

# PHÁT TRIỂN NGHỆ THUẬT GỐM BIÊN HÒA TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Đoàn Minh Ngọc\*

**Tóm tắt:** Nghệ thuật gốm Biên Hòa là sự kết hợp giữa kỹ thuật và quan niệm thẩm mỹ của phương Đông và phương Tây được thể hiện qua vẻ đẹp độc đáo từ tạo dáng, chạm lộng, khắc chìm đến màu men. Quá trình hội nhập quốc tế luôn tạo ra nhiều cơ hội nhưng cũng không ít khó khăn và sức cạnh tranh khốc liệt về hàng hóa, về tiếp cận thị trường, chất lượng sản phẩm, mà ở đó yếu tố thẩm mỹ và công năng sử dụng được đặt lên hàng đầu. Do vậy, người thiết kế, tạo dáng sản phẩm cần phải trang bị những lý luận khoa học thực tiễn, có kiến thức về thẩm mỹ để đáp ứng nhu cầu thường ngoạn của công chúng và xu hướng phát triển của thị trường gốm trong thời kỳ hiện đại trên thế giới.

**Từ khóa:** Phát triển, gốm Biên Hòa, thị trường, hội nhập quốc tế.

Trong bối cảnh nước ta hiện nay, những diễn biến của nền kinh tế thị trường, quá trình vận động của xu thế hội nhập quốc tế đã tạo nên sự năng động, tính đa dạng trong việc dung nạp cái mới để thích ứng và phát triển. Những biến đổi và ứng dụng rộng rãi thành tựu của khoa học công nghệ trong sản xuất công - nông nghiệp, trong thương mại - dịch vụ, trong thông tin - liên lạc, sự giao lưu văn hóa nghệ thuật với các nước trong khu vực ngày càng nhanh chóng và thuận lợi, là những nhân tố quan trọng tạo nên sự biến đổi về tâm lý, nhận thức cũng như nhu cầu hưởng thụ nghệ thuật của công chúng trong đời sống xã hội. Vì vậy, để phát triển nghệ thuật gốm Biên Hòa, thì bên cạnh việc khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên thiên nhiên, phát huy lịch sử lâu đời của nghề gốm, tôn vinh và phát triển tài năng của những nghệ nhân trong nghề gốm, các doanh nghiệp gốm cần phải không ngừng hoàn thiện quy trình sản xuất, đổi mới trang thiết bị như lò nung, khuôn, pha chế men, cải tiến mẫu mã, áp dụng công nghệ mới và nâng cao chất lượng sản phẩm. Trong bài viết này, chúng tôi sẽ tập trung phân tích những yếu tố ảnh hưởng và một số giải pháp để phát triển nghệ thuật gốm Biên Hòa trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay.

## 1. Yếu tố về tổ chức sản xuất

Phần lớn các cơ sở gốm Biên Hòa phát triển theo hướng tự phát, với quy mô sản xuất nhỏ nên thiếu đầu tư công nghệ hiện đại, chưa tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật, đưa máy móc thiết bị thay thế lao động thủ công ở những khâu, công đoạn phù hợp. Từ đó sẽ dẫn đến năng suất thấp, chất lượng sản phẩm có tính thẩm mỹ chưa cao và đặc biệt là khả năng cạnh tranh trong môi trường hội nhập quốc tế lại gặp nhiều khó khăn. Với quy mô sản xuất nhỏ, khép kín thì việc tổ chức sản xuất phụ thuộc vào trình độ tay nghề của từng thành viên trong gia đình và tính bảo thủ nghề của từng dòng họ, từng cơ sở sản xuất được ưa chuộng hơn là việc tổ chức liên doanh hay hợp tác sản xuất. Mặt khác, khi nguồn vốn chưa huy động được nhiều thì không đủ kinh phí đầu tư cho kỹ thuật công nghệ tiên tiến sẽ hạn

\* TS. Trường Đại học Mỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh.

chế vấn đề liên doanh, hợp tác và mở rộng sản xuất để phát triển. Hiện nay, tình hình sản xuất tại các cơ sở gốm Biên Hòa đang gặp nhiều khó khăn do nguồn nguyên liệu tại chỗ hạn chế, phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu từ nơi khác sẽ dẫn đến phát sinh chi phí vận chuyển nên giá thành sản phẩm cao, đồng thời thiếu những trung tâm trưng bày sản phẩm và chưa thật sự hợp tác với du lịch để phát triển bền vững.

