

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA QUẢN LÝ VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT**

**XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN
THƯƠNG HIỆU GÓM SỨ ĐÔNG TRIỀU
QUẢNG NINH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
CỬ NHÂN QUẢN LÝ VĂN HOÁ**

Giảng viên hướng dẫn: PGS,TS Phan Văn Tú

Sinh viên thực hiện : Lê Thanh Hoa

Lớp : Quản lý Văn hóa 6B

Khóa học : 2005 – 2009

Hà Nội – 2009

MỤC LỤC

Mở đầu	Trang
Nội dung	1
Chương 1. Một số vấn đề lý luận về thương hiệu và tổng quan về vị trí, địa lý huyện Đông Triều - Quảng Ninh	5
1.1. Thương hiệu là gì?	5
1.2. Tổng quan về vị trí, địa lý huyện Đông Triều - Quảng Ninh	16
Chương 2. Thực trạng gốm sứ tại huyện Đông Triều – Quảng Ninh	23
2.1. Lịch sử hình thành và phát triển nghề gốm sứ	23
2.2. Nghề gốm sứ tại Đông Triều hiện nay	32
Chương 3. Giải pháp và phát triển thương hiệu gốm sứ Đông Triều - Quảng Ninh	38
3.1. Một số sự kiện ảnh hưởng tới làng nghề hiện nay	38
3.2. Hướng đi cho vấn đề thương hiệu gốm sứ tại Đông Triều	44
Kết luận	59
Tài liệu tham khảo	61
Một số hình ảnh gốm sứ Đông Triều	63

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Hiện nay, thương hiệu không còn là vấn đề mới với các Doanh nghiệp trong và ngoài nước nhưng với các làng nghề thủ công ở nước ta thì nó vẫn chưa hiện hình rõ nét, chưa có biện pháp xây dựng hay phát triển cho thương hiệu mở rộng hơn. Quảng Ninh là một vùng đất nơi Đông Bắc Tổ quốc, trời phú cho nhiều thắng cảnh thiên nhiên nổi tiếng khắp thế giới và một trữ lượng rừng, biển, khoáng sản tương đối lớn. Quảng Ninh được coi là một trong ba trung tâm kinh tế lớn của miền Bắc. Cũng như những miền quê khác, Quảng Ninh phát triển công, nông, ngư nghiệp và trong đó có nghề thủ công gốm sứ truyền thống xuất hiện từ lâu đời. Nghề gốm này tập trung sản xuất tại Đông Triều, là những sản phẩm nặng lửa (nung với nhiệt độ cao từ 1250-1300 độ) gắn bó mật thiết với đời sống sinh hoạt vật chất và tâm linh hàng ngày của người dân. Nếu bạn có cơ hội về Quảng Ninh du lịch trên đường đi chắc chắn sẽ được ngắm những sản phẩm gốm sứ tinh xảo, đẹp mắt trưng bày ngoài trời và trong các cửa hàng. Nghề thủ công này đã đem lại công việc, thu nhập cho hàng triệu người dân nơi đây nhưng hiện nay, sự cạnh tranh mạnh mẽ của các làng nghề thủ công, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ mới đang ảnh hưởng lớn tới việc tiêu thụ sản phẩm gốm sứ. Người dân chuyển hướng kinh doanh khác, sản phẩm gốm sứ tiêu thụ ít hơn và điều quan trọng là nguy cơ mai một thương hiệu gốm sứ Đông Triều trong tương lai đã trở thành nỗi lo của người dân, chính quyền địa phương và mất đi nét đẹp riêng của miền biển Quảng Ninh. Việc định hướng, khôi phục cho làng nghề phát triển và trở thành một thương hiệu gốm sứ mạnh là việc làm rất cần thiết hiện nay. Nó giúp giải quyết được nguồn lao động của tỉnh, nâng cao đời sống nhân dân và đặc biệt là góp phần gìn giữ một làng nghề truyền thống, một nét văn hóa của tỉnh cũng như làm phong phú thêm các làng nghề thủ công Việt

Nam. Trước thực trạng cấp thiết này, tôi quyết định chọn đề tài “xây dựng và phát triển thương hiệu gốm sứ Đông Triều – Quảng Ninh” để nghiên cứu.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

Đối tượng nghiên cứu: thương hiệu gốm sứ.

