

Những thách thức trong ngành công nghiệp thời trang thế giới và yêu cầu chuyển đổi theo hướng bền vững

The challenges in the global fashion industry and the need to shift toward sustainability

Bùi Mai Trinh*
Bui Mai Trinh*

*Khoa Sau Đại học, Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp, Hà Nội, Việt Nam
Graduate School, University of Art and Design, 11511, Ha Noi, Viet Nam*

(Ngày nhận bài: 11/11/2022, ngày phản biện xong: 11/12/2022, ngày chấp nhận đăng: 17/02/2023)

Tóm tắt

Thời trang bền vững là một chủ đề thu hút nhiều cuộc thảo luận trên quy mô toàn cầu trong nhiều thập kỷ qua. Mục đích của nghiên cứu này là làm rõ những thách thức mà hệ thống thời trang đương đại đang phải đối mặt và trả lời cho câu hỏi “vì sao ngành công nghiệp này cần phải có sự chuyển đổi theo hướng bền vững hơn”. Kết quả nghiên cứu cho thấy ngành công nghiệp thời trang đang tồn tại một số vấn đề nghiêm trọng như ô nhiễm, lạm dụng tài nguyên thiên nhiên, thiếu minh bạch về môi trường làm việc và nguồn gốc sản phẩm. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra các hoạt động thiếu bền vững trong ngành này đã tạo thành nhiều vấn đề tiêu cực của xã hội. Do đó, bài báo cung cấp một cái nhìn tổng thể về hệ thống thời trang đương đại và những nghịch lý đang tồn tại. Nó cũng góp phần thu hút sự quan tâm của cộng đồng các chuyên gia, nhà thiết kế, các cơ sở giáo dục đại học và các bên liên quan trong hệ thống thời trang nước ta nhằm tìm ra giải pháp cho sự chuyển đổi của thời trang bền vững tại Việt Nam.

Từ khóa: Thiết kế thời trang; thời trang bền vững; thiết kế bền vững; hệ thống thời trang; ngành công nghiệp thời trang

Abstract

Over the past decades, sustainable fashion has been an important topic that attracted discussion extensively on a global scale. This study aims to clarify the challenges facing contemporary fashion and answer the question “why the industry needs a transition towards more sustainability”. The research results show that the fashion industry has several problems, such as pollution, overuse of natural resources, lacking transparency in the working environment and source of products. Besides, the study also shows the dark side of society that is affected by the unsustainable activities in this industry. Therefore, this article provides an overview of the contemporary fashion system and its existing paradox. It also contributes to attracting the engagement of fashion experts, designers, higher education institutions and stakeholders in our country to figure out solutions for the shift of Sustainable Fashion in Vietnam.

Keywords: fashion design; sustainable fashion; design for sustainability; fashion system; fashion industry

*Tác giả liên hệ: Bùi Mai Trinh; Khoa Sau Đại học, Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp, Hà Nội, Việt Nam
Email: maitrinhtcn@gmail.com

1. Giới thiệu

Thời trang đương đại đang thực sự đối mặt với những vấn đề đáng lo ngại. Chúng ta đang sống trong giai đoạn được đánh giá là “thời đại của chủ nghĩa tiêu dùng” và “chủ nghĩa thực dụng”. Chúng len lỏi và tham gia vào cuộc sống hàng ngày của mỗi người dân từ thành thị đến nông thôn. Trong đó, ngành công nghiệp thời trang với những đặc điểm thường xuyên thay đổi như tính “xu hướng” và sự “lỗi thời” khiến mọi thứ càng diễn ra nhanh chóng hơn [1]. Cảm giác "lỗi thời" của người tiêu dùng dẫn đến những ham muốn mua-mặc-vứt bỏ diễn ra liên tục. Chính điều này đã thúc đẩy ngành công nghiệp thời trang và khách hàng tìm kiếm những thứ mới lạ trong một chu kỳ liên tục của nhu cầu-sản xuất-tiêu dùng-thải loại [2], [3], [4], [5]. Vì thế, quy mô của ngành công nghiệp này được dự báo sẽ tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm là 4% từ năm 2022 đến năm 2030 [6]. Đặc biệt, trong thời đại Công nghiệp 4.0, sự lớn mạnh của việc phân phối và tiếp cận người tiêu dùng từ các trang thương mại điện tử góp phần thúc đẩy tăng trưởng thị trường thời trang và dệt may vô cùng mạnh mẽ so với các giai đoạn trước đây.

Con số mặt hàng quần áo và giày dép được sản xuất bởi ngành công nghiệp thời trang là khoảng 130,6 tỷ sản phẩm, chỉ tính riêng trong năm 2019 [7]. Theo một nghiên cứu về mức tiêu thụ quần áo và các sản phẩm dệt may tại thị trường thuộc Liên minh Châu Âu (EU), các con số tiêu thụ các mặt hàng thời trang đã liên tục tăng trong vài thập kỷ qua. Trung tâm Nghiên cứu Chung (Joint Research Center) ước tính mức tiêu thụ trung bình của EU là 9,5 triệu tấn sản phẩm dệt mỗi năm, 19kg mỗi người, trong đó tính riêng quần áo là 13,5kg [8]. Điều này đồng nghĩa với lượng khí thải CO₂ trong quá trình sản xuất, sử dụng hoặc loại bỏ những mặt hàng này. Bên cạnh đó, theo số liệu của Cơ quan Môi trường Châu Âu (EEA), số lượng

quần áo bị vứt bỏ bởi một gia đình ở EU trung bình là 30kg một năm. Trong số đó, chỉ có khoảng 15% được đem đi tái chế hoặc quyên góp, và phần còn lại sẽ cùng với rác thải sinh hoạt không thể tái chế được đưa đến lò đốt rác hoặc các bãi chôn lấp.

Có hai nguyên nhân chính dẫn đến việc tiêu thụ quá mức thời trang trong những năm gần đây. Thứ nhất, giá quần áo ngày càng rẻ do sử dụng nguyên liệu kém chất lượng và nguồn cung cấp rẻ. Thứ hai, hiện tượng “fast fashion” (thời trang nhanh) với đặc trưng sản xuất hàng loạt, không ngừng cập nhật xu hướng và liên tục cho ra đời những bộ sưu tập mới hàng tháng, thậm chí hàng tuần. Ví dụ, một số thương hiệu thời trang bán lẻ như Zara và H&M tung ra thị trường từ 12 đến 24 bộ sưu tập mới mỗi năm, thay vì hai mùa như thời trang truyền thống [9], [10], [11].

