

Agata Balińska✉, Aleksandra Kondratowicz

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Gospodarka cyrkularna na rynku odzieżowym i jej rola w redukcji negatywnego wpływu *fast fashion* na środowisko przyrodniczo-społeczne

Streszczenie. Celem artykułu jest określenie roli gospodarki cyrkularnej w minimalizowaniu negatywnych skutków powodowanych przez sektor *fast fashion*. W artykule przybliżono skalę i zakres negatywnego oddziaływania *fast fashion* na środowisko przyrodniczo-społeczne. Wskazano, że zjawiska te mogą być minimalizowane dzięki działaniom zaliczanym do gospodarki cyrkularnej. W artykule wykorzystano metodę krytycznej analizy literatury przedmiotu. Analiza wykazała, że skala oddziaływania branży *fast fashion* na przyrodę i człowieka jest znaczna, a charakter oddziaływania negatywny. Gospodarka cyrkularna pozwalająca na wydłużenie cyklu życia produktów oraz świadome postępowanie w procesie produkcji odzieży wpływają na zmniejszenie negatywnych zjawisk powodowanych produkcją i użytkowaniem odzieży.

Słowa kluczowe: *fast fashion*, skutki, odzież, gospodarka cyrkularna

Wstęp

Odzież i tekstylia, podobnie jak inne produkty konsumpcyjne, na przestrzeni ostatnich 20–30 lat przeszły znaczną metamorfozę w technologii produkcji, jej szybkości i globalizacji oraz konsumpcji sprowadzającej się bardzo często do impulsywnych, nieprzeemyślanych zakupów, krótkiego czasu użytkowania i masowego wyrzucania nadal pełnowartościowych produktów. Niektóre firmy branży odzieżowej wprowadzają nawet 52 „mikrokollekcje” rocznie, czyli mniej więcej jedną w tygodniu (Buzzo i Abreu, 2019). W przestrzeni gospodarczej, ale również w literaturze naukowej, zjawisko to określane jest mianem *fast fashion* (szybkiej mody) (Stal i Corvellec, 2022; Bartl i Ipsmiller 2023; Cayaban i in., 2023; Dzhengiz i in., 2023; Jones i Podpadec, 2023; MacGregor Pelikánová i Sani, 2023; Niinimäki i in., 2023).

Posiadanie odzieży to podstawowa ludzka potrzeba. Jest zatem zrozumiałe, że konsumpcja odzieży znacznie wzrosła wraz ze wzrostem liczby ludności i rozwojem społecznym. Spożycie włókien tekstylnych jako głównego składnika odzieży wzrosło z 5,9 kg

Agata Balińska ORCID: 0000-0002-8777-9955; Aleksandra Kondratowicz ORCID 0000-0002-9658-7701
✉ agata_balinska@sggw.edu.pl

na osobę w 1970 r. do 13,0 kg na osobę w 2020 r. (Bartl i Ipsmiller, 2023). Wzrost ten jest szczególnie widoczny w przypadku włókien opartych na polimerach syntetycznych, które są wytwarzane z zasobów kopalnych. Wielkość produkcji włókien syntetycznych wzrosła 14-krotnie od 1970 r. (4,8 mln ton) do 2020 r. (70,0 mln ton), co daje średnio roczny wzrost o 5,55%. Jeśli ten wzrost będzie kontynuowany, to wielkość produkcji podwoi się do 2032 r. w porównaniu z 2020 r., a w 2039 r. przekroczy nawet o 200 mln ton. Ogromny wzrost konsumpcji *per capita* na rynkach dojrzałych w ostatnich latach wynika głównie z modelu *fast fashion* (Bartl i Ipsmiller, 2023). Szybka moda to jeden z modeli biznesowych branży odzieżowej, w którym marki masowo produkują odzież po niskich kosztach (kopiując często przy tym projekty znanych projektantów mody), i robią to szybko, aby kolejne kolekcje trafiały do sklepów. Dzięki takim praktykom moda jest jedną z najbardziej problematycznych pod względem przyrodniczym i etycznym branż (Todeschini i in., 2020).

W celu ograniczenia negatywnego oddziaływania branży odzieżowej na środowisko przyrodnicze jest konieczne zmniejszenie konsumpcji nowej odzieży, na co zwracają uwagę m.in. Garcia-Ortego i in. (2023), a to sprawia, że gospodarka cyrkularna zyskuje na znaczeniu i jest odzwierciedleniem holistycznego podejścia do rozwoju zrównoważonego.

