

THÓI QUEN TIÊU DÙNG THỜI TRANG NHANH CỦA GIỚI TRẺ VỚI VẤN ĐỀ MÔI TRƯỜNG: MỘT NGHIÊN CỨU KHẢO SÁT TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Lê Trần Khánh Linh, Phạm Kim Mỹ Anh, Lê Thị Thanh Thuỷ
Trường Trung học phổ thông chuyên Trần Đại Nghĩa, Thành phố Hồ Chí Minh
Bùi Thị Trần Thy
Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh
Email: thuytt@hcmue.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng thói quen tiêu dùng thời trang nhanh của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh và mối liên hệ phức tạp giữa thói quen này với vấn đề môi trường. Sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát 120 học sinh và sinh viên, kết quả cho thấy một tỉ lệ đáng kể giới trẻ duy trì tần suất mua sắm cao và có thói quen thải bỏ sớm sản phẩm, khẳng định tính nghiêm trọng của vấn đề rác thải dệt may. Đồng thời, tồn tại khoảng cách giữa thái độ và hành vi của người trẻ trong việc thực hiện tái chế, tái sử dụng mặt hàng này. Nghiên cứu kiến nghị các bên liên quan tại Thành phố Hồ Chí Minh cần ưu tiên cải thiện hệ thống thu gom minh bạch và dễ tiếp cận, đồng thời đẩy mạnh các chương trình giáo dục thực hành để chuyển hóa thái độ tích cực của giới trẻ thành hành động tiêu dùng bền vững.

Từ khóa: giới trẻ, thói quen tiêu dùng, thời trang nhanh, môi trường, tiêu dùng bền vững.

THE FAST FASHION CONSUMPTION HABITS OF YOUTH AND THE ENVIRONMENTAL ISSUE: AN SURVEY STUDY IN HO CHI MINH CITY

Abstract: This study was conducted to evaluate the current status of fast fashion consumption habits among youth in Ho Chi Minh City and the complex relationship between these habits and the environmental issue. Using a quantitative research methodology through a survey of 120 students, the results indicate that a significant proportion of young people maintain high purchasing frequency and possess a habit of prematurely discarding products, affirming the severity of the textile waste problem. Simultaneously, a gap exists between the attitude and the actual behavior of young individuals regarding the recycling and reuse of these items. The research recommends that relevant stakeholders in Ho Chi Minh City should prioritize improving the transparency and accessibility of the collection system, while also promoting practical education programs to translate the positive attitude of youth into sustainable consumption actions.

Keywords: youth, consumption habits, fast fashion, environment, sustainable consumption.

Nhận bài: 18/10/2025

Phản biện: 19/11/2025

Duyệt đăng: 23/11/2025

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thế giới hiện nay đang chứng kiến sự trỗi dậy mạnh mẽ của ngành công nghiệp thời trang nhanh (fast fashion). Đây là một mô hình kinh doanh dựa trên việc sản xuất quần áo theo xu hướng mới nhất với tốc độ chóng mặt, chi phí thấp và khối lượng lớn, nhằm đáp ứng nhu cầu thay đổi liên tục của người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ (Miranda & Roldán, 2023). Mô hình này đã cách mạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu, giúp dân số dễ dàng tiếp cận các mặt hàng thời trang hợp mốt, dân chủ hóa phong cách cá nhân, nhưng đồng thời tạo ra những hệ lụy sâu sắc và phức tạp đối với môi trường và xã hội (Fletcher, 2008). Sự phát triển của thời trang nhanh đã kéo theo một chu kỳ tiêu thụ ngắn ngủi: mua sắm thường xuyên, sử dụng trong thời gian ngắn và thải bỏ nhanh chóng. Chu kỳ này không chỉ gây lãng phí tài nguyên thiên nhiên từ khâu sản xuất (tiêu thụ nước, năng lượng, hóa chất nhuộm vải) mà còn đặt ra thách thức khổng lồ về quản lý rác thải dệt may (Schramme

& Verboven, 2024). Theo một báo cáo của Liên Hợp Quốc, ngành thời trang chịu trách nhiệm cho khoảng 10% tổng lượng khí thải carbon toàn cầu và là nguyên nhân gây ô nhiễm nước đứng thứ hai trên thế giới (United Nations Environment Programme, 2018).