Nhìn chung, những thách thức và tác động tiêu cực mà hệ thống thời trang đang phải đối mặt liên quan đến một loạt các vấn đề về môi trường, xã hội, văn hóa và kinh tế. Do đó, bài viết này sẽ tập trung mô tả các kết quả của phương pháp nghiên cứu dữ liệu thứ cấp, sau đó phân tích và thảo luận xoay quanh năm vấn đề chính yếu liên quan đến những thách thức mà ngành thời trang đang phải đối mặt. Nghiên cứu cũng đánh giá vai trò quan trọng của nhà thiết kế thời trang trong mối quan hệ giữa thời trang và tính bền vững, đồng thời gợi ý một số giải pháp để nâng cao nhận thức về thời trang và sự bền vững cho các nhà thiết kế và các bên liên quan trong bối cảnh nước ta hiện nay.

2. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.1. Sử dụng quá mức các nguồn tài nguyên

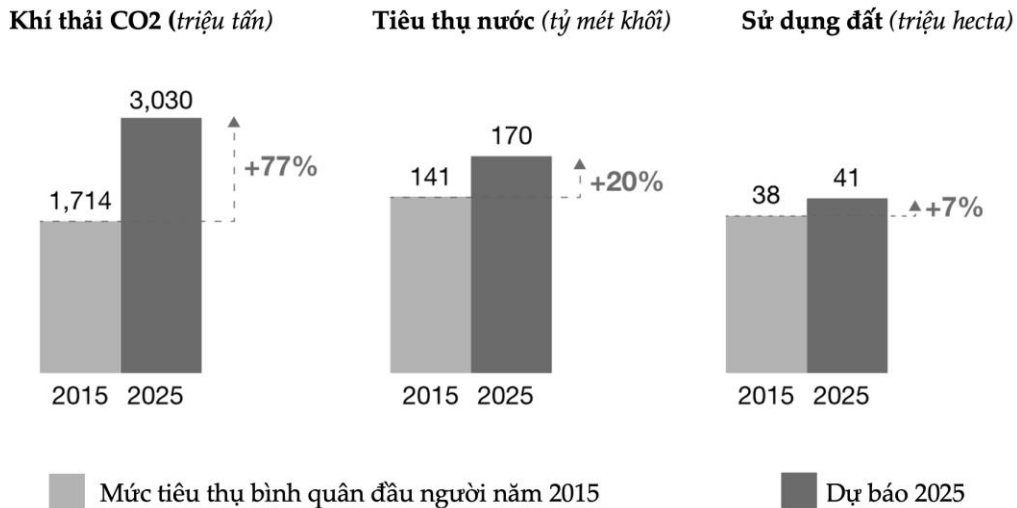
Thời trang là một trong những ngành công nghiệp sản xuất ra hàng hóa đứng đầu thế giới. Để duy trì hoạt động, ngành công nghiệp này cần một lượng lớn tài nguyên, như sử dụng năng lượng, vật liệu và hóa chất trong quá trình

sản xuất, cũng như sử dụng năng lượng và chất tẩy rửa trong việc bảo trì và chăm sóc [12], [13], [14]. Ngoài ra, việc vận chuyển và phân phối hàng may mặc giữa các khu vực sản xuất, kinh doanh thời trang; hoặc xử lý các sản phẩm khi hết nhu cầu sử dụng cũng góp phần tác động xấu đến môi trường sinh thái [13].

Trong vòng đời một sản phẩm thời trang, dù là một chiếc áo phông làm từ sợi bông hay một đôi giày da, thì nguyên liệu đầu vào cũng đòi hỏi một lượng lớn tài nguyên thiên nhiên như tài nguyên đất và nước để trồng trọt và chăn nuôi [15], [16], [17], [18], [19], [20]. Báo cáo Kinh tế dệt may mới: Thiết kế lại tương lai của thời trang của quỹ Ellen Macathur ước tính, vào năm 2015, ngành dệt may toàn cầu chịu trách nhiệm về việc tiêu thụ 79 tỷ mét khối nước, thải ra 1715 triệu tấn CO₂ và 92 triệu tấn chất thải. Báo cáo cũng ước tính rằng vào năm 2030, những con số này sẽ tăng ít nhất 50% nếu không có các chiến lược đổi mới trong chuỗi cung ứng thời trang. Đặc biệt, khi khách hàng ở các nước đang phát triển chọn mua nhiều quần áo hơn và sức mua tăng lên, khả năng cao 80% dân số của các nền kinh tế mới nổi sẽ đạt được mức tiêu thụ quần áo tương tự như phương Tây hiện nay vào năm 2025 (Hình 1). Như vậy, điều này đồng nghĩa với việc các loại tài nguyên nước và đất sẽ được sử dụng dự đoán tăng cao, lần lượt là 7% và 20% trong 10 năm từ 2015 đến 2025 [21].

Các thống kê chỉ ra rằng ngành công nghiệp thời trang là một trong những ngành tiêu thụ một lượng nước rất lớn [22]. Quá trình nhuộm và hoàn thiện tất cả quần áo của ngành công nghiệp thời trang đòi hỏi khoảng 1,5 nghìn tỷ lít nước ngọt mỗi năm. Điều này tạo ra áp lực rất lớn đối với nguồn tài nguyên quý giá này. Chúng ta xem xét sản xuất sợi bông như một ví dụ về việc tiêu thụ tài nguyên nước. Để sản xuất một cân sợi bông cần 20.000 lít nước, để nhuộm mỗi tấn bông cần tới 200 tấn nước ngọt [17]. Hiện nay, ngành công nghiệp dệt may cũng đang thử nghiệm các loại sợi tự nhiên khác từ các loại cây như cây gai dầu, cây lanh, cây tầm ma... bởi chúng là loại cây sinh trưởng mà không cần sử dụng quá nhiều nước, phân bón và thuốc trừ sâu. Tuy nhiên, các loại sợi này vẫn chưa chiếm số lượng lớn trong tổng số vật liệu may mặc toàn cầu.