Celem niniejszego opracowania jest określenie roli zachowań cyrkularnych w ograniczaniu negatywnego oddziaływania *fast fashion* na środowisko przyrodniczo-społeczne. W badaniu przyjęto następujące problemy badawcze:

1. Jaka jest skala i charakter wpływu *fast fashion* na środowisko przyrodnicze i społeczne?
2. Jakie są przejawy gospodarki cyrkularnej na rynku odzieżowym?

W badaniach wykorzystano krytyczną analizę literatury, w tym i artykuły naukowe oraz opracowania branżowe. Podjęta problematyka badań mieści się w awangardzie badań naukowych. W bazie WoS znajdują się 82 pozycje uwzględniające równocześnie terminy gospodarka cyrkularna i odzież, przy czym tylko 33 w kategoriach biznes, ekonomia i zarządzanie i żadna z tych pozycji nie dotyczy rynku polskiego.

Fast fashion i skutki jej rozwoju

Termin 'szybka moda' po raz pierwszy zyskał popularność na początku lat 90., kiedy Zara otworzyła sklep w Nowym Jorku z misją „potrzeba tylko 15 dni, aby odzież przeszła od etapu projektowania do sprzedaży w sklepach” (*What Is Fast Fashion and Why Is It so Bad?*, 2022). Początki tego trendu pochodzą jednak od tradycyjnych producentów przenoszących swoją produkcję do krajów rozwijających się oraz różnicujących sprzedaż poprzez równoczesne prowadzenie sklepów tradycyjnych i internetowych. Obecnie znaczna część konsumentów przeniosła zakupy do firm internetowych, które zostały założone wyłącznie w celu prowadzenia działalności jako firma szybkiej mody. Podmioty te nie mają witryn sklepowych z cegły i zaprawy, nigdy nie produkowały swojej odzieży w krajach rozwiniętych. Misją tych firm jest umożliwienie konsumentom szybkiego zakupu modnych ubrań za najniższe możliwe ceny.

Internetowe firmy szybkiej mody, takie jak Shein, Zaful i Fashion Nova, powiększają się od 2000 r. i rozwijają się wykładniczo, a proces ten został przyspieszony pandemią COVID-19. Wraz ze starszymi, bardziej tradycyjnymi firmami szybkiej mody, takimi jak Zara, H&M i Uniqlo, marki *fast fashion* stworzyły globalny rynek, którego wartość na 2022 r. szacowano na 33 miliardy dolarów, a prognozy wskazują na 40 miliardów dolarów w 2025 roku. Duża popularność produktów szybkiej mody wynika z tego, że konsumenci dokonują zakupów impulsywnie, a niskie ceny i krótka dostępność sprawiają, że odzież ta jest atrakcyjna dla konsumentów (Hageman i in., 2024).

Wszystko to sprawia, że coraz bardziej są odczuwane negatywne skutki rozwoju *fast fashion*, wśród których należy wymienić:

1. Zanieczyszczenie wody, gleby i powietrza spowodowane produkcją – ok. 60% materiału wykorzystanego w odzieży to plastik, który obejmuje poliestr, akryl i tekstylia nylonowe, a z tego powodu sama obróbka powoduje, że każdego roku około pół miliona ton plastikowych mikrowłókien jest uwalnianych do oceanów, co jest odpowiedzialniem prawie trzech miliardów koszul poliestrowych (*Fashion's Tiny Hidden Secret*, 2019). Przemysł modowy jako całość odpowiada za 10% globalnej emisji dwutlenku węgla, 20% globalnych ścieków i za ogromne ilości zanieczyszczenia tworzywami sztucznymi w ocenach (*ActNow for Zero Waste Fashion*, 2019).
2. Zanieczyszczenie środowiska spowodowane wydłużeniem łańcucha dostaw (Niinimäki i in., 2020) – większość produkcji odbywa się w krajach Azji Południowej, a konsumpcja jest realizowana przede wszystkim w Europie i USA. Jeśli chodzi o emisję dwutlenku węgla i gazów cieplarnianych na etapie produkcji i transportu, to „przemysł modowy jest odpowiedzialny za więcej niż wszystkie loty międzynarodowe i żegluga morska razem wzięta” (*UN Launches Drive to Highlight Environmental Cost of Staying Fashionable*, 2019).
3. Zanieczyszczenie środowiska spowodowane wyrzucaniem ubrań niesprzedanych lub sprzedanych, ale użytkowanych bardzo krótko – odzież stanowi 92 miliony ton odpadów wytwarzanych rocznie (Niinimäki i in., 2020). Szacuje się, że w samych Stanach Zjednoczonych rocznie na wysypisko trafia 11,3 miliona ton odpadów tekstylnych. W przeliczeniu na mieszkańca jest to ok. 37 kg, czyli 2150 sztuk odzieży w ciągu jednej sekundy. Pojedyncza sztuka odzieży jest noszona od 7 do 10 razy zanim zostanie wyrzucona, co w większości krajów oznacza trafienie do kosza na śmieci (*10 zatrważających statystyk dotyczących fast fashion*, 2024). Prawie 60% wszystkich wyprodukowanych i zakupionych sztuk odzieży kończy na składowiskach w ciągu roku od produkcji (Khare, 2019).
4. Nadmiarowe zużycie wody w procesie produkcji – Niinimäki i in. (2020) podają, że zużycie wody w procesie produkcji odzieży wynosi 79 bilionów litrów rocznie. Cały przemysł modowy zużywa rocznie ok. 93 miliardów metrów sześciennych wody, co stanowi ilość wystarczającą na zaspokojenie potrzeb 5 milionów ludzi (*UN Launches Drive to Highlight Environmental Cost of Staying Fashionable*, 2019). Do wyprodukowania jednej bawełnianej koszulki potrzeba 27,7 tys. litrów wody, czyli tyle, ile zużywa jedna osoba przez 900 dni (Drennan, 2015). Biorąc pod uwagę, że