Tại Việt Nam, đặc biệt là ở Thành phố Hồ Chí Minh, trung tâm kinh tế và văn hóa lớn nhất cả nước, xu hướng này càng trở nên rõ rệt. Với dân số trẻ năng động và mức sống ngày càng tăng, Thành phố Hồ Chí Minh là thị trường tiêu thụ thời trang khổng lồ. Trong đó, giới trẻ là đối tượng dễ bị ảnh hưởng nhất bởi các chiến lược tiếp thị của thời trang nhanh thông qua mạng xã hội và người nổi tiếng (Lê Thị Minh Nguyên & Vương Thị Tuấn Oanh, 2025). Họ sở hữu sức mua lớn và định hình xu hướng tiêu dùng, tuy nhiên, hành vi này đang tạo ra áp lực đáng kể lên hệ thống xử lý rác thải và tài nguyên của thành phố. Thực trạng này đặt ra hai câu hỏi cấp bách: Thói quen

tiêu dùng thời trang nhanh của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh hiện đang diễn ra như thế nào, và liệu nhận thức của họ có tương xứng với mức độ tác động môi trường mà thói quen đó gây ra hay không?

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

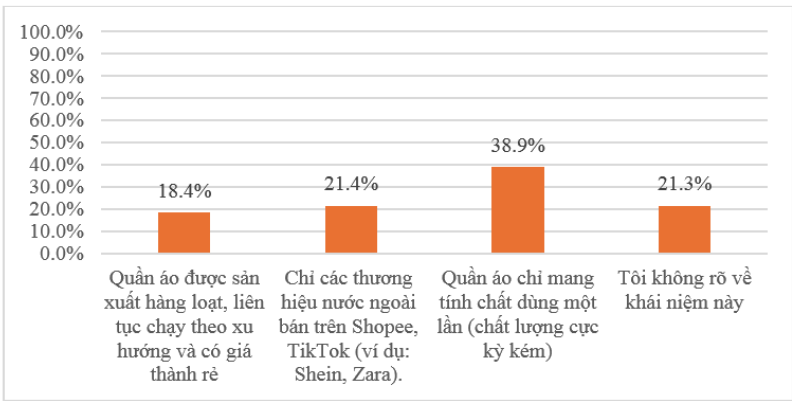
2.1. Phương pháp khảo sát

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi để thu thập dữ liệu về thói quen tiêu dùng thời trang nhanh và nhận thức về bảo vệ môi trường liên quan đến vấn đề này. Đối tượng khảo sát là những người có độ tuổi từ 16 đến 22 tuổi, hiện đang học tập tại các trường trung học phổ thông và trường đại học trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Công cụ nghiên cứu là bảng hỏi khảo sát được thiết kế trên nền tảng Google Form, được phân phối trên các nhóm cộng đồng, mạng xã hội và diễn đàn liên quan đến học sinh, sinh viên, trong tháng 07/2025. Sau quá trình thu thập, tổng số phiếu khảo sát hợp lệ được ghi nhận là 120 phiếu, đảm bảo đủ số lượng để thực hiện các phân tích thống kê mô tả.

2.2. Kết quả khảo sát

Biểu đồ 1 cho thấy mức độ hiểu biết của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh đối với khái niệm