Ngành công nghiệp thời trang cũng là nguyên nhân dẫn đến sự suy thoái tài nguyên đất. Đất là một yếu tố tự nhiên quan trọng trong hệ sinh thái, nhưng chúng ta hiện đang phải đối mặt với sự suy thoái đất trên phạm vi toàn cầu. Những căng thẳng tài nguyên đất xuất hiện ở nhiều cấp độ, như chăn thả gia súc trên đồng cỏ để lấy lông; thoái hóa đất do sử dụng ô-át hóa chất để trồng bông; nạn phá rừng để cung cấp gỗ cho các nhà máy dệt sợi [23], [24]. Hàng năm, ở khắp nơi trên thế giới, hàng nghìn héc ta rừng bị chặt phá và thay thế bằng rừng trồng để làm vải nhân tạo từ gỗ như vải rayon, viscose, modal.



(Nguồn: World Bank; McKinsey)

Hình 1. Tác động môi trường dự đoán sẽ gia tăng nếu 80% thị trường mới nổi đạt đến mức tiêu thụ bình quân đầu người của phương Tây.

Có thể thấy rằng, phần lớn các nguyên liệu đầu vào được sử dụng trong ngành công nghiệp thời trang đều có nguồn gốc từ nguyên liệu tự nhiên hoặc các loại nguyên liệu thô thuộc nhóm không thể phục hồi. Tuy nhiên, chỉ dưới 15% số nguyên liệu này được tái chế hoặc được tái sử dụng (theo Cơ quan Môi trường châu Âu). Hầu hết các sản phẩm quần áo, giày dép, hay túi xách vẫn bị xử lý bằng cách thiêu huỷ hoặc chôn lấp khi không còn được sử dụng, điều này cũng trực tiếp gây ra những vấn đề ô nhiễm môi trường được đề cập dưới đây.

2.2. Ô nhiễm

Mỗi bước trong quy trình sản xuất quần áo đều có những tác động nhất định đến môi trường, từ sản xuất nguyên vật liệu đến sản xuất thành phẩm, vận chuyển, phân phối, và thải bỏ. Ngành công nghiệp thời trang được đánh giá là một trong những ngành gây ô nhiễm nhất thế giới, thậm chí chỉ đứng sau ngành công nghiệp dầu mỏ. Sự phát triển của ngành đồng nghĩa với sự cạn kiệt tài nguyên và ô nhiễm nguồn nước và đất như đã đề cập trong mục 2.1.

Vấn đề ô nhiễm diễn ra tại nhiều quốc gia sản xuất hàng may mặc, ví dụ như ở Trung Quốc và Ấn Độ, các loại chất thải có hại chưa

qua xử lý từ các nhà máy dệt được đổ trực tiếp ra các con sông gây ô nhiễm, thay đổi toàn bộ môi trường tự nhiên của các dòng sông này [25]. Các chất độc hại như chì, thủy ngân và asen được tìm thấy trong nước thải của các nhà máy sản xuất sợi, những chất này gây ra những tác hại đối với đời sống thủy sinh và sức khỏe của hàng triệu người sống gần vùng nước đó.

Ô nhiễm nước không chỉ dừng lại ở các dòng sông, mà còn đi ra biển và đại dương. Một ví dụ điển hình là sợi polyester, được làm từ nhiên liệu hóa thạch và không phân hủy sinh học, chiếm 16% lượng sợi được sử dụng. Polyester, nylon và acrylic giải phóng các sợi vi nhựa (micro-plastic), thải chất độc ra môi trường. Các hạt vi nhựa này có thể xuất hiện trong chuỗi thức ăn của con người.

Lĩnh vực phụ kiện thời trang cũng đang phải đối mặt với những thách thức về mặt môi trường trong quá trình thuộc da, sản xuất giày và túi xách cũng như vòng đời của sản phẩm. Vật liệu da thuộc được sử dụng làm phần lớn các loại phụ kiện, và công nghiệp thuộc da là một ngành công nghiệp gây ô nhiễm nặng, sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên. Ngoài lượng lớn tài nguyên cần thiết để chăn nuôi như đất,

nước và các loại thức ăn dành cho gia súc, tác động môi trường phải kể tới là quy trình thuộc và hoàn thiện da, cũng như các giai đoạn sản xuất và vận chuyển [19]. Một nghiên cứu của Thanikaivelan và cộng sự (2007) chỉ ra quá trình sơ chế và thuộc da là quá trình phức tạp sử dụng nhiều loại hóa chất độc hại, đóng góp đến gần 90% tổng lượng ô nhiễm của ngành [26]. Điều này có thể dẫn đến tỉ lệ các chất độc hại trong nước thải gây nguy hiểm cho sức khỏe, có khả năng dẫn đến nguy cơ ung thư cho những người trong ngành công nghiệp, cũng như những người sống gần dòng nước thải từ các nhà máy thuộc da [27]. Ngoài ra, đối với các sản phẩm phụ kiện thời trang, quá trình sản xuất đã và đang tiếp tục là một quá trình độc hại đối với không chỉ người lao động mà còn cả hệ sinh thái. Lấy ví dụ ngành công nghiệp giày dép, để sản xuất một đôi giày thể thao, hơn 13kg khí thải CO₂ được thải ra, tương đương với việc bật một bóng đèn 100 wat trong một tuần, theo đánh giá vòng đời do MIT thực hiện. Chỉ tính riêng thương hiệu Nike đã bán được trung bình 120 triệu đôi giày mỗi năm [28]. Những điều này cho thấy mức độ ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp rõ ràng của ngành công nghiệp da giày đối với cả con người và môi trường tự nhiên.

