

GIÀY DÉP HS640391 – THỊ TRƯỜNG ANH XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng của người Anh

Người tiêu dùng Anh ngày càng coi quần áo và giày dép là loại hàng chỉ dùng một vài lần chứ không phải hàng dùng lâu dài. Chất lượng vẫn là quan trọng với họ nhưng thời trang đóng vai trò quan trọng hơn trong việc mua hàng hàng ngày của họ. Do đó những đôi giày, dép mà họ mua, họ chỉ dự định đi trong 1 mùa.

Thời tiết ở Anh rất đa dạng, khiến người tiêu dùng phải mua giày dép phù hợp với từng mùa. Người tiêu dùng Anh có khuynh hướng sở hữu nhiều loại giày dép thiết kế khác nhau cho phù hợp với thời tiết.

Trước tình trạng suy thoái kinh tế, người tiêu dùng Anh phản ứng theo những cách khác nhau, tuy nhiên số tiền chi tiêu cho giày dép của họ đều giảm. Một số người mua giày dép giá rẻ hơn. Một số người khác giảm số lượng và chỉ mua những đôi cần thiết. Họ cũng chọn những đôi giày tiện lợi, phù hợp và bền hơn. Mặc dù vậy, thời trang tiếp tục là nhân tố quan trọng. Phụ nữ Anh ưa thích các loại giày dép thể hiện được nữ tính của họ và theo sát xu hướng thời trang mới nhất.

2. Xu hướng của ngành

Năm 2010, sản xuất giày dép ở Vương quốc Anh đạt trên 11 triệu đôi, trị giá 219 triệu euro, giảm trung bình 6,3%/năm về giá trị và giảm 5,9%/năm về số lượng kể từ năm 2004. Tính chung trên toàn lãnh thổ EU, sản xuất giảm 2,7%, do đó mức giảm của Anh là cao hơn nhiều so với mức giảm trung bình của toàn khối. Anh hiện là nhà sản xuất giày dép đứng thứ 10 trong EU, sau Ba Lan và Slovakia. Anh chỉ chiếm 1,2% tổng sản xuất giày dép Châu Âu. Mức giảm đáng kể trong giai đoạn đầu của thời kỳ nghiên cứu một phần là do ngành đã phản ứng rất chậm trước sự tăng trưởng mạnh mẽ của hàng nhập khẩu giá rẻ, đặc biệt là từ Trung Quốc và Việt Nam. Ngành công nghiệp giày dép hiện đã trở nên cạnh tranh hơn, khiến tốc độ giảm chậm hơn.

Sự giảm sút trong sản xuất giày dép tại Anh sẽ vẫn tiếp diễn trong thời gian tới khi hàng nhập khẩu giá rẻ tiếp tục tràn vào thị trường với số lượng lớn. Các nhà sản xuất tại Vương quốc Anh đang phải nhờ tới quảng cáo, và trong trường hợp giày dép thể thao, phải dùng chiêu thức tài trợ. Chẳng hạn Umbro đã tài trợ Hiệp hội Bóng đá Anh. Điều này cho thấy người tiêu dùng lựa chọn giày dép dựa vào thương hiệu hơn là cửa hàng bán lẻ.

Khu trung tâm công nghiệp giày dép của Anh nằm ở vùng East Midlands, nước Anh. Trải qua nhiều thập kỷ, khu trung tâm hiện nay không còn lại gì nhiều, phần nhiều trong tình trạng ảm đạm ngoại trừ C&J Clark, một nhà máy thành lập năm 1825, vẫn tiếp tục tồn tại bất chấp xu hướng đi xuống chung của ngành. Sự thành công của nó dựa trên danh tiếng về chất lượng giày dép trẻ em. Sản phẩm của nhà máy vẫn hiện diện mạnh mẽ ở thị trường bán lẻ Anh và đang tăng ở thị trường quốc tế. Sản lượng của C&J Clark hàng năm lên tới 40 triệu đôi nhưng tổng sản lượng của Anh lại giảm hàng năm vì xu hướng thuê gia công hay chuyển các nhà máy sản xuất ra nước ngoài.