według Światowej Organizacji Zdrowia ponad 2,2 miliarda ludzi nie ma dostępu do czystej wody pitnej, to nadmierne zużycie oraz zanieczyszczenie wody mogą być postrzegane jako niemoralne. Wodochłonna jest również produkcja bawełny, a nieprzemyślane decyzje w tym zakresie prowadzą do nieodwracalnych zmian w środowisku, czego przykładem jest wysychanie Morza Aralskiego w Uzbekistanie (Hageman i in., 2024).

5. Nieuczciwe praktyki na rynku pracy – branża *fast fashion* jest w wielu krajach ważnym pracodawcą, np. Inditex (właściciel m.in. marki Zara) zatrudniał w 2021 r. ok. 165 tys. osób (Bartl i Ipsmiller, 2023) i w tym miejscu należy podkreślić, że wpływ *fast fashion* na rynek pracy nie jest jednoznacznie negatywny. Prawdą jest, że produkcja odbywa się w krajach Globalnego Południa (głównie krajach Azji Południowej) i bazuje na wykorzystywaniu „taniej siły roboczej”, głównie kobiet i dzieci, z pogwałceniem praw człowieka, przemocą i dyskryminacją (Williams, 2022). Aż 93% marek odzieżowych nie płaci pracownikom w swoich fabrykach pensji, co z perspektywy krajów zachodnich wydaje się niezrozumiałe. Odzwierciedla jednak patologię nie tylko w samych fabrykach w krajach Globalnego Południa, ale również w warunkach kontraktów ze znanymi sieciami handlowymi, głównie z USA i Europy Zachodniej (*ActNow for Zero Waste Fashion*, 2019). Częste są też wypadki z przepracowania, z powodu tragicznych warunków pracy oraz łamania norm BHP, czego przykładem jest katastrofa w fabryce Rana Plaza w 2013 r., w której ponad 1100 pracowników odzieży zginęło, a co najmniej 2000 zostało rannych. Wielu pracowników, np. farbiarni, nie jest też wyposażonych w odpowiedni sprzęt ochronny, który pozwoliłby uniknąć skutków narażenia na działanie rakotwórczych substancji chemicznych, takich jak formaldehyd lub dichromian potasu.

Przytoczone powyżej przykłady są tylko drobnym zasygnalizowaniem niekorzystnych skutków szybkiej mody i nadmiarowej konsumpcji odzieży.

Ułatwienie przejścia na bardziej zrównoważoną konsumpcję mody zgodnie z badaniami Papasolomou i in. (2022) wymaga przekazania konsumentom jasnych informacji na temat wpływu kupowanej przez nich odzieży na środowiska przyrodnicze i społeczne. Z ich badań wynika, że chociaż większość konsumentów twierdzi, że ma wiedzę na temat problemów związanych z rozwojem zrównoważonym, brakuje im precyzyjnej i dokładnej wiedzy na temat aspektów związanych ze zrównoważonym łańcuchem dostaw, w tym tkanin, materiałów, recyklingu lub ponownego wykorzystywania produktów modowych. Również Niinimäki i in. (2020) wskazują na potrzebę pilnego powrotu do „slow” mody, minimalizowania i łagodzenia szkodliwego wpływu na środowisko, zrównoważenia łańcucha dostaw mody, tak aby poprawa była długoterminowa.

Gospodarka cyrkularna w branży odzieżowej

Współczesna gospodarka opiera się na prostym modelu linearnym, który funkcjonuje według zasady „weź–zużyj–wyrzuć”. System linearny polega na wytwarzaniu, użytkowaniu i generowaniu odpadów, które są traktowane jako końcowy etap życia produktu.

