



Working Paper 2021.2.3.11
- Vol 2, No 3

CHUỖI CUNG ỨNG BỀN VỮNG: KINH NGHIỆM TỪ MỘT SỐ DOANH NGHIỆP THỜI TRANG NƯỚC NGOÀI VÀ BÀI HỌC CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

Ngô Thị Minh Tâm

Sinh viên K56 Kinh doanh quốc tế - Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Trần Thu Trang

Giảng viên Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Tình trạng biến đổi khí hậu nghiêm trọng trên toàn thế giới cho thấy những ảnh hưởng tiêu cực của ngành công nghiệp lên môi trường sinh thái. Ở một số quốc gia, chính phủ và các tổ chức quốc tế đã ban hành các chính sách liên quan đến chuỗi cung ứng bền vững của ngành công nghiệp, đặc biệt là ngành dệt may. Trong khi đó, chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam vẫn chưa đạt được các mục tiêu phát triển bền vững về kinh tế, xã hội và môi trường. Bài viết tìm hiểu việc phát triển chuỗi cung ứng bền vững của một số doanh nghiệp thời trang nước ngoài điển hình, từ đó rút ra các bài học kinh nghiệm cho các doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam.

Từ khóa: Chuỗi cung ứng, chuỗi cung ứng bền vững, ngành dệt may Việt Nam, doanh nghiệp thời trang nước ngoài.

SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN: CASE STUDY OF SOME FASHION ENTERPRISES AND LESSONS FOR ENTERPRISES IN VIETNAM'S TEXTILE INDUSTRY

Abstract

The worldwide climate change indicates negative impacts of business operations on the ecological environment. So far, governments and international organizations in some countries have issued policies related to sustainable supply chain in industries, especially in the garment and textile industry. In this context, the supply chain of enterprises in the textile and garment industry in Vietnam has not yet achieved its economic, social, and environmental goals. The paper examines some typical foreign fashion enterprises that have succeeded in developing sustainable supply chain then draws the lessons for enterprises in the garment and textile industry in Vietnam.

Keywords: Supply chain, sustainable supply chain, Vietnam's textile and garment industry, foreign fashion enterprises.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, tính bền vững (sustainability) trở thành thuật ngữ phổ biến trong giới kinh doanh cũng như trong các lĩnh vực khác của xã hội. Đặc biệt, việc lồng ghép các thực hành về kinh tế, môi trường và xã hội vào việc quản lý chuỗi cung ứng đã dẫn đến sự xuất hiện thuật ngữ “chuỗi cung ứng bền vững”. Do tác động tiêu cực từ các hoạt động kinh tế của con người, nguồn tài nguyên trở nên khan hiếm và tình trạng ô nhiễm môi trường sinh thái ngày càng trầm trọng, chuỗi cung ứng bền vững ngày càng nhận được sự quan tâm từ người tiêu dùng, các doanh nghiệp và các tổ chức quốc tế trên thế giới.

Sự phát triển kinh tế nhanh chóng của các quốc gia đang phát triển đã tạo áp lực lên nguồn tài nguyên thiên nhiên của trái đất cũng như gây ra hàng loạt những vấn đề xã hội và môi trường. Trong bối cảnh đó, xã hội ngày càng kỳ vọng doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm kinh tế cũng như trách nhiệm xã hội. Hay nói cách khác, trách nhiệm của doanh nghiệp không chỉ đơn thuần tạo ra giá trị kinh tế mà còn phải có đóng góp tích cực trong việc giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường. Đối với các doanh nghiệp trong ngành dệt may, việc thực hiện trách nhiệm xã hội lại càng trở nên cấp bách bởi hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành có tác động lớn đến môi trường sinh thái.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm về chuỗi cung ứng bền vững

Chuỗi cung ứng bền vững là một chuỗi cung ứng khép kín của dòng luân chuyển nguyên vật liệu và sản phẩm thông qua việc tái chế và phục hồi những mặt hàng đã qua sử dụng, đưa chúng quay trở lại các chu trình sản xuất và thực hiện các thực hành mang tính bền vững, có tính đến các mục tiêu về kinh tế, môi trường và xã hội trong phát triển bền vững, xuất phát từ yêu cầu của khách hàng và các bên liên quan (Masoumik và cộng sự, 2014). Có thể nói, chuỗi cung ứng bền vững hướng đến sự cân và phát triển bền vững ba khía cạnh: kinh tế, xã hội và môi trường.