Theo ông Vòng Khiêng – Tổng thư ký Hiệp hội Gốm mỹ nghệ Đồng Nai cho rằng: “Để thực hiện mục tiêu bảo tồn và phát triển nghệ gốm truyền thống Biên Hòa trong thời kỳ hiện đại, các cơ sở sản xuất, kinh doanh gốm cần phải hợp tác thành lập công ty cổ phần hoặc xây dựng hợp tác xã để thống nhất lại đầu mỗi kinh doanh - thị trường, tiếp thị và thiết kế mẫu mã sản phẩm chung cho các doanh nghiệp, cơ sở trong cụm gốm Tân Hạnh. Tạo điều kiện thuận lợi để thu hút các nghệ nhân, thợ giỏi vào làm việc trong một xưởng sản xuất phù hợp với năng lực để giúp họ tiếp tục sáng tạo, giữ gìn tinh hoa các sản phẩm gốm mỹ nghệ Biên Hòa nổi tiếng vừa để làm ra những sản phẩm giá trị cao, đồng thời đào tạo nghệ cho lực lượng nghệ nhân trẻ” (1).

Quá trình giao lưu và hội nhập quốc tế sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp gốm sứ trong nước có cơ hội tiếp cận với những sản phẩm gốm sứ hiện đại của nước ngoài đã áp dụng công nghệ khoa học tiên tiến vào sản phẩm. Ngày nay, khoa học công nghệ đã cho phép nhà thiết kế truyền tải vẻ đẹp của nghệ thuật hội họa lên trên sản phẩm gốm sứ; đó chính là thành quả của khoa học công nghệ mới đã giúp người thiết kế tạo nên nhiều mẫu mã sản phẩm đẹp, sáng tạo nhiều loại men màu mới và ứng dụng công nghệ vẽ màu ở nhiệt độ 1280°C. Nghệ thuật trang trí gốm sứ cao cấp vẽ bằng tay, phối hợp màu men và nung ở nhiệt độ cao (Hình: 1, Hình: 2, Hình: 3) sẽ cho ra đời những sản phẩm đẹp nhằm đáp ứng nhu cầu cần thiết của thị trường gốm sứ trên thế giới.



Hình 1: Bình gốm Biên Hòa

Nguồn ảnh internet



Hình 2: Bình gốm Biên Hòa

Nguồn ảnh internet



Hình 3: Bình gốm Biên Hòa

Nguồn ảnh internet

## 2. Yếu tố về khả năng tiếp cận thị trường

Sau năm 1975 đến nay có ba mô hình làm gốm Biên Hòa: thứ nhất là Công ty gốm Mỹ thuật Công nghiệp Đồng Nai thuộc Sở Công nghiệp quản lý; Mô hình thứ hai là do doanh nghiệp tư nhân điều hành, điển hình là Công ty gốm Thái Dương; Mô hình thứ ba là làng gốm Tân Vạn và làng gốm đất nung Bửu Long đây là làng nghề gốm với các cơ sở sản xuất nhỏ, chủ yếu làm đồ gia dụng hoặc gia công cho các công ty lớn. Theo khảo sát của họa sĩ Trần Khánh Chương: “Gốm Biên Hòa tập trung tại phường Tân Vạn, Bửu Hoà và hai xã Tân Thạnh, Hoà An. Hiện nay, hầu hết các sản phẩm của các lò gốm đều được sản xuất và phục vụ việc xuất khẩu sang thị trường các nước Đông Nam Á và châu Âu” (2).

Thực tế cho thấy, trong suốt thời gian dài, các lò gốm nhỏ ít có cơ hội tham gia xuất khẩu trực tiếp, thường phải qua nhiều khâu trung gian nên không nắm bắt đầy đủ yêu cầu của khách hàng về mẫu mã, chất lượng, giá cả. Một số cơ sở sản xuất còn thiếu thông tin về thị trường, giá cả, pháp luật của Nhà nước cũng như luật pháp quốc tế, chậm xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa, sở hữu công nghiệp, công tác quảng cáo, tiếp thị chưa được quan tâm đúng mức. Nhiều lò gốm thiếu lao động kỹ thuật có trình độ cao, do đó việc ứng dụng những tiến bộ khoa học - công nghệ gặp những khó khăn nhất định, số lượng thợ kỹ thuật chuyên đi vào nghiên cứu, sáng tác mẫu mã thực sự còn ít, chưa được đào tạo cơ bản mà chủ yếu là do sự mày mò, tự học hỏi từ kinh nghiệm của những người đi trước.