Một lĩnh vực khác của phụ kiện thời trang là thiết kế đồ trang sức. Lĩnh vực này cũng có tác động môi trường đáng kể trong việc sử dụng các nguồn tài nguyên thiên nhiên quý hiếm như kim cương và vàng. Mặc dù đặc tính bền vững vốn có của tất cả các loại trang sức làm từ chất liệu quý có thể sử dụng lâu dài, nhưng quá trình khai thác các nguồn tài nguyên này gây ra sự thay đổi đáng kể về sinh thái và môi trường. Trong lĩnh vực trang sức, việc sử dụng các chúng chỉ để đảm bảo rằng nguyên liệu có nguồn gốc từ các khu vực không có xung đột là phổ biến, ví dụ, kim cương và vàng được công nhận bởi chứng chỉ Quy trình Kimberley và

Quy tắc vàng, để đảm bảo các phương pháp khai thác không có tác động gây hại [29].

Do các hoạt động không bền vững và phức tạp trong chuỗi cung ứng, ngành công nghiệp toàn cầu này đã và đang gây ra những ảnh hưởng xấu đến hệ sinh thái cũng như đời sống con người. Ví dụ, lượng khí thải CO₂ của ngành công nghiệp thời trang còn vượt qua cả các chuyến bay quốc tế và vận chuyển hàng hải cộng lại với hơn 1,2 tỷ tấn CO₂, nó được ước tính chiếm 10% tổng lượng khí thải carbon thải ra trên toàn cầu [30]. Vì vậy, chúng ta cần thay đổi cách thức tạo ra sản phẩm để giảm thiểu tiêu thụ tài nguyên thiên nhiên và gây ô nhiễm môi trường.

2.3. Điều kiện làm việc

Ngoài những tác động có hại đến môi trường nêu trên, chúng ta cũng không thể bỏ qua những tác động xã hội của ngành này. Điều kiện việc làm thiếu an toàn, lao động cưỡng bức và lao động trẻ em, thời gian làm việc quá tải, mức lương thấp, phân biệt đối xử, bất bình đẳng giới vẫn là đặc điểm của ngành sản xuất hàng may mặc. Thêm vào đó, do đặc thù của ngành, phần lớn công nhân may mặc trên toàn cầu là phụ nữ, nên nguy cơ bạo lực và quấy rối tình dục vẫn ở mức cao; các nghiên cứu chỉ ra rằng cứ 5 công nhân nữ trong các xưởng may thì có 2 người không nhận được mức lương tương đương với nam giới [31].

Mặt khác, sự chuyên dịch sản xuất thời trang từ các nước thu nhập cao sang các nước thu nhập thấp để tận dụng nguồn nhân công giá rẻ được cho là lý do vì sao người lao động chỉ nhận được mức lương rất thấp [16], [32], [33], [34]. Theo báo cáo của Sustain Your Style (SYS), “Công nhân may mặc thường bị buộc phải làm việc từ 14 đến 16 giờ một ngày, bảy ngày một tuần. Vào mùa cao điểm, họ có thể làm việc đến 2 hoặc 3 giờ sáng để đáp ứng thời hạn của nhãn hiệu thời trang. Mức lương cơ bản của họ thấp đến mức họ không thể từ chối

làm thêm giờ - thêm vào đó là nhiều người sẽ bị sa thải nếu họ từ chối làm thêm giờ”.

Trên thực tế, hầu hết quần áo và giày dép được sản xuất ở các quốc gia mà quyền của người lao động bị hạn chế hoặc không tồn tại [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41]. Đặc biệt, nếu điều kiện làm việc được cải thiện ở một quốc gia, các công ty sẽ chuyển đến một quốc gia khác. Ví dụ, trong lĩnh vực sản xuất giày dép, mười năm gần đây, các thương hiệu lớn như Adidas, Nike đã chuyển sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam. Bởi vì ở Trung Quốc thời gian gần đây, mức lương trung bình của người lao động đang tăng lên theo trình độ tay nghề [42], [43].

Kể từ khi Rana Plaza sụp đổ ở Bangladesh vào năm 2013, các thông tin về ngành công nghiệp này đã nhận được sự quan tâm lớn, đặc biệt là về điều kiện làm việc trong chuỗi cung ứng [44]. Những người lao động trong ngành chủ yếu ở các quốc gia có thu nhập thấp, phải đối mặt với điều kiện làm việc tồi tệ, nạn quấy rối tình dục, bất bình đẳng giới và thậm chí là những điều kiện nguy hiểm như các nhà máy tại Bangladesh.

Trong giai đoạn đại dịch COVID-19, chuỗi cung ứng dệt may đã rơi vào tình trạng hỗn loạn khi tỷ lệ tiêu thụ giảm do phần lớn người tiêu dùng phải cắt giảm chi tiêu, trong đó có mua sắm các mặt hàng dệt may. Điều này đã gây ra những hậu quả bất lợi cho người lao động, đặc biệt là ở Nam và Đông Nam Á. Tại Ấn Độ, 20% trong số 1.500 nhà sản xuất quần áo được khảo sát đã cân nhắc cắt giảm lương hoặc sa thải nhân viên hoặc đóng cửa vĩnh viễn; ở Bangladesh, các đơn hàng trị giá 3,17 tỷ USD đã bị hủy bỏ, thiệt hại ảnh hưởng đến khoảng 2,27 triệu công nhân [45]. Do đó, sự chuẩn bị các điều kiện làm việc an toàn, đảm bảo quyền lợi của người lao động, đảm bảo tính công bằng và chuẩn bị cho sự phát triển hậu COVID-19 là yêu cầu thiết yếu trong chuỗi cung ứng thời trang.

2.4. Điều kiện thương mại và tính minh bạch

Cho đến hiện nay, tính bền vững và minh bạch trong hệ thống thời trang là một ưu tiên quan trọng và thể hiện mối quan tâm ngày càng tăng của người tiêu dùng và các công ty [46], [47], [48], [49]. Trong khi tính minh bạch, các quy định, hệ thống kiểm toán, chứng nhận và luật chống lại chế độ nô lệ hiện đại đang có được sức hút, thì tình trạng vi phạm nhân quyền vẫn tiếp diễn. Các nghiên cứu hiện tại cho thấy vẫn còn nhiều thông tin quan trọng về hoạt động của ngành thời trang vẫn còn bị che giấu, đặc biệt là những tác động đến môi trường và cuộc sống của người lao động trong chuỗi cung ứng [16], [50]. Do đó, sự minh bạch trong chuỗi cung ứng và các điều kiện thương mại công bằng là nền tảng để chuyển đổi toàn bộ hệ thống thời trang, tức là hỗ trợ cộng đồng và tôn trọng người lao động; thúc đẩy thông tin và minh bạch chuỗi cung ứng. Tính minh bạch đòi hỏi các công ty phải cho khách hàng được biết ai đã tạo ra quần áo của họ, và làm việc trong điều kiện như thế nào. Các thương hiệu cần chia sẻ công khai thông tin về chuỗi cung ứng với người tiêu dùng [51], [52], [53].

