej i krajowej?

„Trendy są rozbieżne. Jeśli spojrzymy na produkcję w Azji, to zawsze jest ona związana z kosztami. Korzyści są prawie zawsze związane z marżami lub logistyką. Z jednej strony jest to kwestia niższych kosztów produkcji, a z drugiej strony, jak już wspomniano, uzyskania korzyści dzięki produkcji płytek drukowanych blisko miejsca, w którym można pozyskać komponenty.

W zależności od indywidualnych wartości firmy można wybrać produkcję w Stanach Zjednoczonych. Niektóre firmy deklarują produkcję wszystkiego w Stanach Zjednoczonych. Inne nie są aż tak bardzo nastawione w ten sposób. Co więcej, firmy o globalnym zasięgu mają inne spojrzenie na tę kwestię. Przy ogólnym scenariuszu zakładającym obecnie ciągłą ponowną ocenę, niektóre firmy mogą stwierdzić, że produkcja w Stanach Zjednoczonych nie jest ekonomicznie opłacalna. Być może zdają sobie sprawę, że dzięki współpracy z graczem, takim jak NCAB mogą osiągnąć większą elastyczność i stabilność cen. Chodzi mi o to, że dzisiejsza dynamika skłania klientów ze Stanów Zjednoczonych do dokonania ponownych obliczeń”.

„Obserwujemy również, że zrównoważony rozwój jest ważnym czynnikiem dla klientów PCB. Pytają, jak zielone są fabryki i jak radzą sobie przykładowo z minerałami konfliktowymi”.

NOLAN JOHNSON, MANAGING EDITOR, I-CONNECT007

Jaki jest status produkcji PCB w instalacjach lądowych w Stanach Zjednoczonych?

„Nasz październikowy numer PCB007 koncentruje się na nowej fabryce w New Hampshire. Jest to w pełni zautomatyzowana, najnowocześniejsza jednostka przeznaczona dla zaawansowanych prac prototypowych HDI. Jest to przykład produkcji PCB, która powinna mieć miejsce w Stanach Zjednoczonych. Problem polega na tym, że jest inaczej. Normą jest stara infrastruktura. Przemysł wytwórczy zrobił wystarczającego kroku naprzód. Luka technologiczna zmusza projektantów do szukania za granicą lub łączenia się ze źródłem, takim jak NCAB, które może znaleźć dla nich odpowiednią fabrykę.

Kolejnym problemem jest kwestia kompetencji. IPC zachęca nowych absolwentów szkół wyższych, aby dołączyli do branży. Obecnie w branży zatrudniona jest duża grupa pracowników po 50 roku życia, którzy szykują się do przejścia na emeryturę, natomiast brak jest wykwalifikowanych osób, które mogłyby ich zastąpić. Branża składa się w obecnych czasach z osób w wieku ponad 50 lat lub poniżej 30 lat,



Jednym z problemów, z którym boryka się wiele firm PCB, jest kwestia kompetencji. Obecnie w branży zatrudniona jest duża grupa doświadczonych pracowników po 50 roku życia, którzy szykują się do przejścia na emeryturę, natomiast brak jest wykwalifikowanych osób, które mogłyby ich zastąpić. Dlatego też IPC zachęca nowych absolwentów szkół wyższych, aby dołączyli do branży.

co jest bardzo niepokojące dla branży. Niektóre zakłady w Stanach Zjednoczonych mogą zostać zamknięte, tylko dlatego że brakuje kompetentnych pracowników. To dodatkowy czynnik zwiększający i tak dużą niepewność.

Od 12 do 15 lat temu IPC dysponowało około 850 fabrykami, z których wiele było małych i lokalnych. Od tamtego czasu uległy one konsolidacji. Liczba fabryk zmniejszyła się i ta tendencja będzie się utrzymywała. Domyślam się, że w ciągu najbliższych 4–5 lat pozostanie ich tylko 250. Wynika to nie tylko z presji ekonomicznej ze strony fabryk zagranicznych, ale także z niechęci do inwestowania w sprzęt oraz problemów kadrowych, o których już wspomniałem”.