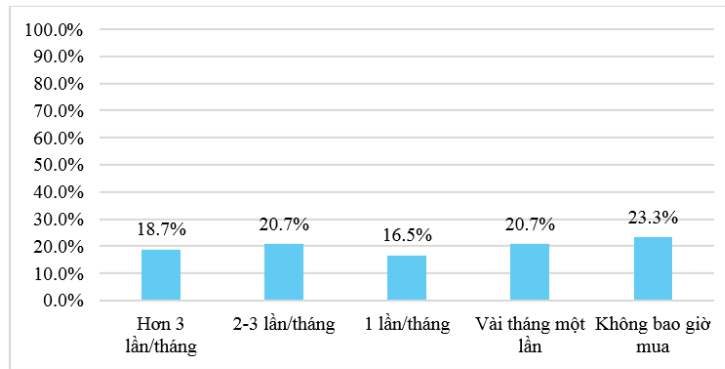
thời trang nhanh còn nhiều khoảng trống. Điểm nổi bật nhất là gần 38,9% đồng tình với quan điểm cho rằng thời trang nhanh là “quần áo chỉ mang tính chất dùng một lần (chất lượng cực kỳ kém)”. Mặc dù chất lượng thấp và tính dễ thải bỏ là những hệ quả quan trọng của mô hình này, việc tỉ lệ này cao nhất cho thấy phần lớn giới trẻ đang tiếp cận và định nghĩa thời trang nhanh dựa trên trải nghiệm sản phẩm và hậu quả sử dụng. Ngược lại, chỉ 18,4% lựa chọn định nghĩa toàn diện và chính xác nhất, đó là “quần áo được sản xuất hàng loạt, liên tục chạy theo xu hướng và có giá thành rẻ”, cho thấy chỉ một bộ phận nhỏ giới trẻ thực sự nắm bắt được khái niệm cốt lõi của thời trang nhanh. Sự phân tán này củng cố nhận định rằng, đối với giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh, khái niệm thời trang nhanh vẫn còn mơ hồ và thường bị đồng nhất với các nền tảng thương mại điện tử hoặc các vấn đề chất lượng đơn thuần. Điều này đặt ra thách thức lớn trong việc truyền thông hiệu quả các thông điệp về tác động môi trường, bởi lẽ người tiêu dùng cần hiểu rõ về quy trình sản xuất mới có thể thay đổi hành vi tiêu dùng một cách có hệ thống.



Biểu đồ 1. Hiểu biết về khái niệm sản phẩm thời trang nhanh

Biểu đồ 2 cho thấy sự phân hóa rõ rệt trong hành vi mua sắm sản phẩm thời trang nhanh của giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh. Mặc dù có 23,3% khẳng định “không bao giờ mua” sản phẩm thời trang nhanh nhưng tổng hợp các nhóm mua sắm vẫn chiếm ưu thế với 76,7%. Cụ thể, hành vi mua sắm thường xuyên diễn ra ở mức cao: 18,7% mua sắm với tần suất “hơn 3 lần/tháng”, và 20,7% mua “2-3 lần/tháng”. Tổng cộng, gần 40% có thói quen mua sắm thời trang nhanh với tần suất hàng tuần hoặc cách tuần. Tỉ lệ này là một chỉ báo quan trọng về

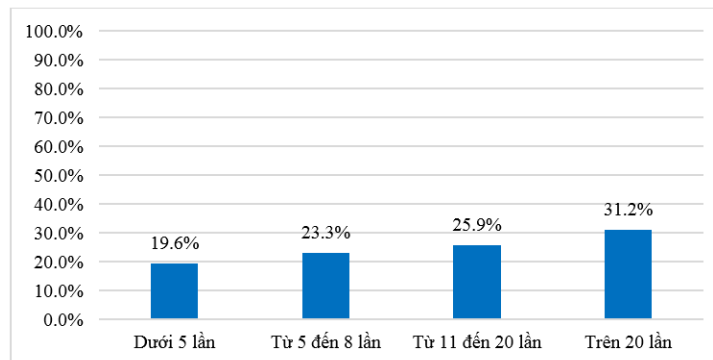
mức độ phụ thuộc vào chu kỳ sản phẩm nhanh, xác nhận tính cấp thiết của vấn đề nghiên cứu. Sự phân bố này cho thấy thời trang nhanh là một phân khúc thị trường rộng lớn, không chỉ dành cho những người mua sắm thường xuyên mà còn là lựa chọn định kỳ của một bộ phận người trẻ. Hành vi mua sắm với tần suất cao (hơn 3 lần/tháng) nhấn mạnh vai trò của thời trang nhanh trong việc thỏa mãn nhu cầu cập nhật xu hướng và thể hiện cá tính, nhưng đồng thời làm trầm trọng thêm vấn đề rác thải dệt may chỉ sau thời gian ngắn sử dụng.