Rozwiązaniem problemów wynikających z funkcjonowania systemu liniowego jest idea gospodarki opartej na obiegu zamkniętym, znanej również jako gospodarka obiegu zamkniętego lub cyrkularna (ang. *circular economy*). Jej głównym celem jest zamykanie cykli produkcyjnych i konsumpcyjnych w taki sposób, aby zminimalizować negatywny wpływ na środowisko.

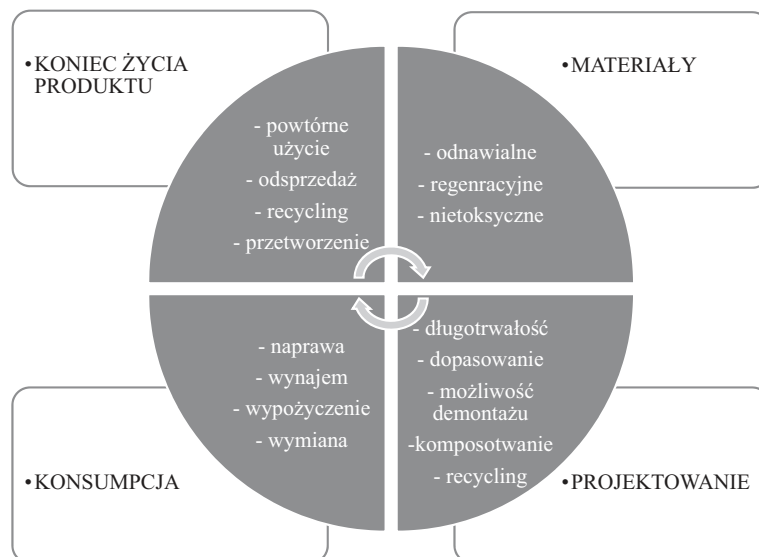
Obecnie branża odzieżowa w zakresie produkcji, dystrybucji i użytkowania odzieży działa niemal całkowicie liniowo. Ponad 68% obecnych włókien pozyskuje się z zasobów nieodnawialnych. Odzież jest użytkowana przez bardzo krótki czas, a następnie składowana na wysypiskach śmieci lub spalana. Taki system liniowy pozostawia wiele niewykorzystanych możliwości gospodarczych, a także zanieczyszcza i degraduje środowisko. Aby sprostać pojawiającym się wyzwaniom, istnieje potrzeba przejścia od gospodarki liniowej do gospodarki o obiegu zamkniętym (Gardetti, 2019). Gospodarka o obiegu zamkniętym opiera się w skrócie na trzech głównych działaniach i podejściach: ograniczaniu, ponownym wykorzystaniu i recyklingu, które są typowymi podejściami do tradycyjnego gospodarowania odpadami (Manickam i Duraisamy, 2019; Szewczyk, 2021). Ograniczanie obejmuje redukcję odpadów na wszystkich etapach produkcji (w tym minimalnego zużycia surowców) oraz na różnych etapach konsumpcji i użytkowania. Ponowne wykorzystanie wymaga ponownego przemyślenia produkcji w celu uzyskania produktów, które można łatwo poddać recyklingowi lub ponownie wykorzystać.

Przejście na ekonomię cyrkularną jest potrzebne, aby ograniczyć nadmierną konsumpcję, poprawić wykorzystanie odzieży i zwiększyć wskaźniki recyklingu. Saha i in. (2021) twierdzą, że branża tekstylna-odzieżowa może ewoluować od liniowych procesów biznesowych (produkcja, wykorzystanie i utylizacja) do procesów o obiegu zamkniętym (weź, wytworzyć, dystrybuuj, używaj i odzyskaj). Fundacja Ellen MacArthur jest organizacją charytatywną zaangażowaną w przyspieszanie procesów przechodzenia na gospodarkę cyrkularną. Według niej ekonomia cyrkularna w branży tekstylna-odzieżowej oferuje zrównoważone i regeneracyjne podejście do minimalizacji odpadów i wpływu na środowisko. Ekonomia cyrkularna kładzie nacisk na projektowanie, produkcję i używanie tekstyliów w celu promowania trwałości, ponownego użycia, recyklingu i odpowiedzialnej utylizacji.

Fundacja Ellen MacArthur (2023) zdefiniowała wizję gospodarki o obiegu zamkniętym dla przemysłu modowego i tekstylnego jako gospodarki, w której produkty są wykonane:

- aby być używane przez dłuższy czas,
- aby produkować je od nowa,
- z bezpiecznych i pochodzących z recyklingu lub odnawialnych surowców.