Jak wysoko w hierarchii amerykańskiego przemysłu PCB znajduje się zrównoważony rozwój?

„W przeciwieństwie do tego, o czym słyszy się w codziennej polityce, zrównoważony rozwój jest bardzo ważny. Na przykład fabryka w New Hampshire może poszczycić się wynikiem „zero odpadów i zero ścieków”. To model, który pokazuje, że można to osiągnąć, a także pokazuje, jak to zrobić. Szczególnie w New Hampshire istnieje wiele zielonych obiektów bez odpadów.

Obserwujemy również, że zrównoważony rozwój jest ważnym czynnikiem dla klientów PCB. Pytają, jak zielone są fabryki i jak radzą sobie przykładowo z minerałami konfliktowymi. Ale nie powiedziałbym, że doszliśmy do punktu, w którym kolor zielony jest ważniejszy niż cena. Miejmy jednak nadzieję, że jeśli odrabiacie pracę domową i zbudujecie zrównoważoną instalację z zero-wą ilością odpadów, ogólnie będzie ona bardziej wydajna i ostatecznie tańsza w porównaniu ze starymi rozwiązaniami”.



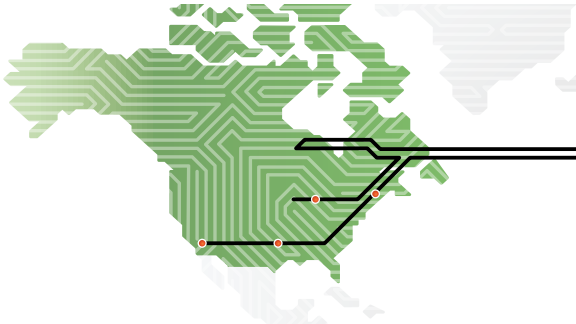
Zrównoważony rozwój jest coraz ważniejszym czynnikiem dla klientów PCB ze Stanów Zjednoczonych. Pytają oni, jak zielone są fabryki i jak radzą sobie przykładowo z minerałami konfliktowymi. Jednakże ważniejszym czynnikiem wciąż są ceny.

Lokalna obecność i globalna siła

NCAB Group założyła swoją amerykańską bazę w 2012 roku w Hampstead w stanie New Hampshire na wschodnim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych. Od tego czasu firma ma siedzibę w Stanach Zjednoczonych. Klienci w całym kraju mogą korzystać z dużej siły nabywczej, jaką oferuje NCAB, z wysokiego poziomu obsługi i kompleksowego zarządzania fabryką. Pomimo niepewności na rynku Martin Magnusson, prezes grupy NCAB w Stanach Zjednoczonych, widzi świetlaną przyszłość NCAB w Ameryce Północnej.

Jak opisałbyś rozwój NCAB w ciągu sześciu lat Twojego pobytu w Stanach Zjednoczonych?

„Utworzenie grupy NCAB w Stanach Zjednoczonych rozpoczęło się, gdy nabyliśmy firmę PD Circuits 2012. Pod wieloma względami proces ten można by opisać jako nieskomplikowany proces integracji, ponieważ obwody PD były podobne do NCAB. Mieliśmy podobne modele biznesowe, rodzaje klientów i zarządzanie fabryką w Chinach. Jedną różnicą polegała na tym, że dysponowali oni mniejszą siłą sprzedaży oraz dużą pośrednią siecią sprzedaży z udziałem przedstawicieli handlowych. Systematycznie to zmienialiśmy i poszerzaliśmy sieć sprzedaży, ale także zachowaliśmy wiele pośrednich kanałów sprzedaży, szczególnie w regionach, w których sami nie jesteśmy obecni.



NCAB Group ma obecnie cztery biura w Stanach Zjednoczonych, a my widzimy potencjał do rozszerzenia swojej obecności w innych regionach. Podobnie jak w Europie ważną jest tu lokalna obecność, a działalność gospodarcza często prowadzona jest na rynku lokalnym. W związku z tym planujemy otwarcie nowych biur sprzedaży, aby zapewnić naszym klientom najlepszą obsługę serwisową” – mówi Martin Magnusson, prezes grupy NCAB w Stanach Zjednoczonych.