Biểu đồ 2. Tần suất mua sắm sản phẩm thời trang nhanh

Biểu đồ 3 cho thấy một tỉ lệ đáng kể giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh đã kéo dài vòng đời sản phẩm thời trang nhanh, nhưng đồng thời vẫn tồn tại hành vi sử dụng ngắn hạn, phù hợp với bản chất “dùng một lần” của mặt hàng này. Tổng cộng, hơn 57% giữ và sử dụng quần áo thời trang nhanh trong một khoảng thời gian tương đối dài, với số lần sử dụng trên 11 lần, là một tín hiệu tích cực cho thấy khả năng tối đa hóa giá trị sử dụng của một bộ phận giới trẻ. Tuy nhiên, gần 43% cho thấy thói quen sử dụng ngắn hạn, với nhóm

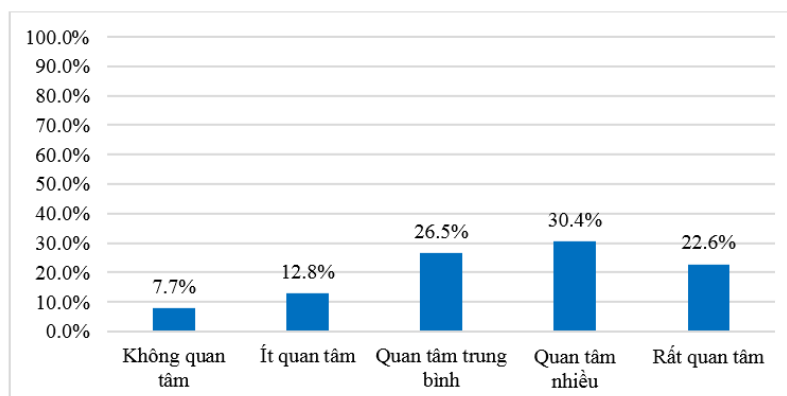
“dưới 5 lần” chiếm 19,6% và nhóm “từ 5 đến 8 lần” chiếm 23,3%. Việc gần 1/5 số người được hỏi vứt bỏ hoặc ngừng sử dụng sản phẩm chỉ sau 5 lần mặc hoặc ít hơn là một chỉ số đáng báo động. Nó phản ánh sự bất định của xu hướng thời trang nhanh, khi mà các mặt hàng nhanh chóng lỗi thời hoặc xuống cấp chất lượng, dẫn đến việc thải bỏ sớm và gia tăng đáng kể lượng rác thải dệt may vào môi trường. Điều này xác nhận mối lo ngại về tác động môi trường của thói quen tiêu dùng này tại Thành phố Hồ Chí Minh.



Biểu đồ 3. Vòng đời sử dụng sản phẩm thời trang nhanh

Biểu đồ 4 thể hiện một xu hướng tích cực nhưng vẫn cần được củng cố ở mức độ quan tâm của giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh đối với các vấn đề môi trường nảy sinh từ sản phẩm thời trang nhanh. Tổng cộng, 79,5% cho biết họ quan tâm ở mức “trung bình” trở lên đối với các tác động môi trường của

ngành này. Kết quả này khẳng định rằng, đối với giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh, mối lo ngại về môi trường không phải là vấn đề xa vời mà đã trở thành một yếu tố nhận thức hiện hữu. Điều này mở ra cơ hội lớn cho các chiến lược truyền thông và giáo dục nhằm thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững.