Việc tăng hàng giày dép nhãn hiệu khiến có sự thay đổi về cơ cấu sản xuất giày dép của Anh. Nhà sản xuất quan trọng C&J Clark hiện sản xuất, tiếp thị và phân phối theo chiều dọc. Các nhà sản xuất trong nước không thể cạnh tranh được trong các mặt hàng giày dép chủ đạo nhưng một vài nhà sản xuất vẫn còn “sống sót” được bằng việc chuyển về

các lĩnh vực như giày công nghệ và giày bảo hộ hoặc dòng sản phẩm cao cấp của thị trường như các loại giày trang trọng. Ngành thiết kế giày dép cũng đang phát triển rất mạnh mặc dù hầu hết các mẫu mã thiết kế được thực hiện ở nơi khác.

Các nhà sản xuất giày dép chất lượng cao vẫn tồn tại, và một số nhà sản xuất giày dép da truyền thống đang gặt hái được một số thành công tại các thị trường xuất khẩu bởi họ tận dụng được tối đa kỹ năng và truyền thống nổi tiếng của mình.

3. Xu hướng về phong cách sống

Thị trường giày dép của Anh đang có xu hướng bảo hòa, hầu hết việc mua giày vẫn dựa vào nhu cầu cần thay thế. Tuy nhiên, khi mức thu nhập của người dân Anh ngày càng cao, họ sẽ chi nhiều tiền mua giày dép hơn và cha mẹ cũng sẽ chi nhiều tiền mua giày dép cho con cái hơn. Một phần cũng nhờ ảnh hưởng từ quảng cáo.

Phương tiện truyền thông ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của thị trường giày dép tại Anh. Việc ăn mặc của người dân Anh cũng bị ảnh hưởng nhiều từ các nhân vật nổi tiếng trên truyền hình. Chẳng hạn kiểu giày mà một số nhân vật trên chương trình "Sex và City" của chương trình truyền hình Hoa Kỳ sử dụng đang được các khách hàng nữ ở Anh săn lùng sau khi xem chương trình. Điều này cũng nói lên rằng mẫu mã, kiểu dáng giày dép tương lai sẽ là bản sao mẫu mã kiểu dáng giày dép mà các nhân vật nổi tiếng sử dụng hoặc khách hàng nhìn thấy trên các tạp chí hay trên các chương trình truyền hình.

4. Xu hướng về phân khúc thị trường

Theo thời gian, phân khúc thị trường về độ tuổi ở Anh cũng thay đổi. Khách hàng mua sắm trong độ tuổi 15-24 và 45-54 tăng mạnh trong khi đó khách hàng mua sắm trong độ tuổi 25-34 giảm đáng kể giúp ta xác định được đâu là khách hàng tiềm năng hay đâu là các kiểu dáng giày, dép có triển vọng tăng trưởng mạnh nhất trong tương lai.

Mỗi phân khúc thị trường theo độ tuổi sẽ tương ứng với một số kiểu dáng giày dép nhất định. Phân khúc khách hàng trẻ tuổi thường có xu hướng dễ chấp nhận các mẫu mã, kiểu dáng giày dép mới hơn và cũng có phản ứng nhanh với sự thay đổi của thời trang, ngược lại phân khúc khách hàng cao tuổi bảo thủ hơn và thường trung thành với các mẫu mã mang tính truyền thống của mình.