2.2. Đặc điểm của chuỗi cung ứng bền vững

Theo Báo cáo của Cuộc họp các nhà tư tưởng nổi tiếng của IUCN (2006) và Sloan (2010), các khía cạnh của tính bền vững trong chuỗi cung ứng cần tích hợp ba khía cạnh: kinh tế, xã hội và môi trường để tạo sự cân bằng giữa các khía cạnh này.

Thứ nhất, khía cạnh môi trường liên quan đến các vấn đề ô nhiễm được đặt lên hàng đầu bao gồm không khí, nước, đất, nguyên liệu, tài nguyên khoáng sản và năng lượng. Hơn nữa, những chính sách để hạn chế sự ô nhiễm không khí, giảm lượng nước dùng cho sinh hoạt cũng như trong quá trình sản xuất. Việc khai thác tài nguyên thiên nhiên có vượt quá giới hạn lượng khoáng sản và năng lượng hiện có hay không. Nguyên vật liệu sau khi sử dụng để sản xuất ra thành phẩm có tái sử dụng được hay không.

Thứ hai, khía cạnh xã hội đề cập đến quyền con người, cam kết xã hội và các vấn đề nội bộ doanh nghiệp nên được quan tâm, nơi làm việc có đảm bảo sức khỏe cho người lao động hay không. Công ty có những hoạt động, chương trình gì để giúp đỡ cộng đồng cũng như đồng hành cùng với các quỹ bảo vệ cộng đồng như quyền trẻ em, những người mắc bệnh hay bảo vệ sự bình đẳng giới trong xã hội. Các chính sách bảo vệ người lao động, đảm bảo sự bình đẳng về màu da, sắc tộc trên thế giới, và chính sách khuyến khích phụ nữ đi làm và sáng tạo thay đổi cuộc sống.

Thứ ba, khía cạnh kinh tế chú trọng đến tình hình tài chính, thị trường, thị phần và cấu trúc của thị trường. Có 5 yếu tố: độ tin cậy, sự đáp ứng, tính linh hoạt, hoạt động tài chính và chất lượng mà công ty nên sử dụng để đánh giá tình trạng kinh tế của thị trường cũng như của công ty mình. Một công ty khi đáp ứng các yêu cầu về xã hội và môi trường mà vẫn duy trì tình trạng tài chính ở mức ổn định, thậm chí phát triển hơn thì chuỗi cung ứng của công ty đang nằm ở các điểm giao nhau của các hoạt động kinh tế, xã hội và môi trường, có những hoạt động mà các tổ chức tham gia vào đó không những có tác động tích cực đến môi trường tự nhiên và xã hội mà còn mang lại lợi ích kinh tế lâu dài và lợi thế cạnh tranh cho tổ chức.

2.3. Các nghiên cứu trước đây về chuỗi cung ứng bền vững

Trên thế giới, đến nay đã có một số nghiên cứu về chuỗi cung ứng bền vững của doanh nghiệp trong ngành nông sản và dệt may. Các nghiên cứu này tập trung về khía cạnh ứng dụng blockchain vào sự phát triển bền vững và phân tích các hoạt động của doanh nghiệp liên quan đến tính bền vững chuỗi cung ứng.

Esmaelian và cộng sự (2020) cho thấy ứng dụng blockchain trong thời đại công nghệ 4.0 vào sự phát triển chuỗi cung ứng bền vững nhằm thúc đẩy hành vi xanh của người tiêu dùng, nâng cao khả năng hiển thị của vòng đời sản phẩm, tăng hiệu quả của hệ thống trong khi giảm chi phí phát triển và hoạt động, thúc đẩy giám sát bền vững và báo cáo hiệu suất trên mạng lưới chuỗi cung ứng.

Nghiên cứu của Vu và Trinh (2021) nhằm phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của chuỗi cung ứng ứng dụng blockchain đối với các sản phẩm nông sản tại Việt Nam. Theo các tác giả, việc ứng dụng công nghệ blockchain trong chuỗi cung ứng được kỳ vọng sẽ thúc đẩy sự phát triển bền vững của nông nghiệp Việt Nam.

Turker và Altuntas (2014) tìm hiểu về quản lý chuỗi cung ứng bền vững trong ngành thời trang nhanh qua phân tích các báo cáo của 9 công ty (Calida, Mago, C&A, H&M, Inditex, Marimekko, Oberalp, Puma và Switcher) qua đó cho thấy những phương thức mà các công ty này thực hiện bền vững chuỗi cung ứng.