Biểu đồ 4. Mức độ quan tâm đến vấn đề môi trường liên quan sản phẩm thời trang nhanh

Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận đáng kể 20,5% thể hiện mức độ quan tâm thấp hoặc không quan tâm đến vấn đề này. Mặc dù tỉ lệ này không chiếm đa số, sự tồn tại của nhóm này cho thấy thách thức trong việc chuyển đổi nhận thức thành hành động thực tế. Nhất là khi so sánh với Biểu đồ 2 (tần suất mua sắm), nhiều người vẫn duy trì thói quen mua sắm thường xuyên, ngay cả khi họ bày tỏ mức độ quan tâm cao đến môi trường. Điều này phản ánh khoảng cách giữa thái độ và hành vi, một hiện tượng thường thấy trong nghiên cứu tiêu dùng bền vững, nơi yếu tố giá cả và xu hướng thường lấn át các mối quan tâm đạo đức.

Nhận thức về tái chế/tái sử dụng sản phẩm thời trang nhanh một tỉ lệ đáng kể người tiêu dùng trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh đang đối mặt với các rào cản thực tế trong việc thực hiện hành vi tiêu dùng bền vững. Tổng cộng 55,1% nhận định việc tái chế/tái sử dụng là “rất khó khăn” hoặc “khó khăn” chỉ ra rằng, dù mức độ quan tâm đến môi trường có thể cao (theo Biểu đồ 4), nhưng sự thiếu hụt về cơ sở hạ tầng, điểm thu gom, và kiến thức về quy trình tái chế/tái sử dụng đang là lực cản chính ngăn chặn việc chuyển đổi từ nhận thức sang hành động. Chỉ 45% cho rằng việc này “không khó khăn” hoặc “tình thường”, có thể là những người đã tìm thấy các kênh cho hoặc bán đồ cũ hiệu quả hoặc tự thực hiện các biện pháp tái sử dụng đơn giản. Sự phân bố dữ liệu này là một điểm mấu chốt: Khó khăn về phương tiện và kiến thức lớn hơn hẳn sự thờ ơ về mặt thái độ. Điều này gợi ý rằng các giải pháp môi trường hiệu quả tại Thành phố Hồ Chí Minh nên tập trung vào việc cải thiện hệ thống thu gom và nâng cao khả năng tiếp cận thông tin về các điểm tái chế/tái sử dụng, thay vì chỉ tập trung vào việc thuyết phục người trẻ quan tâm hơn đến môi trường.

Nhận thức về tác động tiêu cực đối với môi trường của sản phẩm thời trang nhanh thể hiện rõ ràng mức độ đồng tình của giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh đối với khẳng định rằng sản phẩm thời trang nhanh có tác động tiêu cực đến môi trường. Kết quả cho thấy nhận thức này đã được thiết lập vững chắc trong cộng đồng người trẻ với tổng cộng 82% thể hiện sự đồng tình ở các mức độ khác nhau. Đây là một minh chứng quan trọng cho sự thành công của các chiến dịch nâng cao nhận thức về tính kém bền vững của thời trang nhanh. Điều này cho thấy giới trẻ không chỉ quan tâm đến môi trường (như Biểu đồ 4) mà còn liên kết trực tiếp mối quan tâm đó với sản phẩm thời trang nhanh. Ngược lại, chỉ một tỉ lệ nhỏ 18% thể

hiện sự không đồng tình hoặc không chắc chắn về vấn đề này, có thể là do thiếu thông tin chi tiết về chuỗi cung ứng hoặc sự ưu tiên tuyệt đối cho các yếu tố cá nhân khác như giá cả và mẫu mã. Như vậy, Nhận thức về tác hại môi trường của thời trang nhanh đã hình thành mạnh mẽ trong tư duy của giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, khi kết hợp với Biểu đồ 2 (tần suất mua sắm cao) kết quả này lại làm nổi bật sự mâu thuẫn giữa nhận thức và hành vi. Dù biết sản phẩm gây hại cho môi trường, giới trẻ vẫn duy trì thói quen mua sắm, cho thấy các rào cản về giá, sự tiện lợi, và thiếu giải pháp thay thế bền vững vẫn đang là động lực mua sắm mạnh mẽ hơn cả nhận thức về môi trường.