Một xu hướng phân khúc thị trường khác ở Anh là việc chia thị trường theo kiểu dáng của giày dép. Ví dụ: phân khúc giày dép thể thao tăng trưởng kéo theo sự phát triển của giày dép thông thường mang thoải mái của nam giới. Xu hướng này kết hợp với các kiểu dáng trang phục mặc thoải mái ngày càng nhiều đã và chắc chắn sẽ tiếp tục làm tăng doanh số các loại giày dép này. Tuy nhiên, gần đây thị trường Anh có những dấu hiệu thay đổi về thời trang hướng tới các kiểu dáng quần áo thanh lịch hơn. Điều này sẽ khiến nhu cầu về các loại giày dép trang trọng hay thời trang cũng sẽ tăng.

5. Xu hướng bán lẻ

Hai khuynh hướng phân phối chính trong lĩnh vực bán lẻ giày dép tại Anh đều ảnh hưởng trực tiếp tới cách tiếp cận thị trường này của các nhà xuất khẩu tại nước đang phát triển.

- Trước hết, là việc giảm lực lượng chuyên gia ngành giày dép đối với các kênh không chuyên. Giày dép được bán nhiều chủng loại tại các đại lý của công ty. Nhiều siêu thị như Tesco và Asda hiện bán nhiều loại giày dép.

- Một sự thay đổi lớn nữa là các loại giày dép nhãn hiệu ngày càng xa rời các nhà bán lẻ chuyên biệt độc lập sang các cửa hàng chuỗi.

6. Xu hướng sản xuất

Các xu hướng chính và đặc điểm của sản xuất giày dép tại Vương quốc Anh là:

- Xu hướng sử dụng sự xác nhận của người nổi tiếng cho sản phẩm. Các nhà sản xuất đã và đang phải vật lộn để duy trì sự hiện diện của họ trên thị trường. Để duy trì độ phủ của thương hiệu, một số nhà sản xuất đã sử dụng sự xác nhận của người nổi tiếng như một phương tiện giữ sản phẩm của họ để thu hút sự chú ý của công chúng.
- Xu hướng thuê ngoài. Đây là một điểm đặc trưng của ngành công nghiệp giày dép của Anh trong nhiều năm qua nhưng nó vẫn tiếp tục quan trọng. Do lạm phát toàn cầu và đồng bảng Anh yếu, giá sản xuất của các nước được thuê gia công hiện nay (Trung Quốc, Việt Nam, Ấn Độ) tăng. Vì vậy, sẽ có một xu hướng di chuyển hoạt động đến các quốc gia có chi phí rẻ hơn và/hoặc gần hơn để đảm bảo giao hàng nhanh chóng và cập nhật thường xuyên các bộ sưu tập giày dép thời trang thay đổi theo mùa.
- Xu hướng liên doanh với các công ty Trung Quốc. Các nhà sản xuất Anh, những người nghĩ rằng cũng có thể có một cơ hội để bán sản phẩm giày dép của họ tại các thị trường mới nổi Trung Quốc, đang có xu hướng liên doanh với các công ty tại quốc gia này. Một số nhà sản xuất cũng đang tìm kiếm cơ hội liên doanh với các công ty tại thị trường Ấn Độ.

7. Xu hướng bán hàng qua mạng

Xu hướng bán hàng qua mạng tiếp tục gia tăng. Mặc dù suy thoái kinh tế, kênh bán hàng này vẫn tiếp tục tăng trưởng mạnh, nhiều trang web bán hàng thời trang mới tiếp tục được mở. Các nhà bán lẻ qua mạng thành công phải kể đến <http://www.mywardrobe.com>, vốn chỉ bán hàng qua mạng và chỉ bán hàng may mặc và giày dép mới nhất. Lý do thành công của các trang web này là việc sử dụng các thương hiệu nổi tiếng đã thu hút được người tiêu dùng. Một trang web bán giày dép thành công khác là <http://www.javari.co.uk>, vốn được quản lý bởi Amazon.