Dissanayake i Weerasinghe (2021) definiują gospodarkę cyrkularną w branży odzieżowej jako system, który zmierza w kierunku modelu regeneracyjnego z lepszym wykorzystaniem zasobów zrównoważonych i odnawialnych, redukcji surowców nieodnawialnych, zanieczyszczeń i wytwarzania odpadów, jednocześnie ułatwiając długą żywotność produktu i obieg materiałów poprzez strategie zrównoważonego projektowania mody i skuteczne procesy ekologiczne (rys. 1).



Rysunek 1. Gospodarka cyrkularna w branży odzieżowej

Źródło: Dissanayake i Weerasinghe (2021).

Konsumenci mogą wspierać rozwiązania oparte na obiegu zamkniętym, wybierając marki odzieżowe, które wprowadzają zasady zrównoważonego rozwoju, korzystając z materiałów przyjaznych dla środowiska i przyjmując praktyki o obiegu zamkniętym, takie jak programy recyklingu lub odbioru. Inną metodą jest kupowanie przedmiotów z drugiej ręki. Prowadzi to do przedłużenia żywotności odzieży, zmniejszenia ilości odpadów i często dostarczania unikalnej i wysokiej jakości odzieży po niższych kosztach. Zamiast wyrzucać stare ubrania, konsumenci mogą je podarować, sprzedać lub poddać recyklingowi. Nie bez znaczenia są również nawyki pielęgnacyjne odzieży. Obejmuje to przestrzeganie instrukcji prania, unikanie nadmiernego prania i naprawianie uszkodzonej odzieży zamiast wyrzucania (*Circular Economy in Fashion Industry, Sustainable Fashion...*). Bartl i Ipsmiller (2023) argumentują potrzebę gospodarki cyrkularnej przede wszystkim zwiększeniem dostępności ubrań również dla osób o mniejszych dochodach. Zwracają jednak uwagę na niedoskonałość tego podejścia, w tym na poziomie systemu zbiórki odzieży używanej, niskiej jakości wielu produktów odzieżowych (głównie wyprodukowanych przez sektor *fast fashion*), która nie pozwala na przedłużenie użytkowania tej odzieży, oraz na poziomie konsumpcji, np. szybko zmieniające się trendy modowe.

Gospodarka cyrkularna generuje również korzyści dla przedsiębiorców – prowadzi do zmniejszenia kosztów i zwiększania przychodów poprzez wprowadzenie kreatywnych produktów lub usług na rynku (Krukowska, 2022). Myczkowska-Utrata (2024) podkreśla, że większość marek znajduje się obecnie na wczesnym etapie wdrażania strategii cyrkularności. Marki skupiają się głównie na doborze surowców i komunikacji uświada-

miającej potrzebę właściwych wyborów konsumenckich. Coraz częściej marki na swoich stronach internetowych podkreślają znaczenie ponownego wykorzystania tworzyw oraz materiałów pozyskiwanych w sposób zrównoważony.

Przykładem marki działającej zgodnie z zasadami gospodarki cyrkularnej jest Patagonia – marka podawana jako przykład najbardziej „cyrkularnej” w branży odzieżowej (*Kearney: Patagonia the world's most circular...*, 2022). Patagonia to amerykańska marka oferująca swoim klientom odzież i sprzęt outdoorowy. Jest znana ze swojej wiodącej roli w podejmowaniu działań mających na celu zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko.

Patagonia powstała jako odpowiedź na niedobory specjalistycznej odzieży górskiej, która łączyłaby funkcjonalność z poszanowaniem dla środowiska. Jej założyciel Yvon Chouinard od samego początku stawiał na rozwój zrównoważony i wiarę, że biznes może współistnieć z troską o środowisko naturalne. Jego filozofia i przekonania wyznaczyły kierunek, w jakim rozwijała się firma. Już w latach 80. Patagonia zyskała szeroką rozpoznawalność, oferując odzież górską najwyższej jakości oraz aktywnie angażując się w ochronę środowiska. Rewolucyjnym krokiem w historii marki było wprowadzenie odzieży z organicznej bawełny i recyklingowanego poli-estru, co potwierdziło jej zaangażowanie w ekologiczne inicjatywy. Yvon Chouinard dowiódł, że można prowadzić dochodowy biznes, mając przy tym pozytywny wpływ na planetę. Marka stała się symbolem ekologicznego podejścia w branży odzieżowej na całym świecie. Patagonia przekazuje 1% swoich rocznych przychodów na rzecz organizacji zajmujących się ochroną środowiska. Zamiast podążać za trendem *fast fashion*, Patagonia konsekwentnie dąży do zrównoważonej i proekologicznej produkcji swoich ubrań z materiałów pochodzących z recyklingu. Do innowacyjnych osiągnięć marki należy autorska membrana H₂No®, która zapewnia całkowitą wodoodporność i oddychalność, a przy okazji stanowi ekologiczną alternatywę dla tradycyjnych materiałów. W ramach programu Worn Wear Patagonia zachęca klientów do naprawy swoich ulubionych produktów zamiast kupowania nowych. To inicjatywa sprzyjająca redukcji odpadów oraz promowaniu zrównoważonego modelu konsumpcji. Marka stworzyła także platformę, na której można łatwo kupić, sprzedać lub wymienić używaną odzież Patagonii, dając jej drugie życie (*Patagonia – na czym polega fenomen ekologicznej marki odzieżowej*, 2024).