Thái độ đối với tái chế sản phẩm thời trang nhanh cho thấy một sự đồng thuận mạnh mẽ và tích cực về mặt thái độ của giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh đối với tính khả thi của tái chế sản phẩm thời trang nhanh. Tổng cộng 84% thể hiện niềm tin vào việc tái chế thời trang nhanh, khẳng định rằng giới trẻ có thái độ lạc quan và sẵn sàng chấp nhận các giải pháp tái chế để giảm thiểu rác thải dệt may. Sự tin tưởng này là động lực quan trọng cho việc khuyến khích các chương trình tái chế quy mô lớn. Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận 16% thể hiện thái độ tiêu cực hoặc hoài nghi, có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân, bao gồm việc thiếu minh bạch trong quy trình tái chế, lo ngại về chất lượng sản phẩm tái chế, hoặc kinh nghiệm cá nhân không tốt với các điểm thu gom.

Đánh giá mức độ mong muốn của giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh về việc được cung cấp thông tin hướng dẫn và các giải pháp thiết thực để tái chế hoặc tái sử dụng quần áo thời trang nhanh. Kết quả chỉ ra một nhu cầu rất cao, là cơ sở vững chắc để phát triển các chương trình hành động. Tổng cộng 71,3% đã thể hiện nhu cầu rõ ràng, khẳng định rằng có một nhóm người tiêu dùng trẻ sẵn sàng chuyển đổi hành vi ngay lập tức nếu được cung cấp công cụ và sự hỗ trợ cần thiết. Nhu cầu này hoàn toàn phù hợp với kết quả Nhận thức khó khăn tái chế: 55,1% thấy khó khăn, cho thấy người trẻ nhận ra rào cản nhưng vẫn chủ động tìm kiếm giải pháp. Chỉ 11,9% khẳng định “sẽ không” có nhu cầu này và 16,8% “không chắc chắn”. Tỉ lệ từ chối thấp (dưới 12%) chứng minh rằng việc triển khai các chương trình hướng dẫn và cung cấp giải pháp tái chế sẽ nhận được sự ủng hộ rộng rãi từ giới trẻ. Mức độ nhu cầu nhu cầu được hướng dẫn hoặc giải pháp tái chế đối với sản phẩm thời trang nhanh là một chỉ dẫn quan trọng cho các nhà hoạch định chính sách và doanh nghiệp xã hội:

nhu cầu về các giải pháp hành động bền vững là rất lớn. Để thu hẹp khoảng cách giữa nhận thức và hành vi, các bên liên quan cần ưu tiên thiết kế các giải pháp tiện lợi, dễ tiếp cận và minh bạch (ví dụ: các điểm thu gom thông minh, các ứng dụng hướng dẫn tái chế), biến ý định tốt của người trẻ thành hành động thực tiễn.

2.3. Thảo luận

Dữ liệu khảo sát đã cho thấy giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh duy trì thói quen tiêu dùng thời trang nhanh ở mức cao, với gần 40% mua sắm với tần suất hàng tuần hoặc cách tuần. Tần suất mua sắm này được duy trì song song với vòng đời sử dụng tương đối ngắn của sản phẩm, khi gần 43% thải bỏ hoặc ngừng sử dụng chỉ sau 8 lần mặc hoặc ít hơn. Tỷ lệ thải bỏ sớm này là chỉ báo trực tiếp về sự gia tăng đáng kể của rác thải dệt may, khẳng định mối đe dọa môi trường từ thói quen tiêu dùng này là hiện hữu và nghiêm trọng.

Một điểm mấu chốt được làm rõ là sự tồn tại của khoảng cách thái độ và hành vi. Hơn 82% người trẻ đồng ý rằng thời trang nhanh có tác động tiêu cực đến môi trường, và gần 80% bày tỏ mức độ quan tâm từ trung bình trở lên đối với các vấn đề môi trường liên quan. Mức độ nhận thức cao này không chuyển hóa thành hành động giảm mua sắm. Điều này được lý giải một phần bởi sự thiếu hiểu biết chính xác về bản chất của thời trang nhanh (chỉ 18,4% định nghĩa đúng mô hình kinh doanh) và sức hút mạnh mẽ của các yếu tố kinh tế (giá rẻ) và xã hội (xu hướng) đối với nhóm tuổi này. Song song đó, dù có thái độ tích cực và sự tin tưởng mạnh mẽ vào giải pháp tái chế, đa số người trẻ vẫn cảm thấy việc tái chế hoặc tái sử dụng quần áo là rất khó khăn do thiếu kiến thức và kênh thực hiện. Sự khó khăn về mặt phương tiện này là rào cản hành vi lớn nhất, ngăn cản người tiêu dùng chuyển hóa niềm tin môi trường thành hành động có trách nhiệm. Tuy nhiên, tỉ lệ cao 71,3% bày tỏ nhu cầu được hướng dẫn và cung