8. Xu hướng về giá

Giá bắt đầu tăng bất chấp suy thoái kinh tế. Thời đại của thời trang giá rẻ đã qua. Các nhà bán lẻ có không còn nhiều cơ hội để giảm giá hơn nữa. Những yếu tố khác như sự suy yếu của đồng bảng Anh và tăng giá từ nhà cung cấp có nghĩa là giá đã được cắt giảm hết mức có thể. Xu hướng mua hàng từ các nhà bán lẻ giảm giá và siêu thị sẽ tiếp tục nhưng điều này cũng sẽ tạo sự đồng nhất thị trường và giảm sự lựa chọn.

XU HƯỚNG SẢN PHẨM

Xu hướng quan tâm đến phong cách. Xu hướng này sau sự phổ biến của "It Bag" - những chiếc túi thời thượng chưa bao giờ đánh mất chỗ đứng của chúng trong tim những tín đồ yêu thích thời trang toàn thế giới, vốn là những món hàng không thể thiếu của một nhãn hiệu thiết kế đắt tiền (Jimmy Choo, Mulberry, D & G, Louboutin, Fendi, Prada).

Đi những đôi giày này khiến phụ nữ trở nên nổi bật và cá tính. Mặc dù suy thoái kinh tế, phong cách giày dép vẫn còn được quan tâm, đặc biệt là trong các phân khúc hàng đẹp, đắt tiền và sang trọng, vốn dành cho phụ nữ trẻ sẵn lòng trả giá cao.

Xu hướng trở lại nhân tố chức năng. Người tiêu dùng có xu hướng ngày càng sử dụng các loại giày dép chức năng và giảm sử dụng các loại giày dép có thương hiệu chất lượng cao. Điều này chủ yếu là do tình hình tín dụng của hầu hết người tiêu dùng suy giảm. Trước đây, giày đã trở thành “lẽ sống” của nhiều người tiêu dùng, họ có thể đổ những đồng xu cuối cùng cho một đôi giày thời trang mà họ ưa thích. Tuy nhiên, hiện nay người tiêu dùng đang phải đối mặt với số tiền chi tiêu lớn hơn và cấp bách hơn, và do đó họ đang quay trở lại xu hướng chỉ mua khi cần thiết.

Giày dép thân thiện với môi trường vẫn tiếp tục phát triển sau cuộc suy thoái. Nhiều nhà bình luận nghĩ rằng "giày dép xanh 'hay' giày dép thân thiện với môi trường" sẽ phải vật lộn trong suy thoái. Điều này đã chứng minh là hoàn toàn sai, một phần vì nhận thức của người tiêu dùng đang thay đổi. Chăm sóc môi trường đã trở thành một yếu tố bổ sung khi mua hàng của họ. Ngoài ra, hiện nay giày dép thân thiện với môi trường đã có những thiết kế tốt hơn. Ví dụ, thương hiệu Ethical Wares - <http://www.ethicalwares.com> - cung cấp giày dép làm bằng vật liệu không phải là động vật, thoáng và được làm bằng vật liệu tái chế. Họ bán các loại giày bột, giày búp bê và giày đế mềm với giá cả phải chăng. Một ví dụ khác là <http://www.beyondskin.co.uk> bán các sản phẩm giày dép thời trang, bao gồm các loại giày dép cô dâu. Các nhãn hiệu khác là: Holster, Ipanema, Riva, Powder, Made By và Jackie Brazil.

Đối với các nhóm sản phẩm, giày dép da chiếm ưu thế về giá trị sản xuất. Theo Eurostat:

- Gần 73% tổng giá trị sản xuất (158 triệu euro) hoặc 65% khối lượng sản xuất là
- giày dép da. Phần lớn trong số này là giày dép đi ngoài trời, trong đó 47% (74 triệu euro) là giày dép dành cho nam giới, 36% (57 triệu euro) là giày dép nữ và 17% (27 triệu euro) là giày dép trẻ em.
- Khoảng 2% (5 triệu euro) là giày dép đi trong nhà, 70% trong số đó là da và còn lại là giày dép cao su hoặc nhựa.
- Phần còn lại 25% (54 triệu euro) được phân chia như sau:
 - Các bộ phận giày dép chiếm 7% về giá trị (17 triệu euro), nhưng 29% về khối lượng.
 - Giày dép vải chiếm 16% (33 triệu euro), hoặc 31% về khối lượng
 - Giày dép cao su hoặc nhựa chiếm 2% (4 triệu euro), hoặc 6% về khối lượng.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