Fashion Revolution năm 2018 đã công bố đánh giá chỉ số minh bạch và xếp hạng các thương hiệu và nhà bán lẻ thời trang lớn nhất toàn cầu dựa trên lượng thông tin được cung cấp về các chính sách và chuỗi nhà cung ứng, tác động đến môi trường và xã hội. Người tiêu dùng cần biết thông tin về các nhà sản xuất quần áo, từ trang trại đến nhà bán lẻ, chi phí sinh hoạt và tiền lương cho người lao động trong ngành thời trang. Ngày nay, có một nghịch lý đang tồn tại giữa đồ trang sức được bán lẻ trong các cửa hàng sang trọng và môi trường làm việc không an toàn của các thợ mỏ và công nhân trang sức trong các mỏ vàng, mỏ kim cương, hay các nhà máy sản xuất đồ trang sức thủ công [54]. Ví dụ, để tạo ra đồ trang sức bằng vàng thủ công đắt giá ở Bangladesh,

những người thợ kim hoàn đang phải đối mặt với nhiều vấn đề tiêu cực về sức khỏe do sử dụng lửa than và xử lý axit nitric và sulfuric trong quá trình sản xuất, môi trường có nhiều bụi kim loại độc hại, có tính axit cao, nhưng lại không được hưởng mức lương tương xứng [55].

Mặc dù điểm đánh giá các chỉ số minh bạch được tăng lên hàng năm, điểm cao nhất năm 2017 là 50%, năm 2019 là 64%. Fashion Revolution cho rằng vẫn còn nhiều điểm ẩn trong ngành mà tổ chức đánh giá chưa thể tiếp cận [7]. Chỉ khi các điều kiện thương mại và tính minh bạch được các công ty và doanh nghiệp sản xuất công bố một cách rõ ràng, khi đó chuỗi cung ứng dệt may mới có khả năng hoạt động bền vững hơn và đảm bảo quyền lợi cho người lao động.

2.5. Tiêu dùng quá mức

Một hệ quả khác từ sự phát triển của ngành thời trang và hiện tượng “fast fashion” là làm thay đổi thói quen tiêu dùng của khách hàng. Hiện nay, các khách hàng đang mua sắm một lượng sản phẩm lớn hơn nhu cầu thiết yếu, bởi tất cả chúng ta đều sống trong thế giới của “sản phẩm đại chúng, tiêu dùng đại chúng và phương tiện truyền thông đại chúng”. Chúng ta có thể tưởng tượng nếu mỗi người trên hành tinh sở hữu một mặt hàng thời trang, thì sẽ có hơn 8 tỷ sản phẩm, trong khi con số trung bình mỗi người thực sự đã mua là khoảng 20 sản phẩm mỗi năm [56]. Tuy nhiên, những sản phẩm này lại không được mặc thường xuyên, thậm chí có quần áo vứt đi khi mới mặc đôi ba lần.

Có thể nêu ba lý do khiến quần áo nhanh chóng bị bỏ đi. Thứ nhất, người tiêu dùng có khả năng mua nhiều mặt hàng thời trang là do giá thành các sản phẩm thời trang hiện nay khá thấp. Điều này đồng nghĩa với chất lượng sản phẩm này không cao, dẫn đến chất lượng quần áo kém đi sau một thời gian ngắn sử dụng, dễ sờn cũ, phai màu, mất phom dáng. Thứ hai, xu hướng thay đổi nhanh chóng và được cập nhật

thông qua các phương tiện truyền thông, cùng với các bộ sưu tập mới liên tục được tung ra. Chính “cảm giác lạc hậu” của người tiêu dùng dẫn đến việc họ mua sắm liên tục để cập nhật xu hướng. Cuối cùng, “fast fashion” sản xuất hàng loạt và tạo ra khối lượng hàng hóa khổng lồ, bày bán tràn lan nên việc sở hữu một món đồ thời trang trở nên dễ dàng.

Theo giáo sư Kate Fletcher, mối quan hệ giữa hành vi tiêu dùng của khách hàng có quan hệ mật thiết với chất lượng và nhãn hiệu sản phẩm. Thói quen mua sắm của người dân Vương quốc Anh đã tăng gấp 4 lần so với trước đây, đặc biệt là mức độ tiêu dùng và vứt bỏ ngày càng tăng [16]. Có thể thấy, quy trình từ sản xuất đến phân phối các sản phẩm thời trang ngày càng ngắn đi, quần áo ngày càng rẻ và dễ dàng tiếp cận hơn. Điều này khuyến khích tiêu dùng quá mức và tạo ra quá nhiều chất thải dệt may thường được đổ tại các bãi chôn lấp khi người tiêu dùng thải bỏ quần áo không sử dụng và thậm chí từ hàng hóa tồn đọng, không bán hết trong kho của các công ty thời trang [57], [58].

Vì vậy, làm thế nào để giảm thiểu lãng phí của ngành thời trang nếu chúng ta tiếp tục sản xuất và bán các sản phẩm mới? Đây là một câu hỏi lớn đối với toàn bộ hệ thống thời trang khi tìm cách đáp ứng việc chuyển đổi theo hướng bền vững. Tuy nhiên, những lý do giải thích tại sao khách hàng không ngừng mua sắm đã được nghiên cứu cùng với bằng chứng thực nghiệm rằng chúng ta không mua sắm và tiêu thụ các sản phẩm thời trang với ý định gây hại cho môi trường [59]. Hiểu được điều này sẽ giúp các nhà thiết kế thời trang ngoài việc theo đuổi công việc sáng tạo, họ cũng nên tìm hiểu thêm những lý do tiêu dùng khác để quá trình thiết kế đáp ứng được nhu cầu, đồng thời thể hiện trách nhiệm và vai trò định hướng của nhà thiết kế trong bối cảnh hiện nay.