Các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào việc áp dụng blockchain để phát triển chuỗi cung ứng bền vững hơn trong thời đại công nghiệp 4.0 nói chung và ngành nông sản nói riêng. Mặc dù đã có nghiên cứu về chuỗi cung ứng bền vững đối với ngành thời trang, tuy nhiên nghiên cứu này mới chỉ phân tích tổng quát các hoạt động bền vững của một số doanh nghiệp thời trang chứ chưa đưa ra bài học kinh nghiệm cụ thể cho các doanh nghiệp trong ngành ở một quốc gia cụ thể.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn (desk research) và các phương pháp nghiên cứu định tính để thu thập và xử lý dữ liệu. Cụ thể như sau:

Phương pháp thống kê phân tích: Dựa vào các số liệu báo cáo hàng năm của một số doanh nghiệp thời trang nước ngoài bao gồm Global Sustainability Report hằng năm của Gap Inc, Sustainability Performance Report hằng năm của H&M và Annual report của Levi Strauss & Co, tác giả phân tích điểm thành công của chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp này. Tác giả lựa chọn các doanh nghiệp thời trang nước ngoài như Gap Inc, H&M và Levi Strauss & Co để tìm hiểu vì các doanh nghiệp này đều đang theo đuổi và hoàn thiện chuỗi cung ứng bền vững thông qua các

mục tiêu thiết thực về nguyên liệu, con người và môi trường, đồng thời họ đang phát triển kinh doanh tại thị trường Việt Nam.

Phương pháp suy luận: Từ các phân tích các điển hình các doanh nghiệp của nước ngoài, tác giả sử dụng phương pháp suy luận diễn giải và quy nạp nhằm rút ra các bài học kinh nghiệm về phát triển chuỗi cung ứng bền vững cho các doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

Các thực hành về chuỗi cung ứng bền vững của Gap Inc, Levi Strauss & Co và H&M bao gồm: thực hành về kinh tế, thực hành về xã hội và thực hành về môi trường.

4.1. Thực hành về kinh tế

Đảm bảo nguồn nguyên liệu đầu vào

Bông là nguyên liệu thô chính trong hoạt động sản xuất của các công ty. Để tạo ra các sản phẩm bền vững thì nguồn nguyên liệu đầu vào cũng phải bền vững. Khoảng 91% sản phẩm của Levi Strauss & Co làm từ bông, vì vậy tính bền vững của nguồn cung bông là rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của công ty. Hơn thế nữa, Levi Strauss & Co không tự trồng bông, nhưng để đáp ứng nhu cầu đầu vào về số lượng bông, công ty có cổ phần trong các cơ sở trồng bông và quyết định việc bông sẽ được trồng như thế nào và tác động của quá trình/cách thức trồng bông đến nơi trồng như thế nào. Bên cạnh đó, công ty cũng hợp tác với những người nông dân trồng bông bền vững hơn, giảm sử dụng nước và hóa chất, đồng thời tăng năng suất. Công ty cam kết đạt được mục tiêu cung cấp 100% bông bền vững hơn trong các hoạt động của mình và đang trên đường biến điều đó thành hiện thực. Để làm được điều này, công ty hợp tác với Better Cotton Initiative (BCI) để giúp nông dân sử dụng nước hiệu quả hơn và các phương pháp trồng bông năng suất hơn. Cụ thể, năm 2020, bông có nguồn gốc bền vững tại Levi Strauss & Co chiếm 75% (Báo cáo hàng năm của Levi Strauss & Co, 2020).

Trong khi tại H&M, năm 2016 và 2017 là năm mà tỷ lệ nguyên vật liệu được tái chế dưới 1%, lần lượt là 0,7% và 0,5%. Các năm tiếp theo thì tỷ lệ này có xu hướng tăng liên tục, đỉnh điểm là năm 2020, tỷ lệ nguyên vật liệu được tái chế đã tăng hơn gấp đôi so với năm 2019. Với nguyên vật liệu có nguồn gốc bền vững, tỷ lệ nguyên vật liệu có nguồn gốc bền vững tăng qua các năm, từ năm 2018 đến năm 2020, tỷ lệ này luôn trên 50% (Báo cáo phát triển bền vững của H&M, 2020).