W 2014 roku rozszerzyliśmy naszą obecność w Stanach Zjednoczonych na region Chicago poprzez przejęcie działu płytek drukowanych M-Wave w Itasca w stanie Illinois. W tym przypadku struktura klientów firmy różniła się znacznie od PD Circuits, co sprawiło, że integracja stała się trudniejsza. Część działalności oparta na dostarczaniu du-



„Włożyliśmy wiele wysiłku w tworzenie kultury, w której zmotywowani pracownicy są w znacznym stopniu zdolni do podejmowania własnych decyzji, dostrzegają możliwości rozwoju i wykorzystują każdą okazję do ich wykorzystywania”.

**MARTIN MAGNUSSON,
PRESIDENT, NCAB GROUP USA**

żych ilości bardziej podstawowych płytek została wycofana i zastąpiona główną działalnością NCAB koncentrującą się na segmencie High-Mix, Low-Volume (HMLV).”

Przed nabyciem firmy M-Wave otworzyliśmy nasze pierwsze biuro sprzedaży w Vancouver w stanie Waszyngton, w sąsiedztwie Portland w stanie Oregon. Następnie otworzyliśmy dalsze dwa biura sprzedaży: w Dallas w stanie Teksas oraz w Los Angeles w stanie Kalifornia. Są to wyłącznie biura sprzedaży, które zabezpieczają naszą obecność i obejmują obsługę klienta, sprzedaż i technologię w kluczowych regionach. Usługi te świadczone są również przez nasze biura w New Hampshire i Chicago, wraz z dodatkowymi obszarami obejmującymi kontrolę jakości, laboratorium i magazynowanie.

Obecnie koncentrujemy się na dalszym rozwoju. Rynek w Stanach Zjednoczonych oferuje ogromny potencjał i korzystne warunki. Aby osiągnąć tutaj sukces, należy w pełni zrozumieć ogrom kraju i jego 50 stanów, które bardzo się między sobą różnią. Podobnie jak w Europie lokalna obecność jest tu ważna, a działalność gospodarcza prowa-



Dwa biura NCAB w Stanach Zjednoczonych – w New Hampshire i Chicago – mają własne laboratoria i sprzęt do przeprowadzania inspekcji, w tym inspekcji pierwszego artykułu.



Na tym zdjęciu widzimy Wendy Liu, kierownik jakości grupy NCAB w Chinach, przeprowadzającą audyt w Suntak, Jiangmen w Chinach. „Dzięki naszej sile nabywczej i zarządzaniu fabrykami w Chinach klienci mają pierwszeństwo w fabrykach”- mówi Martin Magnusson, prezes grupy NCAB w Stanach Zjednoczonych.

dzona jest lokalnie. Obecnie planujemy nowe biuro sprzedaży, aby zapewnić naszym klientom najlepszą obsługę serwisową”.

Jak opisałbyś główne wyzwania stojące przed NCAB?

„Pojawiło się tu jedno wyzwanie w postaci odmiennego sposobu postrzegania przywództwa. Jesteśmy szwedzką firmą kierującą się wartościami, której filozofia opiera się na założeniu, że wszyscy wiedzą, dokąd zmierzamy i przyjmują dużą osobistą odpowiedzialność. Włożyliśmy wiele wysiłku w budowanie kultury, w której zmotywowani pracownicy są w znacznym stopniu zdolni do podejmowania własnych decyzji, dostrzegają możliwości rozwoju i wykorzystują każdą okazję do ich wykorzystania. Pracowaliśmy również nad budowaniem naszej marki na szczeblu krajowym i oprócz realizacji innych spraw zaprojektowaliśmy nasze biura tak, aby przypominały te w Europie.