Hai nhà nghiên cứu Akenji và Chen (2016) chỉ ra rằng khách hàng mua sắm sản phẩm mới

bởi một trong năm lý do liên quan đến (1) đáp ứng nhu cầu cơ bản; (2) thể hiện mong muốn và thị hiếu cá nhân; (3) ảnh hưởng bởi quảng cáo/tiếp thị; (4) thực hiện chức năng hoặc kỳ vọng của xã hội và (5) không có lựa chọn khác [59]. Như vậy, việc nghiên cứu và phát triển một sản phẩm mới không chỉ cần quan tâm đến chức năng/công nghệ và thiết kế thẩm mỹ của sản phẩm, mà các nhà thiết kế cần quan tâm đến nhu cầu của người dùng, cùng với các mối quan hệ hài hoà giữa sản phẩm, con người, xã hội và môi trường.

Để giải quyết được những mâu thuẫn giữa nhu cầu của con người hiện tại mà không làm ảnh hưởng đến các thế hệ tương lai, các nhà thiết kế cần tích hợp các nguyên lý thiết kế bền vững vào quá trình thiết kế. Những sáng tạo của họ chính là cầu nối để truyền đạt thông điệp của nhà thiết kế với khách hàng của họ. Nếu các sản phẩm/dịch vụ thời trang mang thông điệp bảo vệ môi trường và công bằng xã hội được truyền tải một cách rõ ràng và thiết thực, mối quan tâm của người tiêu dùng với thời trang sẽ song hành cùng với tính bền vững. Về lâu dài, các nhà thiết kế không chỉ giữ vai trò thiết kế sáng tạo, định hướng quan điểm thẩm mỹ, mà họ còn có thể ảnh hưởng và định hướng về tư duy thời trang của khách hàng, góp phần hình thành phong cách sống bền vững trong cộng đồng.

3. Kết luận

Việc phân tích các nghiên cứu đã cung cấp cho chúng ta một cái nhìn tổng quan về những thách thức đang tồn tại trong ngành công nghiệp thời trang liên quan đến năm tác động tiêu cực, đó là: (1) sử dụng quá mức các nguồn tài nguyên, đặc biệt là tài nguyên không thể phục hồi; (2) các vấn đề ô nhiễm; (3) điều kiện làm việc nghèo nàn và thiếu an toàn; (4) các điều kiện thương mại và tính minh bạch thiếu rõ ràng; và (5) xu hướng tiêu dùng quá mức do ảnh hưởng của truyền thông và lối sống thực dụng. Với những hệ quả về mặt môi trường khó

có thể đảo ngược và sự bất bình đẳng trong chuỗi cung ứng, hơn bao giờ hết, ngành công nghiệp thời trang buộc phải thay đổi để giảm thiểu những tác động xấu đến môi trường và xã hội. Trong bối cảnh toàn cầu hoá hiện nay, thời trang bền vững không còn là một xu hướng hay hiện tượng, mà đó là yêu cầu thể hiện trách nhiệm của chúng ta với môi trường sinh thái và các thế hệ kế tiếp. Nói cách khác, để phát triển một cách bền vững, công nghiệp thời trang đang yêu cầu một sự đổi mới trong toàn bộ hệ thống theo cách thức bền vững hơn với ba trụ cột chính đó là môi trường, xã hội và kinh tế. Ngoài ra, đối với thời trang bền vững, nhà nghiên cứu Anika Kozlowski và cộng sự (2019) còn đề xuất thêm hai trụ cột quan trọng khác cần được quan tâm đó chính là văn hóa và thẩm mỹ.

“Theo truyền thống, các mô hình bền vững bao gồm ba trụ cột: 1) môi trường, 2) xã hội và 3) kinh tế. Tuy nhiên, đối với thiết kế thời trang bền vững, chúng có thể được mở rộng. Cách tiếp cận của chúng tôi bao gồm một mô hình năm chiều cho thời trang bền vững bằng cách thêm vào trụ cột 4) thẩm mỹ và 5) văn hóa. Tính bền vững trong thẩm mỹ được phản ánh ở cấp độ của sản phẩm, trong khi tính bền vững về văn hóa đòi hỏi một cách tiếp cận ở cấp độ hệ thống” [60].

(Kozlowski và cộng sự, 2019)

Như vậy, nhằm giải quyết những thách thức đặt ra và chuyển đổi hệ thống thời trang theo hướng bền vững, nghiên cứu về thời trang bền vững trong cả lý thuyết và thực hành cần được quan tâm một cách đầy đủ. Những phát hiện gần đây trong nghiên cứu tập trung vào Thiết kế bền vững (Design for Sustainability - DfS) và áp dụng DfS trong lĩnh vực thời trang đã cung cấp những hiểu biết sâu sắc về cách thức đổi mới sản phẩm/dịch vụ và đổi mới hệ thống, tìm kiếm câu trả lời cho một mô hình bền vững hơn trên toàn thế giới. Đối với Việt Nam, thực hành thời trang bền vững chưa thực sự phát

triển và phổ biến rộng rãi, đặc biệt khi chúng ta là một trong những nước đứng hàng đầu thế giới về xuất khẩu dệt may và da giày [61].

Trong khi, ở các nước có thu nhập cao như khu vực Tây Âu và Bắc Mỹ, rất nhiều các cơ sở giáo dục đại học có các ngành, chuyên ngành đào tạo DfS và thời trang bền vững một cách độc lập và chuyên sâu, tại Việt Nam, lĩnh vực này chưa thực sự được quan tâm. Thật vậy, trong một khảo sát liên quan đến nhận thức của sinh viên thiết kế về DfS và thời trang bền vững từ năm 2017 đến 2019, đó là những khái niệm xa lạ với đa số sinh viên được hỏi [62]. Do đó, với vai trò quan trọng hàng đầu và những tác động mạnh mẽ của các cơ sở giáo dục đại học đối với phát triển bền vững [63], chúng ta cần nghiên cứu và xây dựng chiến lược áp dụng DfS vào giáo dục thiết kế nói chung, và thiết kế thời trang nói riêng. Các chiến lược này góp phần phát triển và thay đổi chương trình giảng dạy, nhằm trang bị cho các nhà thiết kế tương lai kiến thức và kỹ năng để có thể đối mặt với những thách thức và tận dụng được những cơ hội trong bối cảnh mới, tạo ra những thay đổi kịp thời và phù hợp với môi trường, xã hội và nền kinh tế của nước ta.