Quy trình sản xuất thân thiện môi trường

Thứ nhất, từ năm 2019, chuỗi cung ứng của Gap Inc đã có sự thay đổi lớn. Thay đổi đó thể hiện ở vòng đời sản phẩm của công ty được thực hiện dưới dạng vòng khép kín với việc sử dụng đầu vào là các nguyên vật liệu tái chế (Báo cáo hàng năm của Gap Inc, 2019). Chuỗi giá trị của H&M cũng có dạng vòng tròn khép kín bao gồm các bước từ ý tưởng đến thiết kế và phát triển các sản phẩm và dịch vụ, lựa chọn và phát triển nguyên liệu thô, nhà cung cấp vật liệu và sản phẩm, vận chuyển, bán hàng và khách hàng - người sử dụng, dịch vụ sửa chữa hàng may mặc, tái sử dụng và tái chế (Báo cáo phát triển bền vững của H&M, 2020).

Thứ hai, Levi Strauss & Co và H&M thành công trong việc thiết kế sản phẩm. Với mục tiêu hướng tới là phải suy nghĩ ngay từ đầu về cách công ty có thể giảm thiểu đáng kể việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên, tăng cường áp dụng các lựa chọn thay thế cho nguyên liệu thô và cố gắng “khép kín” hướng tới các sản phẩm hoàn chỉnh và tái sử dụng sản phẩm.

Các sản phẩm bền vững sẽ khép kín chuỗi cung ứng qua việc tái chế và tái sử dụng sản phẩm. H&M có các hoạt động như là thu gom quần áo đã qua sử dụng và lắp đặt hệ thống tái chế. Năm 2019, H&M đã thu gom được 29.005 tấn vải tương đương với hơn 145 triệu áo phông (Báo cáo phát triển bền vững của H&M, 2019). Sau khi thu gom, quần áo được phân thành ba loại: Mặc lại (quần áo có thể mặc lại sẽ được bán dưới dạng quần áo cũ), tái sử dụng (quần áo và hàng dệt cũ sẽ được chuyển thành các sản phẩm khác, chẳng hạn như vải lau) và tái chế (mọi thứ khác được biến thành sợi dệt và được sử dụng để làm vật liệu cách nhiệt). Bên cạnh đó, Levi Strauss & Co có các dịch vụ sửa chữa tại các cửa hàng để kéo dài thời gian sử dụng sản phẩm.

Thứ ba, các doanh nghiệp được nghiên cứu đều chuyển sang sử dụng hóa chất ít tác động tiêu cực đến môi trường sinh thái hơn hoặc giảm lượng hóa chất sử dụng. Levi Strauss & Co đã thành công trong việc sử dụng công nghệ laser để tạo ra sản phẩm nhanh hơn và sử dụng ít hơn 12 hóa chất (Báo cáo hàng năm của Levi Strauss & Co, 2018). Đầu năm 2020, Levi Strauss & Co đã hoàn thành cam kết ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Cuối năm 2019, 120 mặt hàng may mặc chủ đạo của Levi Strau & Co và nhà cung cấp vải và 200 nhà cung cấp hóa chất đang triển khai *Chương trình hóa học sàng lọc* trong các cơ sở vật chất của họ (Báo cáo hàng năm của Levi Strauss & Co, 2019). Năm 2020, 100% chuỗi cung ứng dệt may và da của H&M trong đó có sự tham gia của hơn 553 nhà cung cấp đã tham gia chương trình ZDHC và tỷ lệ các nhà cung cấp tuân thủ danh sách các chất bị hạn chế của ZDHC là 88% (Báo cáo phát triển bền vững của H&M, 2020).

Thứ tư, các cửa hàng của Gap Inc, Levi Strauss & Co và H&M chủ yếu sử dụng các bao bì làm từ giấy. Hiện nay, H&M đang thực hiện chiến dịch không sử dụng bao bì giấy. Nếu khách hàng sử dụng túi giấy sẽ phải trả phí. Hơn thế, cửa hàng còn giới thiệu túi sử dụng nhiều lần bán tại cửa hàng. Năm 2019, công ty có 84% bao bì được tái chế hoặc có nguồn gốc bền vững so với năm 2018 (Báo cáo phát triển bền vững của H&M, 2019). Để tránh việc các bao bì bị lỗi thời, H&M đang thực hiện chiến dịch mới: Hệ thống bao bì giấy đa nhãn hiệu có thể tái chế và được làm từ giấy đã được chứng nhận. Do đó, các thương hiệu của H&M có thể dễ dàng điều chỉnh nhãn theo nhu cầu của khách hàng, giúp loại bỏ việc lãng phí do bao bì lỗi thời.

