

GIÀY THỂ THAO HS640319 - ANH**THÔNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH****Tổng nhập khẩu về khối lượng và giá trị**

Trong năm 2006, Anh là nhà nhập khẩu giày thể thao lớn thứ 2 của Việt Nam trên thế giới, xếp sau Hàn Quốc và trên Đức. Trung bình xuất khẩu của Việt Nam sang Anh tăng 0% hàng năm về giá trị, và tăng 3% về khối lượng trong giai đoạn '02-'06. Trong năm 2006, tổng nhập khẩu đạt 19,667 triệu USD, tương đương 1.606 tấn.

Đối thủ cạnh tranh chính

Trong năm 2006, năm nhà cung cấp giày thể thao hàng đầu đến Anh gồm có Trung Quốc (chiếm 19% trong tổng nhập khẩu), Đức (16%), Hà Lan (14%), Bỉ (13%) và Việt Nam (11%). Việt Nam xếp thứ 5 trong năm này. Trong số đó, đặc biệt có Canada đã gia tăng xuất khẩu giày thể thao sang Anh một cách ấn tượng. Trong giai đoạn '02-'06, tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng giày thể thao bình quân của Canada sang Anh đạt 280% về giá trị. Những quốc gia khác có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu ấn tượng là Brazil (trung bình 145% trong cùng kỳ) và Israel (94%). Việt Nam cũng có mức tăng trưởng xuất khẩu khá với trung bình 0% trong giai đoạn này. Ba quốc gia có mức tăng trưởng xuất khẩu sụt giảm nhiều nhất trong giai đoạn '02-'06 gồm Thụy Sĩ (-69%), Hàn Quốc (-50%) và Cộng hòa Séc (-36%).

Bảng 1 - Những nhà cung cấp giày thể thao chủ yếu sang Anh, 2006

	Giá trị (triệu USD)	Khối lượng (tấn)	% tăng trưởng về giá trị (‘02-‘06)
Thế giới	182,346	7.579	6
Trung Quốc	35,462	2.609	55
Đức	30,076	313	12
Hà Lan	25,985	836	46
Bỉ	23,710	409	42
Việt Nam	19,667	1.606	0
Ý	9,349	230	-16

Nguồn: Trademap (2008)

Một số ví dụ về nhà xuất khẩu hàng đầu của những quốc gia cung cấp giày thể thao chủ yếu sang Anh:

- Uptop Trading Ltd. (Trung Quốc, <http://www.uptop-group.com/>)
- Adidas Group (Đức, <http://www.adidas-group.com>)

Đối thủ cạnh tranh

Trung Quốc luôn là đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam trong mặt hàng giày thể thao HS640319.

Khuyến nghị

Những nhà xuất khẩu nên cố gắng thiết lập mối quan hệ làm ăn lâu dài với khách hàng châu Âu. Tránh cạnh tranh với các đối thủ Trung Quốc. Phải kiên định và trở nên đáng tin cậy. Tham khảo thêm ở trang web của đối thủ cạnh tranh để có thêm ý tưởng và học hỏi từ họ.