Tài liệu tham khảo

- [1] Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). *Fast fashion: response to changes in the fashion industry*. The international review of retail, distribution and consumer research. 20(1). 165-173.
- [2] Morgan, L. R., & Birtwistle, G. (2009). *An investigation of young fashion consumers' disposal habits*. International journal of consumer studies. 33(2). 190-198.
- [3] Bianchi, C., & Birtwistle, G. (2010). *Sell, give away, or donate: an exploratory study of fashion clothing disposal behaviour in two countries*. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. 20(3). 353-368.
- [4] Cox, J., Griffith, S., Giorgi, S., & King, G. (2013). *Consumer understanding of product lifetimes*. Resources, Conservation and Recycling. 79. 21-29.
- [5] Goworek, H., Hiller, A., Fisher, T., Cooper, T., & Woodward, S. (2017). *Consumers' attitudes towards sustainable fashion: clothing usage and disposal*. In Sustainability in fashion and textiles (pp. 376-392). Routledge.
- [6] Grand View Research (2022). *Textile Market Size, Share & Trends Analysis Report By Raw Material (Cotton, Wool, Silk, Chemical), By Product (Natural Fibers, Nylon), By Application (Technical, Fashion), By Region, And Segment Forecasts. 2022 – 2030*.
- [7] Fashion Revolution (2020). *Fashion Revolution White Paper*. London. p.40
- [8] Beton, A., Dias, D., Farrant, L., Gibon, T., Le Guern, Y., Desaxce, M., ... & Dodd, N. (2014). *Environmental improvement potential of textiles (IMPRO-Textiles)*. European Commission.
- [9] Tungate M. (2008). *Fashion brands: branding style from Armani to Zara*. Kogan Page Publishers.
- [10] Hansen, S. (2012). *How Zara grew into the world's largest fashion retailer*. The New York Times. 9.
- [11] Mo, Z. (2015). *Internationalization process of fast fashion retailers: evidence of H&M and Zara*. International Journal of Business and Management. 10(3). 217.
- [12] Vezzoli, C. (1998). *Clothing care in the sustainable household*. In 7th GIN Conference. Rome.
- [13] Farrer, J. (2011). *Remediation: Discussing fashion textiles sustainability*. In *Shaping sustainable fashion: Changing the way we make and use clothes* (pp. 19-33). Routledge.
- [14] Khan, M. M. R., & Islam, M. M. (2015). *Materials and manufacturing environmental sustainability evaluation of apparel product: knitted T-shirt case study*. Textiles and Clothing Sustainability. 1(1). 8.
- [15] Chouinard, Y., & Brown, M. S. (1997). *Going organic: converting Patagonia's cotton product line*, Journal of Industrial Ecology. 1(1). 117-129
- [16] Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. London: Earthscan.
- [17] Illge, L., & Preuss, L. (2012). *Strategies for sustainable cotton: comparing niche with mainstream markets*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 19(2). 102-113.
- [18] Bassett, T. J. (2010). *Slim pickings: fairtrade cotton in West Africa*. Geoforum. 41(1). 44-55.
- [19] Narayanan, Y. (2016). *Where are the animals in sustainable development? Religion and the case for ethical stewardship in animal husbandry*. Sustainable Development. 24(3). 172-180.
- [20] Dixit, S., Yadav, A., Dwivedi, P. D., & Das, M. (2015). *Toxic hazards of leather industry and technologies to combat threat: a review*. Journal of Cleaner Production. 87. 39-49.
- [21] MacArthur, F. E. (2017). *A new textiles economy: redesigning fashion's future*.