Hợp tác với các bên trong chuỗi cung ứng bền vững

Để thực hiện được việc loại bỏ chất độc trong chuỗi cung ứng, công ty phải liên kết với các bên có cách thức xử lý hóa chất hiệu quả nhất. Cụ thể, trong vấn đề này Gap Inc có 3 đối tác sau: *Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)*, *the Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) Group* và *the Sustainable Apparel Coalition (SAC)*. Thêm vào đó, công ty cũng tích cực truyền thông về yêu cầu sự an toàn và vấn đề sử dụng hóa chất đối với các nhà cung cấp. Các nhà cung cấp phải tuân thủ bộ quy tắc ứng xử (Code of Vendor Conduct - COVC) và kỳ vọng tối thiểu (Mill Minimum Expectations). Gap Inc cũng đã thông qua các nền tảng trực tuyến để hỗ trợ thu thập và phân tích tồn kho hóa chất và dữ liệu sử dụng hóa chất từ 150 nhà cung cấp và cơ sở nhà máy. Nhờ đó, các nhà cung cấp của Gap Inc đang có xu hướng chuyển đổi sang sử dụng các chất hóa thân thiện với môi trường hơn. Đối với khách hàng, Gap Inc cũng tương tác sâu hơn với khách hàng, khuyến khích họ đưa ra những lựa chọn bền vững, bắt đầu với những loại trang phục họ chọn mua cho đến hành vi của họ đối với những trang phục họ không còn mặc nữa. Để làm được điều này, công ty tích cực truyền đạt các nỗ lực nhằm gia tăng tính bền vững của sản phẩm thông qua trưng bày cửa hàng, mô tả sản phẩm, dán nhãn sản phẩm, mạng xã hội và các

kênh khác, cũng như thực hiện các chiến dịch giáo dục và sử dụng phương tiện truyền thông trong các sự kiện về môi trường như Ngày Trái đất và Ngày Nước thế giới.

4.2. Thực hành về xã hội

Vào năm 2011, Levi Strauss & Co bắt đầu thử nghiệm giai đoạn tiếp theo của cam kết tạo ra một chuỗi cung ứng bền vững hơn được gọi là *sáng kiến sức khỏe người lao động (Worker Well-being initiative)*. Thông qua cách tiếp cận mới này, công ty hợp tác với các nhà cung cấp và các tổ chức địa phương để thực hiện các chương trình tập trung vào trao quyền tài chính, sức khỏe và hạnh phúc gia đình cũng như sự bình đẳng và sự được chấp nhận.

H&M có chính sách nhân quyền theo hướng dẫn của the UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) bao gồm 5 bước chính: chính sách phát triển, đào tạo, thẩm định, cơ chế khiếu nại và quản lý sự cố, sự tham gia của các bên liên quan. Công ty đã cung cấp các khóa đào tạo về nhân quyền và hội thảo với 178 nhà quản lý toàn cầu. Hơn thế nữa, H&M còn thực hiện chính sách bình đẳng giới trong chuỗi cung ứng, cụ thể là tập trung vào bốn lĩnh vực: sức khỏe và an toàn, sự nghiệp và phát triển, tiền lương và đại diện thông qua các dự án như: Wealth project in Indonesia, Gender Equality and Return (GEAR) project in Bangladesh, Digital payments project, và Better Work project in Cambodia. Các dự án này nhằm tăng nhận thức của phụ nữ về quyền được lên tiếng, được hạnh phúc, được an toàn, được nắm giữ vai trò lãnh đạo trong tổ chức và được hưởng mức lương bình đẳng cho những công việc có giá trị như nhau mà không phân biệt giới tính. Trong 1,56 triệu lao động trong chuỗi cung ứng thì lao động nữ chiếm 62% (Báo cáo phát triển bền vững của H&M, 2020).

Môi trường làm việc được Gap Inc đặc biệt chú trọng và đánh giá điều kiện làm việc dựa trên các yếu tố: mức độ quấy rối trật tự và thái độ phê bình, chỉ trích của người lao động tại cơ sở làm việc theo 3 cấp độ màu sắc tương ứng: tốt (màu xanh), khá (màu vàng), kém (màu đỏ). Theo báo cáo năm 2019 của Gap Inc, tỷ lệ các cơ sở sản xuất và nhà cung cấp đạt màu xanh và vàng chiếm 84% năm 2016 và 95% năm 2017. Năm 2018 và 2019, tỷ lệ này đều đạt 98%.