Największym wyzwaniem dla nas, podobnie jak dla reszty branży, jest znalezienie i zatrzymanie pracowników z odpowiednimi umiejętnościami. Bezrobocie w Stanach Zjednoczonych było bardzo niskie w okresie, w którym tu byliśmy. Zdecydowanie największym wyzwaniem stojącym przed firmami stało się znalezienie odpowiedniego personelu. Szczególnie trudno jest znaleźć ludzi z niezbędnymi umiejętnościami niszowymi. Jednym ze sposobów rozwiązania tego problemu jest zatrudnienie młodych talentów, które mogą uczyć się od doświadczonych kolegów”.

„Podniesienie cła do 25 procent będzie stanowić utrudnienie dla branży. Jednocześnie wzrost ten nie spowoduje znaczącego powrotu produkcji płytek do Stanów Zjednoczonych”.

MARTIN MAGNUSSON, PRESIDENT, NCAB GROUP USA

W jaki sposób sytuacja polityczna i gospodarcza w Stanach Zjednoczonych wpłynęła na NCAB i przemysł elektroniczny?

„Po pierwsze powiedziałbym, że gospodarka ma się dobrze. Wzrost oraz inflacja są na wysokim poziomie, a bezrobocie, jak wspomniano, jest niskie. Jednocześnie widzimy niepokojące chmury na horyzoncie w postaci narastającego deficytu budżetu federalnego. Musimy obserwować, jak sytuacja się rozwinie w dłuższej perspektywie. Musimy też wziąć pod uwagę, że recesja już nadciąga, pytanie tylko, kiedy będzie miała miejsce i jak będzie głęboka. Jednocześnie jestem przekonany, że NCAB przetrwa burzę i pozostanie silna dzięki naszej lokalnej obecności w połączeniu z doskonałą obsługą, wiedzą i jakością, którą oferujemy.

Patrząc w szczególności na kwestię taryf celnych w handlu z Chinami, powiedziałbym, że sposób, w jaki kwestia się potoczy, będzie najważniejszym czynnikiem, który zaważy na sukcesie NCAB, naszych klientów i całego kraju. W przypadku płytek drukowanych opłaty celne

wynoszą 10 procent, do których NCAB dodaje 7,52 procenta, gdy wystawimy fakturę. Ważne jest, aby podkreślić, że same płytki nie podrożały, a branża musi element ten traktować jako cło i nic poza tym.

Podniesienie cła do 25 procent będzie utrudnieniem dla przemysłu. Jednocześnie ten wzrost nie spowoduje znaczącego powrotu produkcji płytek do Stanów Zjednoczonych. Nie ma tu możliwości uzyskania większych wolumenów. Jednocześnie brakuje gotowości do inwestowania, ponieważ nowe zasady mogą szybko doprowadzić do wyeliminowania cel. Konsumentci będą musieli ponieść ciężar tego, co się stanie w wojnie handlowej. Sytuacja ta nie stworzy nowych miejsc pracy ani nie będzie stanowić stymulacji dla amerykańskiej gospodarki.

Przy wyższych cłach wiele firm uzna, że głównym problemem jest przepływ gotówki. Wszyscy będą musieli zacisnąć pasa, zanim będą mogli wystawić fakturę i pokryć swoje koszty. Wiele mniejszych firm będzie miało problemy z płynnością. Z drugiej strony, dla silnego finansowo gracza z listy, takiego jak NCAB, może to oznaczać nowe możliwości.

Cokolwiek się stanie, postaramy się spojrzeć konstruktywnie na wszystkie czynniki. Zawsze możemy zaoferować możliwość produkcji w Stanach Zjednoczonych, ale cena nie będzie szczególnie atrakcyjna. Obsługa cel może być niezwykle skomplikowana. Może nam to przynieść korzyści, ponieważ jesteśmy w stanie zaoferować wartość dodaną, odciążając klientów od dodatkowych kłopotów. Ale uważam, że nawet przy wyższych cłach Chiny pozostaną konkurencyjne pod względem zarówno elektroniki w ogóle, jak i PCB w szczególności”.

Jak postrzegasz przyszłość?