- [22] Kant, R. (2011). *Textile dyeing industry an environmental hazard*.
- [23] Nabi, G., Ashraf, M., & Aslam, M. R. (2001). *Heavy-metal contamination of agricultural soils irrigated with industrial effluents*. Science Technology and Development. 20(1). 32-36.
- [24] Dhami, J. K., Singh, H., & Gupta, M. (2013). *Industrialization at the cost of environment degradation - a case of leather and iron and steel industry from Punjab economy*. Innovative Journal of Business and Management. 2(1). 19-21.
- [25] De Lima, R. O. A., Bazo, A. P., Salvadori, D. M. F., Rech, C. M., de Palma Oliveira, D., & de Aragão Umbuzeiro, G. (2007). *Mutagenic and carcinogenic potential of a textile azo dye processing plant effluent that impacts a drinking water source*. Mutation Research/Genetic Toxicology and Environmental Mutagenesis. 626(1-2). 53-60.
- [26] Thanikaivelan, P., Mohan, C. R., Saravanabhavan, S., Rao, J. R., & Nair, B. (2007). *Development of formaldehyde-free leathers in perspective of retanning: Part I. Benchmarking for the evolution of a single syntan system*. Journal of the American Leather Chemists Association. 102(10). 306-314.
- [27] Mwinyihija, M. (2010). *Main pollutants and environmental impacts of the tanning industry*. In Ecotoxicological diagnosis in the tanning industry (pp. 17-35). Springer, New York.
- [28] Donaghy, M. T., & Barff, R. (1990). *Nike just did it: International subcontracting and flexibility in athletic footwear production*. Regional studies. 24(6). 537-552.
- [29] Cappellieri, A. (2012). *Riccardo Dalisi's Sustainable Jewellery*. ISBN 978-88-317-1284-2.
- [30] McFall-Johnsen, M. (2020). *These Facts Show How Unsustainable the Fashion Industry Is*. World Economic Forum: Environment and Natural Resource Security.
- [31] CARE International (2019). *Made by Women: Impact Report 2019*. Geneva. p. 1-3
- [32] Bezuidenhout, A., Khunou, G., Mosoetsa, S., Sutherland, K., & Thoburn, J. (2007). *Globalisation and poverty: Impact on households of employment and restructuring in the textiles industry of South Africa*. Journal of International Development: The Journal of the Development Studies Association. 19(5). 545- 565.
- [33] Maia, L. C., Alves, A. C., & Leão, C. P. (2013). *Sustainable work environment with lean production in textile and clothing industry*. International Journal of Industrial Engineering and Management. 4(3). 183-190.
- [34] Bui T., Cappellieri A., Vezzoli C. (2017). *Design for Sustainability and Social Changes applied to Fashion Design Processes: a case study analysis*. In: 4D Conference Proceedings 2017. International Conference – Interdisciplinary Research Perspectives on the Role of Design in combining Social, Technological and Business Development. 28-30th Sep 2017. Kaunas. Lithuania. pp. 135-146. ISBN 978-609-02-1411-4.
- [35] Chan, A. (1998). *Labor standards and human rights: The case of Chinese workers under market socialism*. Hum. Rts. Q.. 20. 886.
- [36] Chan, C. K. C. (2012). *Community-based organizations for migrant workers' rights: the emergence of labour NGOs in China*. Community Development Journal. 48(1). 6-22.
- [37] Shen, J. (2007). *Labor contracts in China: Do they protect workers' rights*. Journal of Organisational Transformation & Social Change. 4(2). 111-129.
- [38] Ahmed, N., & Peerlings, J. H. (2009). *Addressing workers' rights in the textile and apparel industries: Consequences for the Bangladesh economy*. World Development. 37(3). 661-675.
- [39] Zaman, H. (2001). *Paid work and socio-political consciousness of garment workers in Bangladesh*. Journal of Contemporary Asia. 31(2). 145-160.
- [40] Mahmud, S. (2010). *Why do garment workers in Bangladesh fail to mobilize?* In Thompson L. & Tapscott C. (eds) *Citizenship and Social Movements: Perspectives from the Global South*. London: Zed. 10.
- [41] Reinecke, J., & Donaghey, J. (2015). *After Rana Plaza: Building coalitional power for labour rights between unions and (consumption-based) social movement organisations*. Organization. 22(5). 720-740.
- [42] Li, H., Li, L., Wu, B., & Xiong, Y. (2012). *The end of cheap Chinese labor*. Journal of Economic Perspectives. 26(4). 57-74.
- [43] Chan, K. W. (2010). *A China paradox: migrant labor shortage amidst rural labor supply abundance*. Eurasian Geography and Economics. 51(4). p.513
- [44] Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Oates, C. J. (2016). *What is sustainable fashion?*. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal.
- [45] Majumdar, A., Shaw, M. and Sinha, K. (2020). *Covid-19 Debunks the Myth of Socially Sustainable Supply Chain: A Case of the Clothing Industry in South Asian Countries*. Sustainable Production and Consumption. vol. 24. p. 151
- [46] Clark, H. (2008). *Slow + Fashion an Oxymoron or a Promise for the Future?* Fashion Theory. 12(4). p.427
- [47] Bhaduri, G., & Ha-Brookshire, J. E. (2011). *Do transparent business practices pay? Exploration of transparency and consumer purchase intention*. Clothing and Textiles Research Journal. 29(2). 135-149.

- [48]Ljungholm, D. P. (2015). *The impact of transparency in enhancing public sector performance*. Contemporary Readings in Law and Social Justice. 7(1). 172-178.
- [49]Amed, I., Balchandani, A., Beltrami, M., Berg, A., Hedrich, S., & Rölkens, F. (2019). *The State of Fashion 2019: A Year of Awakening*. Economics Institute of Australia, Europe, US and Asia: McKinsey & Company.
- [50]Black S. (2008). *Eco Chic: The Fashion Paradox*. London: Black Dog Publishing.
- [51]Choi, T. M., Lo, C. K., Wong, C. W., Yee, R. W., Shen, B., Wang, Y., & Shum, M. (2012), *The impact of ethical fashion on consumer purchase behavior*. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal.
- [52]Black S. (2012), *The Sustainable Fashion Handbook*, London: Thames & Hudson.
- [53]Pookulangara, S., & Shephard, A. (2013). *Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions - An exploratory study*. Journal of retailing and consumer services. 20(2). p. 200-206.
- [54]Panchanatham, N., & Jayalakshmi, V. (2017). *Designing A Conceptual Model for Employee Safety and Work Place Hazards in Relation To Performance-With Reference To Jewellery Manufacturing Firms*. Journal of Contemporary Research in Management. 12(3). p. 43-51.
- [55]Sikder, A. M., Hossain, T., Khan, M. H., Hasan, M. A., Fakhruzzaman, M., Turner, J. B., ... & Elahi, K. M. (2017). *Toxicity assessment of ash and dust from handmade gold jewelry manufacturing workshops in Bangladesh*. Environmental monitoring and assessment. 189(6). p. 279.
- [56]Hole, G., & Hole, A. S. (2019). *Recycling as the way to greener production: A mini review*. Journal of Cleaner Production. 212. 910-915.
- [57]Gwilt, A. (2013). *Valuing the Role of the Wearer in the Creation of Sustainable Fashion*. Research Journal of Textile and Apparel. 17(1). 78-86.
- [58]Gwilt, A., & Rissanen, T. (2012). *Shaping sustainable fashion: Changing the way we make and use clothes*. Routledge.
- [59]Akenji, L., & Chen, H. (2016). *A framework for shaping sustainable lifestyles: determinants and strategies*.
- [60]Kozłowski, A., Bardecki, M., & Searcy, C. (2019). *Tools for sustainable fashion design: An analysis of their fitness for purpose*. Sustainability. 11(13). 3581.
- [61]<https://oec.world/en/profile/bilateral-product/textile-footwear/reporter/vnm>. (truy cập vào 10:28, ngày 12/5/2022)
- [62]Bui, M. T. (2020). *Design for sustainability in fashion. A consolidated knowledge-base and know-how for environmentally and socio-ethically sustainable Accessory Design*. PhD thesis. Politecnico di Milano. Italy.
- [63]Findler, F., Schönherr, N., Lozano, R., & Stacherl, B. (2018). *Assessing the impacts of higher education institutions on sustainable development - an analysis of tools and indicators*. Sustainability. 11(1). 59.