4.3. Thực hành về môi trường

Vấn đề về nguồn nước và khí thải được Gap Inc thực hiện thông qua các chiến lược tiết kiệm nước và quản lý CO2 qua các năm. Quý 1 năm 2020, lượng nước công ty tiết kiệm đã đạt 11,2 tỷ lít nước và đã vượt mục tiêu. Bên cạnh đó, công ty cũng có đưa ra các giải pháp liên quan đến *phụ nữ và nước*. Chiến lược về nước tập trung vào sự giao thoa giữa việc sử dụng nước trong sản xuất của Gap Inc và quyền cơ bản của con người là phải có nước sạch và an toàn. Liên quan đến khí thải, năm 2019, lượng khí CO2 giảm 23% so với lượng khí CO2 thải ra môi trường năm 2015 (Báo cáo hàng năm của Gap Inc, 2019). Trong khi, Levi Strauss & Co sử dụng kỹ thuật Water<Less và tái sử dụng và tái chế nước tại các nhà máy. Đến năm 2020, lượng nước tái chế đạt 9,6 tỷ lít nước (Báo cáo hàng năm của Levi Strauss & Co, 2020). Như vậy, có thể thấy để bảo vệ nguồn tài nguyên nước không chỉ tiết kiệm nước mà còn nên tái sử dụng nước và tái chế lại để tuần hoàn nguồn nước đã sử dụng.

Để giảm lượng CO2 ra môi trường, H&M đã và đang hợp tác với chuyên gia để tìm ra các biện pháp tốt nhất. Cụ thể:

- Đối với bồn rửa carbon tự nhiên (Natural carbon sinks): H&M đang tăng cường sử dụng các năng lượng sinh khối (như rừng nhiệt đới) và đầu tư nhiều hơn cho ngành nông nghiệp bền vững.

- Đối với bồn rửa carbon công nghệ (technological carbon sinks): Tìm hiểu và phát triển công nghệ hấp thụ khí nhà kính hiện đại và biến chúng thành khí mới.

5. Bài học kinh nghiệm cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam

5.1. Bài học về phát triển nguồn nguyên vật liệu bền vững

Đối với nguồn bông, các doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối mặt với bài toán về nguyên liệu. Do đó, việc mở rộng diện tích trồng bông và hợp tác với Better Cotton Initiative (BCI) để tìm ra phương pháp tăng năng suất và chất lượng bông là cần thiết. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp nên tạo mối quan hệ lâu dài, bền chặt với các nông trại trồng bông bằng cách cân đối giữa sản lượng và giá cho người nông dân để góp phần nâng cao sự gắn kết chặt chẽ nguồn bông vào trong giá trị chuỗi cung ứng.

5.2. Bài học về quy trình sản xuất thân thiện môi trường

Thứ nhất, về thiết kế sản phẩm, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam còn yếu kém về khả năng thiết kế sản phẩm và chưa tìm ra được sự khác biệt và lối đi riêng cho mình. Đặc biệt là thiết kế ra những sản phẩm làm từ các nguyên vật liệu bền vững hơn và có thể tái chế được. Doanh nghiệp nên đầu tư vào việc phát triển và khuyến khích sáng tạo ý kiến cá nhân, ý tưởng thiết kế cho sản phẩm của công ty.

Thứ hai, khi các doanh nghiệp Việt Nam làm tốt khâu thiết kế sản phẩm có thể tái chế và tái sử dụng được thì việc thu gom các sản phẩm cũ từ các thùng tái chế tại cửa hàng đạt hiệu quả cao. Từ lượng quần áo thu gom được, công ty tiến hành sáng tạo ra các phong cách mới hoặc bán dưới dạng quần áo cũ và tái chế nhằm hỗ trợ mục đích tuần hoàn của chuỗi cung ứng. Khi doanh nghiệp thể hiện trách nhiệm môi trường chính là đang quảng bá hình ảnh và thương hiệu của mình đến với khách hàng.