Bên cạnh đó, các cơ sở sản xuất gốm Biên Hòa đang phải đối mặt với những thách thức cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu với nhiều đối thủ có tiềm lực kinh tế, kỹ thuật, công nghệ trong khu vực; những đe dọa từ những sản phẩm thay thế; những rào cản thương mại, kỹ thuật tiên tiến; các chuẩn mực đạo đức kinh doanh và tiêu chuẩn bảo vệ môi trường từ thị trường nhập khẩu buộc nhà xuất khẩu Việt Nam phải chấp nhận cùng với quá trình hội nhập sâu rộng vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Từ đó đã đặt ra cho các nhà xây dựng chính sách, nhà quản lý doanh nghiệp những yêu cầu cấp bách về các giải pháp đồng bộ khắc phục nhược điểm và phát triển khả năng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của các thị trường lớn trên thế giới.

Ngày nay, trước những sản phẩm được sản xuất hàng loạt của nền sản xuất công nghiệp, có hai khuynh hướng chính trong sản xuất thương mại và chọn lựa sản phẩm để tiêu thụ: “Thứ nhất: tạo ra hay chọn những sản phẩm xã hội đa công năng, đẹp, hiệu quả, giá thành hợp lý, an toàn, trong đó có cả không làm ô nhiễm môi trường. Thứ hai: là sản xuất hay lựa chọn những loại sản phẩm của nghệ thuật thủ công, độc đáo mang sắc thái dân tộc rõ nét” (3).

Thị trường tiêu thụ gốm mỹ nghệ Biên Hòa chủ yếu là xuất khẩu đến các nước Mỹ, Nhật, Úc, Đài Loan, Brunei, Anh, Pháp... mỗi năm xuất khoảng vài chục triệu sản phẩm, số sản phẩm bán trong nước chiếm tỉ trọng không nhiều. Để có được sản phẩm đáp ứng đúng thị hiếu thẩm mỹ của khách hàng đòi hỏi các doanh nghiệp gốm phải chú trọng đến việc sáng tác mẫu. Việc này đã được các doanh nghiệp xác định là một trong những yếu tố quyết định trong tiếp thị sản phẩm. Hầu hết các doanh nghiệp lớn như Hợp tác xã Gốm Thái Dương, Công ty Gốm Việt Thành, Đồng Thành, Minh Đức đều thành lập một bộ phận gồm các nghệ nhân, thợ bậc cao, phân công chuyên trách chịu trách nhiệm từng khâu như tạo hình, pha men, đốt lò, kiểm tra, giám sát, hướng dẫn cho công nhân thực hiện, thí nghiệm pha chế các loại men màu, sáng tác mẫu mã theo yêu cầu của khách hàng trong và ngoài nước.

Trước yêu cầu ngày càng cao của thị trường nội địa và xuất khẩu, sự cạnh tranh của các mặt hàng nhập khẩu, sản phẩm của các làng nghề gốm Biên Hòa cần được đổi mới cả về mẫu mã, chất lượng, đến giá thành của sản phẩm. Từ đó đòi hỏi các làng nghề phải tăng cường ứng dụng, đổi mới công nghệ sản xuất, quan tâm đến công tác đào tạo nguồn nhân lực có tay nghề cao và giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường để đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế.

### 3. Yếu tố về hội nhập quốc tế

Ngày nay, hội nhập quốc tế đã trở thành xu hướng lớn của thời đại và là quá trình phát triển tất yếu do sự tương tác ngày càng tăng của con người và giữa các quốc gia. Nhiều nước trên thế giới lựa chọn gia nhập sân chơi quốc tế là con đường phát triển hiệu quả và bền vững của dân tộc mình. Tuy nhiên, trên thế giới có nhiều quan niệm về hội nhập quốc tế, song về cơ bản đều thống nhất rằng, đây là hiện tượng các nước mở rộng và tăng cường quan hệ hợp tác với nhau trên cơ sở thế mạnh của mỗi quốc gia và phân công lao động quốc tế. Sự phát triển của kinh tế thị trường là động lực hàng đầu thúc đẩy quá trình hội nhập quốc tế.

Khi hội nhập quốc tế thì sẽ có yếu tố cạnh tranh, cạnh tranh kinh tế giữa các địa phương, quốc gia khác nhau càng trở nên gay gắt. Hội nhập quốc tế giai đoạn hiện nay, cần tăng cường cách tiếp cận đa ngành, liên ngành và đa phương. Đây là xu thế khách quan trong bối cảnh toàn cầu hóa phát triển mạnh mẽ, phát triển bền vững và sáng tạo. Điều này là phù hợp với xu thế chuyển đổi sang mô hình bền vững, sáng tạo, và tư duy phát triển kinh tế, xã hội.