- + Khi người tiêu dùng Anh đã trở nên quen với giá giày dép thấp, các nhà bán lẻ luôn luôn tìm kiếm các nguồn cung cấp mới để tìm các loại giày dép có giá cả cạnh tranh, mẫu mã thiết kế đẹp. Đây là cơ hội tốt cho các nhà sản xuất tại các quốc gia đang phát triển, miễn là họ biết cách sử dụng chiến lược giá cả hợp lý.
- + Các nhà xuất khẩu tại các quốc gia đang phát triển cũng có thể hưởng lợi từ xu hướng thời trang đạo đức. Nhiều người tiêu dùng đang trở nên hoài nghi đối với doanh nghiệp lớn, đặc biệt là các nhà bán lẻ lớn sử dụng các công ty mà bóc lột lao động ở các nước đang phát triển. Nếu bạn có thể chứng minh rằng bạn không làm

như vậy, và nếu bạn có thể cung cấp được dòng sản phẩm tốt, và có thể truyền thông cho người tiêu dùng nắm rõ điều này, bạn sẽ có một cơ hội tốt.

- + Xu hướng bán hàng trực tuyến có thể cung cấp nhiều cơ hội. Các nhà bán lẻ trực tuyến không phải đối mặt với một số vấn đề như các nhà bán lẻ thông thường về việc lưu trữ hàng và phân phối. Trong nhiều trường hợp, các nhà cung cấp sẽ lưu trữ hàng cho họ. Điều này cho phép nhà bán lẻ trực tuyến có thể giới thiệu nhiều dòng sản phẩm hơn và do đó sẽ dễ tiếp nhận các nhà cung cấp mới.
- + / - Tầm quan trọng của thời trang tiếp tục phát triển. Đây là cơ hội nhưng cũng là thách thức cho các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển. Nói cách khác, nó tạo ra nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm mới. Tuy nhiên, đây cũng là thách thức nếu nhà xuất khẩu tại quốc gia đang phát triển không có khả năng thiết kế tốt và không tạo ra phong cách mới nhanh, họ sẽ bị cạnh tranh.
- + / - Thương hiệu hiệu đóng vai trò quan trọng hơn trong quyết định mua hàng của người tiêu dùng khi mua quần áo và giày dép. Điều này khiến các nhà xuất khẩu giày dép không có thương hiệu từ các nước đang phát triển gặp nhiều khó khăn khi xâm nhập vào thị trường Anh. Tuy nhiên, sẽ có một số cơ hội cho các nhà sản xuất có thương hiệu của Anh thuê gia công bên ngoài.
- Vì Vương quốc Anh không thuộc khu vực đồng tiền chung châu Âu, những động thái tiền tệ sẽ tác động đến giá trị nhập khẩu. Đồng bảng Anh tương đối yếu kể từ năm 2008. Điều này sẽ làm cho hàng nhập khẩu của Anh đắt tiền hơn.

Tóm lại, bất kỳ xu hướng nào cũng có thể là cơ hội cho xuất khẩu này nhưng lại thách thức đối với nhà xuất khẩu khác. Người mua hàng của Anh không phải lúc nào cũng trung thành với nhà cung cấp, vì vậy luôn cảnh giác rằng người mua hàng có thể chọn nhà cung cấp khác thay thế bạn bất kỳ lúc nào. Và để điều này không xảy ra, bạn phải chứng tỏ rằng mình đang sở hữu nhiều lợi thế cạnh tranh.