Thứ ba, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam nên tham gia cam kết không xả thải hóa chất độc hại ra môi trường. Có rất nhiều phản ứng hóa học được thực hiện để tạo ra một sản phẩm may mặc. Vì vậy, doanh nghiệp nên chuyển sang sử dụng và áp dụng các công nghệ mới như công nghệ laser để giảm các phản ứng hóa học không cần thiết và giảm lượng nước sử dụng trong quá trình sản xuất.

Thứ tư, các doanh nghiệp thời trang nước ngoài đã loại bỏ việc sử dụng túi nhựa sử dụng 1 lần trong tất cả cửa hàng. Việc sử dụng bao bì giấy đang tăng và sử dụng các bao bì làm từ nhựa tái chế cũng tăng. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam thực hiện bền vững và bảo vệ môi trường từ những chi tiết nhỏ như vậy cũng là cách tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

5.3. Bài học về quan hệ các bên trong chuỗi cung ứng bền vững

Đối với khách hàng, doanh nghiệp nên thực hiện các chiến dịch truyền thông tại các cửa hàng để khách hàng có thể tiếp cận sản phẩm và hiểu rõ về sản phẩm và đồng hành cùng doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng bền vững.

Bên cạnh đó, chuỗi cung ứng bền vững cần những nhà cung ứng cũng phải bền vững. Các doanh nghiệp nên làm gương cho chính các nhà cung cấp nơi theo. Từ đó, đưa ra yêu cầu các đối tác chuyển đổi sang sử dụng các chất bền vững hơn trong quá trình sản xuất.

5.4. Bài học về thực hiện trách nhiệm với người lao động

Để nâng cao sự phát triển bền vững trong chuỗi cung ứng thì không thể thiếu yếu tố con người. Doanh nghiệp nên tạo ra môi trường làm việc bình đẳng, an toàn và phát triển cho người lao động. Thứ nhất, doanh nghiệp nên chủ động tìm nguồn nhân lực chất lượng cao tại các trường đại học hoặc tại các tổ chức đào tạo việc làm. Thứ hai, có các buổi tập huấn về các kỹ năng vận hành máy móc, kỹ năng giao tiếp và thể hiện ý kiến của nhân viên trong công ty và kết hợp các chính sách đãi ngộ đối với các nhân viên có hoàn cảnh khó khăn và góp phần vào sự phát triển của công ty. Thứ ba, xây dựng văn hóa công ty minh bạch, rõ ràng và tin tưởng. Cấp trên lắng nghe ý kiến của cấp dưới để thực hiện và hành động các chiến lược của công ty. Cho phép người lao động có quyền tự do dân chủ bầu đại diện cho họ như là các công đoàn để họ có thể thể hiện ý kiến của mình. Đặc biệt là việc trả lương bình đẳng giới cho những công việc đem lại giá trị như nhau.

5.5. Bài học về nâng cao ý thức bảo vệ môi trường

Vấn đề ô nhiễm nguồn nước và lãng phí nước: Doanh nghiệp nên giảm lượng nước sử dụng trong nhà máy sản xuất và tái chế nước thải đã sử dụng. Doanh nghiệp có thể có các chương trình liên quan đến phụ nữ và nước. Do phụ nữ là người sử dụng nước nhiều để giặt đồ và trong các sinh hoạt trong nhà nên việc giáo dục và nâng cao ý thức tiết kiệm nước là điều nên làm.

Vấn đề ô nhiễm không khí: Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam nên lắp đặt các hệ thống xử lý khí thải trước khi chúng được thải ra môi trường. Công ty có thể xây dựng bồn rửa các bon công nghệ để chuyển đổi khí độc hại thành một số loại khí mới an toàn với môi trường hơn. Hơn thế nữa, doanh nghiệp cũng nên trồng cây xanh vì cây xanh giúp lọc khí các bon hoàn toàn tự nhiên và tốn ít chi phí.

Đi đôi với chiến dịch bảo vệ môi trường là chiến dịch sử dụng các năng lượng tái tạo. Do vậy, doanh nghiệp Việt Nam nên phát triển và lắp đặt hệ thống năng lượng tái tạo như năng lượng mặt trời.