Trong xu thế hội nhập phát triển, Đồng Nai là một trong những tỉnh có thế mạnh về đầu tư nước ngoài, trong đó các ngành nghề thủ công truyền thống, đặc biệt là nghề gốm đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế của tỉnh. Với lợi thế là một đô thị nằm ở cửa ngõ Thành phố Hồ Chí Minh, thuận lợi về vận tải và kinh doanh xuất nhập khẩu. Đặc biệt, gốm Biên Hòa có truyền thống và phong cách riêng rất độc đáo (Hình 4, 5, 6), có đủ điều kiện để giới thiệu sản phẩm và mở rộng thị trường ra nhiều nước trên thế giới. Quá trình hội nhập quốc tế sẽ tác động, ảnh hưởng đến vận hành của các cơ sở sản xuất và doanh nghiệp gốm Biên Hòa hiện nay. Chính vì vậy, cần tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại cho sản phẩm gốm thông qua các hình thức như quảng cáo thương hiệu, tham gia triển lãm, hội chợ trong nước và quốc tế.



Hình 4: Lân-men đồng xanh. Hình 5: Bình-men celadon. Hình 6: Bình-men da lươn

#### 4. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả và phát triển nghệ thuật gốm Biên Hòa

- Để đảm bảo vốn cho sản xuất làng nghề phát triển, cần giữ ổn định môi trường kinh tế - xã hội để các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh yên tâm đầu tư nhằm khai thác tốt nguồn vốn và chủ động hơn về vốn đầu tư cho sản xuất kinh doanh. Thực hiện đa dạng hóa các nguồn vốn, phương thức huy động vốn và phương thức cho vay để tập trung đầu tư phát triển. Bên cạnh đó, cần tranh thủ các nguồn vốn từ các nhà đầu tư trong nước, các dự án của Trung ương, các tổ chức phi chính phủ.

- Khuyến khích và hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho việc phát triển nghệ thuật gốm Biên Hòa bằng cách mở rộng quy mô đào tạo và đa dạng hóa các hình thức dạy nghề. Có thể kết hợp với các trường đại học, cao đẳng nghề tổ chức các khoá đào tạo giúp đỡ người lao động nâng cao trình độ mỹ thuật, kỹ thuật để họ có thể tự tạo ra những sản phẩm đẹp và phong phú. Bên cạnh đó, không ngừng hoàn thiện quy trình sản xuất, đổi mới trang thiết bị, cải tiến mẫu mã, áp dụng công nghệ mới và nâng cao chất lượng sản phẩm có tính mỹ thuật cao.

- Nâng cao năng lực thực thi hội nhập quốc tế, tăng cường xây dựng nguồn nhân lực, nhất là nhân lực chất lượng cao, có tri thức, kiến thức, kỹ năng hội nhập và kỹ năng nghề. Đồng thời UBND thành phố Biên Hòa, Sở Công Thương, Liên hiệp Các Hội Khoa học Kỹ thuật tỉnh Đồng Nai và Hiệp hội Gốm mỹ nghệ Đồng Nai cần đẩy mạnh đổi mới quản lý phù hợp với tình hình thực tiễn. Mặt khác, tăng cường bồi dưỡng, đào tạo nghề, gắn với nhu cầu xã hội và yêu cầu của hội nhập quốc tế hiện nay.

- Duy trì, khôi phục và phát triển nghề gốm Biên Hòa góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập, phát huy nội lực của địa phương, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh đồng thời giữ gìn, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của địa phương. Tiếp tục củng cố các thị trường xuất khẩu đang có, mở rộng phát triển các thị trường mới, tập trung các thị trường có nhiều tiềm năng, đồng thời chú trọng đến thị trường xuất khẩu quốc tế.

- Tạo cảnh quan môi trường làm việc tại các lò gốm thành điểm tham quan du lịch làng nghề để du khách tìm hiểu quy trình sản xuất thủ công, từng sản phẩm được người thợ tạo hình, trang trí, gia công làm nguội đến hoàn chỉnh sản phẩm. Từ đó, du khách có thể tham quan phòng trưng bày sản phẩm với nhiều mẫu mã được sáng tạo trong các giai đoạn khác nhau. Qua đó, du khách thử nghiệm thực hành tại chỗ một số sản phẩm gốm Biên Hòa xưa và nay, đây cũng là giải pháp hiệu quả để quảng bá sản phẩm qua lưu niệm cho du khách.