W ostatnich latach również Unia Europejska postawiła sobie za cel przekształcenie rozwoju obecnego modelu gospodarki liniowej w cyrkularność. W związku ze zmianą dyrektywy ramowej w sprawie odpadów (Dyrektywa (UE) 2018/851) tekstylia są również objęte polityką gospodarki cyrkularnej. Komisja Europejska oczekuje przejścia na CE nie tylko w celu zmniejszenia wpływu na środowisko (np. 450 mln ton pomniejszone o emisje CO₂ do 2030 r.), ale także na poprawę bezpieczeństwa dostaw surowców i pozytywny wpływ na zatrudnienie (580 000 nowych miejsc pracy) (WE, 2020; Bartl i Ipsmiller 2023). Przykładem tego działania jest w Polsce od 1 stycznia 2025 r. zakaz wyrzucania odzieży i innych artykułów modowych do śmieci, co nakłada na jednostki samorządu lokalnego obowiązek selektywnej zbiórki tych produktów np. w ramach punktów selektywnego zbierania odpadów komunalnych.

Podsumowanie i wnioski

Wielu badaczy zjawiska *fast fashion* podkreśla, że podmioty działające w tym sektorze naruszają prawa pracownicze i prawa człowieka, jednak w wielu miejscach jest to jedyny pracodawca dający zatrudnienie głównie kobietom, których sytuacja ekonomiczna w krajach słabo rozwiniętych jest trudniejsza niż mężczyzn (Thomson, 2021). Na inny aspekt *fast fashion* zwraca uwagę Williams (2022), a mianowicie podkreśla, że branża ta pozwala konsumentom nadążyć za trendami mody, a szybka moda pozwala osobom o niższych dochodach i rodzinom kupować więcej ubrań, które są nowoczesne i modne. Z tego powodu osoby o niskich dochodach mogą ubierać się porównywalnie z ich bardziej zamożnymi rówieśnikami. Skutki środowiskowe *fast fashion* są jednak jednoznacznie negatywne. Wymaga to holistycznego spojrzenia również na uwarunkowania rozwoju tej branży i wypracowanie odpowiedzi na pytanie, czy można jeszcze zatrzymać ten trend i czy gospodarka cyrkularna może stanowić alternatywę dla „szybkiej mody”.

Gospodarka cyrkularna, w przeciwieństwie do tradycyjnej gospodarki liniowej („weź, zużyj, wyrzuć”), dąży do tego, aby ubrania i materiały pozostawały w użyciu jak najdłużej. Głównym celem jest minimalizacja odpadów i maksymalne wykorzystanie zasobów poprzez ich ponowne użycie, naprawę i recykling. Branża odzieżowa jest jednym z najbardziej zanieczyszczających sektorów gospodarki – generuje ogromne ilości odpadów i zużywa znaczne ilości zasobów. Przejście na gospodarkę cyrkularną może znacząco zmniejszyć jej negatywny wpływ na środowisko, przy jednoczesnym tworzeniu bardziej zrównoważonych i odpowiedzialnych modeli biznesowych oraz świadome zaangażowanie konsumentów.

Niniejszy artykuł nie jest wolny od ograniczeń. Pomimo starań autorek o zaprezentowanie szerokiego pola interpretacji gospodarki cyrkularnej i *fast fashion* w literaturze naukowej, dobór publikacji może być uznany za subiektywny. Przeprowadzona analiza nie wyczerpuje szerokiej problematyki badanego zjawiska. Artykuł ten jest zatem zaproszeniem do dyskusji naukowej nad problematyką roli gospodarki cyrkularnej w ograniczaniu negatywnego wpływu branży odzieżowej, a szczególnie *fast fashion* na środowisko przyrodniczo-społeczne. Analiza danych wtórnych skłoniła autorki do sformułowania pytań badawczych, na które należy znaleźć odpowiedź w szerokich badaniach empirycznych:

1. Jakie uwarunkowania skłaniają respondentów do korzystania z rozwiązań gospodarki cyrkularnej na rynku odzieżowym?
2. Które rozwiązania z gospodarki cyrkularnej są najbardziej skuteczne i jakie czynniki decydują o tej skuteczności?
3. Czy konsumenci są świadomi tego, jaki wpływ na środowisko przyrodnicze i społeczne ma produkcja odzieży, w tym sektor *fast fashion*?
4. Jaki wpływ na decyzje konsumenckie na rynku odzieżowym ma świadomość praktyk stosowanych przez sektor *fast fashion*?