„Widzę, że NCAB ma dobrą pozycję na rynku. Jesteśmy obecni na lokalnym rynku w Stanach Zjednoczonych oraz możemy zapewnić naszym klientom lepsze ceny, jakość i serwis niż nasi lokalni konkurenci. Dzięki naszej sile nabywczej i zarządzaniu fabryką w Chinach klienci mają pierwszeństwo w fabrykach. Zwrócenie się na chiński rynek nie jest realną opcją dla tych kategorii klientów, na których się koncentrujemy. Chińskie firmy z biurami sprzedaży w Stanach Zjednoczonych kierują swoje reklamy do klientów o zapotrzebowaniu na duże wolumeny, a producenci ze Stanów Zjednoczonych, którzy rozpoczęli własną działalność outsourcingową w Chinach, mają trudności z wykonywaniem tych czynności tak dobrze, jak my.

Trend outsourcingu wynika dodatkowo z problemów związanych z podażą umiejętności w branży. NCAB jest w stanie wykorzystać swoje globalne kompetencje, zwłaszcza w Chinach. Teraz musimy przede wszystkim skoncentrować się na dalszym rozwoju. Im jesteśmy więksi, tym większa synergia i większe poczucie bezpieczeństwa. Aby to osiągnąć, chcemy stać się znaną marką na rynku północnoamerykańskim. Dzięki odpowiedniej ofercie rynkowej i stawianiu sobie za priorytet stosunki z klientami w ciągu pięciu lat staniemy się znacznie większą firmą niż obecnie”.

Poprosiliśmy dwóch utalentowanych i doświadczonych amerykańskich pracowników NCAB o opinię na temat wydarzeń w Stanach Zjednoczonych, prosząc ich o udzielenie odpowiedzi na dwa pytania:



USA

CONNIE HERRING

General Manager, NCAB Group USA West division

Jakie są najważniejsze czynniki wpływające na rozwój rynku płytek PCB w Stanach Zjednoczonych od czasu, gdy powstała NCAB w 2012 roku?

„Od 2012 roku konkurencyjny krajobraz w Stanach Zjednoczonych znacznie się zmienił. Polityka w chwili obecnej wywiera o wiele silniejszy wpływ niż miało to miejsce podczas wcześniejszych prezydentur w Stanach Zjednoczonych. Ingerencja polityczna jest nowością w naszej branży i spowodowała pewną niepewność na już pogarszającym się rynku w Stanach Zjednoczonych.

Amerykańscy producenci PCB przegrywają w pogoni za rozwojem sprzętu produkcyjnego i surowców. Większość tej działalności ma obecnie miejsce w Azji.

Dzisiejszy rynek wymaga od dostawcy PCB wielu rozmaitych umiejętności pozwalających na wniesienie wartości dodanej. Jakość jest bardzo rzadkim tematem rozmów, ponieważ dialogi są skoncentrowane w większym stopniu na wartości dodanej, w tym między innymi na wczesnym zaangażowaniu inżynierów, opracowywaniu projektów, wyborze materiałów i obsłudze DFM. Obecnie oczekuje się tego od dostawcy.

Jeśli chodzi o konkurencję, prawie wszyscy producenci płytek ze Stanów Zjednoczonych w swoich desperackich próbach pozostania w grze stali się handlowcami. Rynek ma fałszywe zaufanie do tego modelu. Klienci uważają, że ci gracze muszą wiedzieć, co robią, ale ogromna większość nie ma własnej listy autoryzowanych dostawców ani zespołu, który ich monitoruje. Sytuacja doprowadziła do tego, że główną kwestią w programie prac stała się jakość.

Jeszcze bardziej wartościowi stają się dostawcy, którzy koncentrują się na jakościowych relacjach z fabrykami oraz ograniczają narażenie klientów na tradycyjne kompensowanie „niskich kosztów i oczekiwań niskiej jakości”.

Jakie są Twoje największe oczekiwania na nadchodzące lata, jeśli chodzi o rynek płytek PCB w Stanach Zjednoczonych?