- Phát triển sản xuất của các doanh nghiệp gốm trong tình hình mới đòi hỏi nguồn nhân lực có tay nghề cao. Việc tổ chức để các nghệ nhân giỏi có kinh nghiệm truyền nghề cho số lao động trẻ sẽ tạo ra thế hệ nghệ nhân mới đáp ứng yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn lao động tại các cơ sở sản xuất. Chính vì vậy, tôn vinh nghệ nhân giỏi là một trong những yếu tố cần thiết để bảo tồn và phát triển làng nghề.

- Để phát triển nghệ thuật gốm Biên Hòa nên có chính sách ưu đãi trong đào tạo nguồn nhân lực, tăng cường xúc tiến thương mại, nghiên cứu thị trường để mở rộng thị trường tiêu thụ. Bên cạnh đó, cần gắn phát triển du lịch với làng nghề gốm để quảng bá sản phẩm, đồng thời hỗ trợ vốn cho các cơ sở sản xuất nhằm giảm chi phí, hạ thấp giá thành để tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường quốc tế.

### Kết luận

Nhìn chung, gốm Biên Hòa là sản phẩm giao thoa giữa ba dòng gốm: gốm bản địa, gốm Trung Hoa và gốm Limoges của Pháp. Gốm Biên Hòa đẹp và độc đáo từ nghệ thuật tạo dáng, nghệ thuật chạm lộng, khắc chìm, đắp nổi, phân mảng màu sắc riêng biệt cùng với kỹ năng phối màu men mang tính sáng tạo trên cơ sở những màu men truyền thống nổi tiếng. Quá trình hội nhập quốc tế, sự phát triển của các doanh nghiệp gốm Biên Hòa vẫn còn gặp nhiều khó khăn, thách thức, quy mô cơ sở sản xuất nhỏ, kỹ thuật sản xuất thủ công, năng suất lao động thấp, năng lực cạnh tranh sản phẩm chưa cao và thị trường tiêu thụ còn hạn chế. Hiện nay, để phát triển nghệ thuật gốm Biên Hòa, các cấp chính quyền cũng như các cơ sở sản xuất nhỏ, doanh nghiệp gốm phải thực hiện đồng bộ chính sách và giải pháp phát triển kinh tế - xã hội nhằm khuyến khích, hỗ trợ, giúp đỡ, tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp kết nối mở rộng thị trường xuất khẩu và phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế./.

Đ.M.N

1. Vòng Khiêng, “Giữ gìn bản sắc làng nghề, giải pháp bảo tồn và phát triển nghề gốm truyền thống Đồng Nai”, *Cổng thông tin điện tử khoa học công nghệ Đồng Nai*, số 03/2018.

2. Trần Khánh Chương (2015), “Khảo sát một số cơ sở sản xuất gốm ở Biên Hòa - Đồng Nai”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học *Gốm Đồng Nai và các vùng phụ cận từ truyền thống đến hiện đại*, Nxb. Đồng Nai, tr. 59-64.

3. Uyên Huy (2005), “Mỹ thuật ứng dụng và tính dân tộc trong thời đại kinh tế thị trường”, Tạp chí *Thông tin mỹ thuật*, Đại học Mỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh, số 07-08, tr. 32-35.

### Tài liệu tham khảo khác

1. Kerry Nguyễn Long (2003), “Gốm Biên Hòa trong giai đoạn đầu qua bối cảnh các trào lưu ở nước Pháp”, *100 năm hình thành và phát triển*, Nxb Tổng hợp Đồng Nai.

2. Waiguo Taoci Yishu Tudian (2004), *Từ điển Nghệ thuật gốm sứ thế giới*, (Trần Khiết Hùng dịch), Nxb Mỹ thuật.

3. Henri Laurens (1926), *L'art Chinois classique*, Éditions Paris.

### **Đoàn Minh Ngọc: *Developing Biên Hòa ceramic art in the context of international integration***

Biên Hòa ceramic art is a combination of techniques and aesthetic conceptions of the East and West, which is expressed through its unique beauty in shaping, carving, engraving, and enameling. International integration brings both opportunities and difficulties, fierce competition in terms of goods, market access, product quality which most emphasizes the aesthetic and function factors. Therefore, designers need to be equipped with practical, theoretical knowledge, aesthetic knowledge to meet the needs of the audience and align with the development trend of the ceramic market in the modern era in the world.

**Keywords:** Development, Biên Hòa ceramic, market, international integration.