Literatura

- ActNow for Zero Waste Fashion. Sustainable Development Goals (2019). United Nations. Pobrano z: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2019/08/actnow-for-zero-waste-fashion> (dostęp: 20.05.2025).
- Bartl, A., Ipsmiller, W. (2023). Fast fashion and the Circular Economy: Symbiosis or antibiosis? *Waste Management & Research*, 41 (3), s. 497–498. DOI: <https://doi.org/10.1177/0734242X221149639>
- Buzzo, A., Abreu, M. J. (2019). *Fast Fashion, Fashion Brands & Sustainable Consumption*, Springer.
- Cayaban, C. J. G., Prasetyo, Y. T., Persada, S. F., Borres, R. D., Gumasing, M. J. J., Nadlifatin, R. (2023). The Influence of Social Media and Sustainability Advocacy on the Purchase Intention of Filipino Consumers in Fast Fashion. *Sustainability*, 15 (11), 8502. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15118502>
- Circular Economy in Fashion Industry, Sustainable Fashion EPR, UK. Reconomy. Pobrano z: <https://www.reconomy.com/2024/09/03/the-state-of-the-circular-economy-in-the-fashion-industry/> (dostęp: 10.02.2025).
- Consultancy.uk (2022). Kearney: Patagonia the world's most circular fashion retail brand. Consultancy.uk. UK consulting industry platform. Pobrano z: <https://www.consultancy.uk/news/31228/kearney-finds-patagonia-to-be-worlds-most-circular-brand>
- Dissanayake, D., Weerasinghe, D. (2021). Towards Circular Economy in Fashion: Review of Strategies, Barriers and enablers. *Circular Economy and Sustainability*, 2 (1), s. 25–45. DOI: <https://doi.org/10.1007/s43615-021-00090-5>
- Drennan, K. (2015). Picking Up the Threads. *Alternatives Journal*, 41 (3), s. 21–23. Pobrano z: <https://www.proquest.com/openview/bc7c78907165a64fff8d73e4994b8fe4/1?pq-origsite=gscholar&cbl=35934> (dostęp: 10.02.2025)
- Dzhengiz, T., Haukkala, T., Sahimaa, O. (2023). (Un)Sustainable transitions towards fast and ultra-fast fashion. *Fash Text*, 10, 19. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40691-023-00337-9>
- Ellen MacArthur Foundation, *Rethinking Business Models for a Thriving Fashion Industry* (2022). Pobrano z: <https://ellenmacarthurfoundation.org/fashion-business-models/overview> (dostęp: 18.05.2025).
- Fashion's tiny hidden secret (2019). UNEP. Pobrano z: <http://www.unep.org/news-and-stories/story/fashions-tiny-hidden-secret> (dostęp: 8.02.2025).
- Garcia-Ortega, B., Galan-Cubillo, J., Llorens-Montes, F. J., De-Miguel-Molina, B. (2023). Sufficient consumption as a missing link toward sustainability: The case of fast fashion. *Journal of Cleaner Production*, 399 (1), 136678. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136678>
- Gardetti, M. A. (2019). 1 – Introduction and the concept of circular economy. W: S. S. Muthu (red.). *Circular Economy in Textiles and Apparel*. Woodhead Publishing, Cambridge, s. 1–11. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102630-4.00001-7>
- Hageman, E., Kumar, V., Duong, L., Kumari, A., McAuliffe, E. (2024). Do fast fashion sustainable business strategies influence attitude, awareness and behaviours of female consumers? *Business Strategy and the Environment*, 33 (2), s. 1081–1098. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.3545>
- Jones, V., Podpadec, T. (2023). Young people, climate change and fast fashion futures. *Environmental Education Research*, 29 (11), s. 1692–1708. DOI: <https://doi.org/10.1080/13504622.2023.2181269>
- Khare, A. (2019). Green apparel buying: Role of past behavior, knowledge and peer influence in the assessment of green apparel perceived benefits. *Journal of International Consumer Marketing*, 35 (1), s. 109–125. DOI: <https://doi.org/10.1080/08961530.2019.1635553>