„Ponieważ rynek produktów elektronicznych rośnie, będzie rósł również rynek, który korzysta z tych produktów. Ciekawym pytaniem jest to, czy będzie wystarczająco dużo wsparcia dla badań i rozwoju na szczeblu państwowym obok szybkiego wzrostu sektora wojskowego, którego Stany Zjednoczone obecnie doświadczają.

Amerykańskie fabryki płytek nie są już dzielone na handlowe i wojskowe – wiele z nich posiada certyfikat na oba typy działalności. Sektor wojskowy rozrósł się i obecnie ograniczone są zdolności funkcjonowania konkurencyjnego krajobrazu trzech największych dostawców ze Stanów Zjednoczonych. Jeśli OEM będzie musiała zaakceptować dłuższe terminy na części produkowane za granicą, może to doprowadzić do ustanowienia nowego punktu cenowego i na zawsze zmienić amerykański rynek.



USA

WAYNE ANTAL

Key Account Manager, NCAB Group USA Eastern division

Jakie są najważniejsze czynniki wpływające na rozwój rynku płytek drukowanych w Stanach Zjednoczonych od czasu, gdy powstała NCAB w 2012 roku?

„Dwa bardzo znaczące wydarzenia zdominowały rynek i zmieniły krajobraz kanałów zakupowych w branży PCB. Po pierwsze – wiele chińskich fabryk PCB weszło bezpośrednio na rynek PCB w Stanach Zjednoczonych. Nie ma niczego nowego w tego rodzaju bezpośredniej sprzedaży świadczonej klientom ze Stanów Zjednoczonych, ale w przeszłości proces ten dotyczył tylko naj-większych fabryk. Nie zmienia to jednak faktu, że nieodłączne ryzyko wiąże się z zakupem bezpośrednio z fabryk dla klientów w segmencie płytek wysoce zróżnicowanych przy niskiej lub średniej skali produkcji, ponieważ klienci ci nie charakteryzują się niezbędną siłą nabywczą.

Drugim ważnym wydarzeniem jest 10-procentowe do nałożone przez rząd Stanów Zjednoczonych na wszystkie płytki PCB importowane z Chin. To do może wzrosnąć do 25 procent, chyba że spór handlowy zostanie rozwiązany przed 1 stycznia 2019 roku. Niezależnie od tego, co bliższe odczuwać w związku z tym konfliktów, należy pamiętać, że cla te będą miały wpływ nie tylko na koszty towarów sprzedawanych konsumentom w Stanach Zjednoczonych, ale także na sposób i miejsce produkcji i montażu tych produktów. Dotyczy to również płytek drukowanych. Oznacza to, że wszyscy producenci elektroniki w Stanach Zjednoczonych będą musieli ponownie oszacować całkowite koszty produkcji.

Trwający spór handlowy otwiera również możliwości dla NCAB. Ze względu na negatywny wpływ ceł na przepływy pieniężne w danej organizacji, średniej wielkości nabywcy PCB zaczęli przeglądać swoje opcje i bardziej interesować się zakupem pośrednim”.

Jakie są Twoje największe oczekiwania na nadchodzące lata, jeśli chodzi o rynek płytek PCB w Stanach Zjednoczonych?

„W roku kalendarzowym 2019 oczekuję, że wola polityczna wprowadzenia nowych ceł zniknie po tym, jak ich wpływ będzie w pełni odczuwalny na poziomie konsumenckim, a okres przygotowań do kolejnego cyklu wyborów prezydenckich wejdzie na pełne obroty.

Po drugie – w miarę, jak technologie kładą coraz większy nacisk na konstrukcje elastyczne, sztywne i HDI, widzę wyższe zapotrzebowanie na bliższe relacje między zespołami inżynierów. Stworzy to możliwości dla dostawców, którzy koncentrują się na płynnej i doskonałej produkcji w celu zdobycia części rynku w ramach tego scenariusza. Trendy obniżenia kosztów outsourcingu projektowania i inżynierii wzmocnią lokalną pozycję punktu sprzedaży dla klienta.