6. Kết luận

Như vậy, với sự chuyển dịch chuỗi giá trị cung ứng bền vững đã và đang đem lại nhiều thành công cho một số doanh nghiệp thời trang trên thế giới về cả kinh tế, xã hội và môi trường. Từ việc thực hiện những chính sách mang tính bền vững trong toàn bộ chuỗi cung ứng, từ việc lên ý tưởng đến hoàn thiện sản phẩm đều hướng tới mục tiêu tối đa bảo vệ hệ sinh thái về môi trường và nơi làm việc nhưng vẫn đảm bảo tình hình tài chính của doanh nghiệp. Do vậy, chuỗi cung ứng của ngành dệt may Việt Nam nên được quan tâm nhiều hơn và phát triển theo xu hướng bền vững hơn. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam nên học tập và vận dụng những bài học về phát triển bền vững chuỗi cung ứng từ các doanh nghiệp thời trang nước ngoài là điều quan trọng.

Bài nghiên cứu đã đưa ra một số bài học về thực hiện chuỗi cung ứng bền vững cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam dựa trên việc phân tích kinh nghiệm của các doanh nghiệp thời trang điển hình Gap Inc, Levi Strauss & Co và H&M. Đó là thiết kế và thương mại hóa sản phẩm bền vững, tăng cường sử dụng bao bì thân thiện môi trường, có các chính sách, quy trình sản xuất thân thiện môi trường...Để có thể áp dụng các bài học này, các doanh nghiệp Việt Nam cần tính đến quy mô và nguồn lực vốn, văn hoá và con người của mình cũng như sự khác biệt về môi trường kinh doanh ở các quốc gia khác nhau. Bên cạnh đó, chuỗi cung ứng muốn phát triển bền vững thì từng đối tác trong chuỗi cung ứng cũng phải bền vững. Khía cạnh này nằm ngoài khuôn khổ nghiên

cứ, tuy nhiên, có thể trở thành một vấn đề nghiên cứu mới liên quan đến chuỗi cung ứng bền vững trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

Esmailiana, B., Sarkisb, J., Lewisc, K. & Behdadd, S. (2020), “Blockchain for the future of sustainable supply chain management in Industry 4.0”, *International Journal of Resources, Conservation & Recycling*, Vol. 163, pp. 1 - 15.

Gap Inc. (2019), “Global Sustainability Report 2019”, Available at: <https://www.gapincustainability.com/sites/default/files/Gap%20Inc%202019%20Report.pdf> (Accessed 9 May, 2021).

IUCN. (2006), “The Future of Sustainability. Report of the IUCN Renowned Thinkers Meeting”, *The World Conservation Union*.

Masoumik, S.M., Abdul-Rashid, S.H., Olugu, E.U. & Raja Ghazilla, R.A. (2014), “Sustainable Supply Chain Design: A Configurational Approach”, *The Scientific World Journal*, pp. 1 - 16.

Levi Strauss & Co. (2018), “2018 Annual report”, Available at: https://s23.q4cdn.com/172692177/files/doc_financials/2018/LSCO_AR_2018_Download_v04.pdf (Accessed 10 May, 2021).

Levi Strauss & Co. (2019), “2019 Sustainability Review”, Available at: <https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2020/07/LSCo.-2019-Sustainability-Review.pdf> (Accessed 10 May, 2021).

Levi Strauss & Co. (2020), “2020 Annual report”, Available at: https://s23.q4cdn.com/172692177/files/doc_financials/2020/ar/P48543_Levis_2020-AR_PROOF_3-5-21_PROOF_rev10_DY_single-page.pdf (Accessed 10 May, 2021).

Sloan, T.W. (2010), “Measuring the Sustainability of Global Supply Chains: Current Practices and Future Directions”, *Journal of Global Business Management*, Vol. 6 No. 1, pp. 92 - 107.

Tập đoàn H&M. (2019), “Sustainability Performance Report 2019”, https://sustainabilityreport.hmgroup.com/wp-content/uploads/2020/10/Sustainability_Performance_Report_2019.pdf, truy cập ngày 11/5/2021.

Tập đoàn H&M. (2020), “Sustainability Performance Report 2020”, <https://hmgroup.com/wp-content/uploads/2021/03/HM-Group-Sustainability-Performance-Report-2020.pdf>, truy cập ngày 14/5/2021.

Tran, T.V. & Hue, H.H.T. (2021), “Blockchain technology for sustainable supply chains of agri-food in Vietnam: a SWOT analysis”, *Science & Technology Development Journal - Economics - Law and Management*, Vol. 5 No. 1, pp. 1278 - 1289.

Turker, D. & Altuntas, C. (2014), “Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: An analysis of corporate reports”, *European Management Journal*, Vol. 32 No. 5, pp. 837 - 849.