cấp giải pháp tái chế lại mở ra cơ hội lớn cho các chương trình can thiệp.

Kết quả nghiên cứu cho thấy vấn đề môi trường không nằm ở sự thờ ơ của giới trẻ, mà nằm ở sự thiếu đồng bộ giữa nhận thức, cơ sở hạ tầng, và sự tiện lợi của giải pháp bền vững. Các chương trình khuyến khích tiêu dùng có trách nhiệm tại Thành phố Hồ Chí Minh cần chuyển trọng tâm từ việc thuyết phục về tác hại môi trường (vì nhận thức đã cao) sang việc tạo điều kiện hành động dễ dàng và tiện lợi. Cần ưu tiên các giải pháp thực tiễn như phát triển mạng lưới thu gom rác thải dệt may minh bạch, cung cấp hướng dẫn tái sử dụng rõ ràng, và khuyến khích các mô hình kinh doanh bền vững (như thuê hoặc bán đồ cũ) với mức giá cạnh tranh để thu hẹp khoảng cách giữa ý định và hành động của giới trẻ.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu xác nhận tính cấp thiết của vấn đề môi trường liên quan đến thói quen tiêu dùng thời trang nhanh của giới trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, đồng thời làm rõ sự tồn tại của khoảng cách thái độ và hành vi trong nhóm đối tượng này. Kết quả khảo sát chỉ ra rằng, phần lớn người trẻ duy trì tần suất mua sắm cao và có thói quen sử dụng sản phẩm trong thời gian ngắn, dẫn đến lượng rác thải dệt may lớn. Mặc dù đã có sự đồng tình và quan tâm đến tác động tiêu cực của thời trang nhanh lên môi trường, nhưng thái độ tích cực này lại bị cản trở bởi rào cản hành vi thực tế, khi nhiều người trẻ nhận định việc tái chế hoặc tái sử dụng là khó khăn do thiếu thông tin và cơ sở hạ tầng. Tuy nhiên, nhu cầu được hỗ trợ giải pháp là rất lớn, mở ra cơ hội can thiệp rõ rệt. Dựa trên các phát hiện này, nghiên cứu kiến nghị các bên liên quan cần tập trung vào việc xây dựng hệ thống thu gom và tái chế tiện lợi, minh bạch, đồng thời đẩy mạnh các chương trình giáo dục thực hành để thu hẹp khoảng cách giữa ý định và hành động, thúc đẩy tiêu dùng thời trang có trách nhiệm tại Thành phố Hồ Chí Minh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Fletcher, K. (2008). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781849772778>.
- Lê Thị Minh Nguyên, & Vương Thị Tuấn Oanh. (2025). Nghiên cứu về hành vi tiêu dùng thế hệ Y và Z với sự tồn tại và phát triển ngành thời trang nhanh. *Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, 17(2025). <https://ojs.tapchicongthuong.vn/vi/ojs-post/nguyen-cuu-ve-hanh-vi-tieu-dung-the-he-y-va-z--voi-su-ton-tai-va-phat-trien-nganh-thoi-trang-nhanh-254436.htm>.
- Miranda, J.A., & Roldán, A. (2023). *Fast fashion: A successful business model forced to transform*. In *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present* (pp. 266-285). Routledge.
- Schramme, A. & Verboven, N. (Eds.). (2024). *Technology, sustainability and the fashion industry: Can fashion save the world?*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032658506>
- United Nations Environment Programme. (2018). *Putting the brakes on fast fashion*.