Odzyskując zdrowy rozsądek, rynek w Stanach Zjednoczonych ustabilizuje się i powróci na normalną ścieżkę wzrostu. Na koniec chciałbym powiedzieć, że rynek płytek PCB w Stanach Zjednoczonych pozostanie podatnym gruntem dla ekspansji rynku pomimo panującej obecnie burzy politycznej. Mam nadzieję, że NCAB będzie miała udział w tym wzroście”.

Ekscytujące czasy na amerykańskim rynku

HANS STÄHL
CEO NCAB GROUP



W tym wydaniu naszego biuletynu udajemy się przez Atlantyk do Stanów Zjednoczonych – krainy możliwości. Stany Zjednoczone to ogromny rynek i łatwo popełnić błąd, postrzegając go jako jeden kraj i jednolity rynek. Stany Zjednoczone składają się z wielu stanów, w których w wielu przypadkach działalność prowadzona jest wyłącznie lokalnie. Dlatego ważne jest, abyśmy byli blisko klientów, aby zapewnić im maksymalne wsparcie w zabezpieczaniu ich zapotrzebowania na PCB.

Możemy również przeczytać o bardzo dużej liczbie fabryk obwodów drukowanych, które zostały wyparte zarówno z rynku w Stanach Zjednoczonych, jak i w Europie. Obecnie widzimy silną i stale rosnącą

potrzebę posiadania dostawcy, który jest w stanie zapewnić szeroki asortyment produktów.

Ostatni, ale nie mniej ważny, aktualny spór handlowy zamienia się w przejmujący dramat lub – ujmując to być może bardziej precyzyjnie – w zacieklą walkę między Chinami a Stanami Zjednoczonymi o możliwie najlepszą pozycję negocjacyjną. Uważam, że konsensus zostanie ostatecznie osiągnięty, a 25-procentowe cła, którymi grozi administracja Trumpa, nigdy się nie zmaterializują. Chiny również pójdą na ustępstwa, które ostatecznie przyniosą korzyści dla światowego wolnego handlu, który stanowi platformę dla zwiększonego globalnego dobrobytu.



Grupa NCAB w mediach społecznościowych

Już od kilku miesięcy klienci i inni zainteresowani mogą śledzić nas na Twitterze i LinkedIn. Od niedawna prowadzimy także blog, na którego łamach

zgłębiajmy tajniki niezwykle bogatego świata obwodów drukowanych!

» [Twitter](#) » [LinkedIn](#) » [Blog](#) » [YouTube](#)

Dołącz do nas!

Zawsze szukamy kompetentnych pracowników na pełen etat. Jeśli jesteś technikiem najwyższej klasy,

pracownikiem działu obsługi lub opiekunem klienta, skontaktuj się z nami lub wyślij swój życiorys na adres: career@ncabgroup.com

Tematy omawiane w przeszłości

Zachęcamy do zapoznania się z wcześniejszymi wydaniem naszego Biuletynu. Aby otworzyć wiadomość w nowym oknie, należy kliknąć na podane łącze. Wszystkie nasze biuletyny można znaleźć na stronie: www.ncabgroup.com/newsroom/

» **Bardziej zaawansowane płytki obwodów drukowanych i krótsze cykle życia produktu**

2018 10 23 | NEWSLETTER 3 2018

» **Lepsza przyszłość**

2018 06 18 | NEWSLETTER 2 2018

» **Zarządzanie fabryką**

2018 04 12 | NEWSLETTER 1 2018

» **Więcej elektroniki na mniejszych przestrzeniach**

2017 12 15 | NEWSLETTER 4 2017

» **Zrównoważony biznes**

2017 10 25 | NEWSLETTER 3 2017

» **Branża obwodów drukowanych w Azji**

2017 06 29 | NEWSLETTER 2 2017

Czy /piszemy/dyskutujemy/ o niewłaściwych tematach?

Zawsze poszukujemy interesujących tematów, które moglibyśmy omówić bardziej szczegółowo. Jeśli chcieliby Państwo dowiedzieć się więcej o jakimś problemie lub przekazać nam swoją opinię na temat podejmowanych przez nas tematów, prosimy o kontakt.

E-mail: sanna.magnusson@ncabgroup.com