- Krukowska, M. (2022). Moda na cyrkularność. Gospodarka obiegu zamkniętego. Pobrano z: <https://www.forbes.pl/biznes/gospodarka-cyrkularna-obieg-zamkniety-odpadami/7cdvc83> (dostęp: 12.02.2025).
- MacGregor Pelikánová, R., Sani, M. (2023). Luxury, slow and fast fashion: A case study on the (un)sustainable creating of shared values. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 18 (3), s. 813–851. DOI: <https://doi.org/10.24136/eq.2023.026>
- Manickam, P., Duraisamy, G. (2019). 4 – 3Rs and circular economy. W: S. S. Muthu (red.). *Circular Economy in Textiles and Apparel*. Woodhead Publishing, Cambridge, s. 77–93. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102630-4.00004-2>
- Myczkowska-Utrata, A. (2024). Moda cyrkularna – tempo zmian jest zbyt wolne. Pobrano z: <https://ecoeconomia.pl/2024/11/27/moda-cyrkularna-tempo-zmian-jest-zbyt-wolne/> (dostęp: 12.02.2025).
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen T., Gwilt A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nat Rev Earth Environ*, 1, s. 189–200. DOI: <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Our vision of a circular economy for fashion (2023). Pobrano z: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-vision-of-a-circular-economy-for-fashion> (dostęp: 7.02.2025)
- Papasolomou, I., Melanthiou, Y., Tsamouridis, A. (2022). The fast fashion vs environment debate: Consumers' level of awareness, feelings, and behaviour towards sustainability within the fast-fashion sector. *Journal of Marketing Communications*, 29 (2), s. 191–209. DOI: <https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2154059>
- Patagonia – na czym polega fenomen ekologicznej marki odzieżowej (2024). Pobrano z: <https://www.sport-shop.pl/blog/patagonia-na-czym-polega-fenomen-ekologicznej-marki-odziezowej/> (dostęp: 12.02.2025).
- Saha, K., Dey, P. K., Papagiannaki, E. (2021). Implementing circular economy in the textile and clothing industry. *Business Strategy and the Environment*, 30 (4), s. 1497–1530. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.2670>
- Stal, H. I., Corvellec, H. (2022). Organizing Means–Ends Decoupling: Core–Compartment Separations in Fast Fashion. *Business & Society*, 61 (4), s. 857–885. DOI: <https://doi.org/10.1177/00076503211001856>
- Szewczyk, M. (2017). Szanse na rozwój gospodarki okrężnej w przemyśle tekstylno-odzieżowym. *Gospodarka w Praktyce i Teorii*, 3 (48), s. 57–67.
- Thomson D. (2021). *Modpolis. Dlaczego to, co nosimy, ma znaczenie*. Warszawa: Wydawnictwo Literackie.
- Todeschini, B. V., Cortimiglia, M. N., Medeiros, J. F. (2020). Collaboration Practices in the Fashion Industry: Environmentally Sustainable Innovations in the Value Chain. *Environmental Science & Policy*, 106, s. 1–11. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2020.01.003>
- UN launches drive to highlight environmental cost of staying fashionable (2019). UN News. Pobrano z: <https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161> (dostęp: 7.02.2025).
- What Is Fast Fashion and Why Is It So Bad? (2022). Good on You. Pobrano z: <https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> (dostęp: 27.02.2025).
- Williams, E. (2022). Appalling or Advantageous? Exploring the Impacts of Fast Fashion From Environmental, Social, and Economic Perspectives. *Journal for Global Business and Community*, 13 (1). DOI: <https://doi.org/10.56020/001c.36873>
- 10 zatrważających statystyk dotyczących fast fashion (2024). *Magazyn Biomasa*. Pobrano z: <https://magazynbiomasa.pl/10-zatrwaszajacych-statystyk-dotyczacych-fast-fashion/> (dostęp: 20.05.2025).

**Circular economy in the clothing market and its function
in reducing the negative impact of fast fashion
on the natural and social environment**

Abstract. The aim of the article is to determine the role of the circular economy in minimizing the negative effects caused by the fast fashion sector. The article presents the scale and scope of the negative impact of fast fashion on the natural and social environment. It is indicated that these phenomena can be minimized through activities classified as circular economy. The article uses the method of critical analysis of the literature on the subject. The analysis shows that the scale of the impact of the fast fashion industry on nature and humans is significant, and the nature of the impact is negative. The circular economy, which allows for the extension of the life cycle of products and conscious conduct in the clothing production process, allows for the reduction of negative phenomena caused by the production and use of clothing.

Keywords: fast fashion, effects, clothing, circular economy