Phạm vi nghiên cứu: huyện Đông Triều - tỉnh Quảng Ninh hiện nay.

3. Mục đích và mục tiêu nghiên cứu.

Tiềm năng đất tại Đông Triều – Quảng Ninh là rất lớn và đây sẽ là nguồn tài nguyên phong phú, chất lượng cho phát triển những sản phẩm gốm sứ ứng dụng và cao cấp. Tài nguyên sẵn có nhưng hiện nay, người dân chưa có cách thức khai thác sử dụng tiết kiệm, hợp lý. Vì vậy, với đề tài nghiên cứu này rất mong người dân hiểu được nguồn tiềm năng lớn của huyện và có biện pháp sử dụng hợp lý, hiệu quả nguồn tài nguyên vô giá này.

Gìn giữ, phát triển nghề gốm sứ truyền thống của địa phương để nó trở thành một sản phẩm đặc trưng cho huyện nói riêng và tỉnh Quảng Ninh nói chung.

Nâng cao sức cạnh tranh của gốm sứ Đông Triều với các làng nghề, các dịch vụ khác. Giúp nâng cao sản phẩm để ngày càng đáp ứng được nhu cầu, mong muốn của người tiêu dùng. Sản phẩm ngày được tiêu thụ tốt, làng nghề phát triển trở thành một thương hiệu vững mạnh.

Giúp thương hiệu quảng bá sản phẩm gốm sứ Đông Triều, tìm kiếm thêm nhiều thị trường mới và nhất là ở nước ngoài.

Dem lại công việc, thu nhập ổn định cho người dân địa phương. Từ đây, đời sống vật chất cũng như tinh thần của người dân được nâng cao hơn.

Phát triển làng nghề trở thành địa điểm du lịch lý tưởng cho du khách, thu hút thêm lượng khách đến với tỉnh Quảng Ninh.

Việt Nam đã trở thành thành viên của tổ chức Thương mại thế giới (WTO) sẽ có rất nhiều doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam và có cả sự du nhập của các sản phẩm thủ công ngoại. Vì vậy, việc chúng ta phải đầu phát triển thương hiệu cho sản phẩm của chính mình và ngày nâng cấp hơn để có khả năng đầu tư công nghệ mới, tạo ra các sản phẩm vượt trội, mở rộng thị trường để cạnh tranh tốt hơn. Tất cả những vấn đề trên đang trở thành nỗi lo của mỗi người để giúp bảo vệ, phát triển bền vững các giá trị truyền thống đồng thời không bị mai một theo thời gian của các làng nghề hiện nay.

4. Phương pháp nghiên cứu.

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu;
- Phương pháp quan sát;
- Khảo sát thực tế;
- Phương pháp so sánh, phân tích tổng hợp.

5. Đóng góp của đề tài.

Đề tài mong muốn cung cấp thêm kiến thức về xây dựng cũng như phát triển thương hiệu tại Việt Nam và đặc biệt là các làng nghề hiện nay. Nền kinh tế ngày càng phát triển thì sự cạnh tranh hàng hóa, cạnh tranh để tồn tại trở nên mạnh mẽ hơn, vì vậy những thông tin về thương hiệu giờ đây rất cần thiết trong mọi lĩnh vực đời sống.

Đề tài sẽ góp thêm nguồn tài liệu tham khảo cho các bạn quan tâm, yêu thích về làng nghề và về vấn đề thương hiệu cho làng nghề.

6. Bộ cục đề tài:

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục, nội dung chính của khoá luận gồm 3 chương:

Chương 1. Một số vấn đề lý luận về thương hiệu và tổng quan về vị trí, địa lý huyện Đông Triều – Quảng Ninh;

Chương 2. Thực trạng nghề gốm sứ tại Đông Triều – Quảng Ninh;

Chương 3. Giải pháp và phát triển thương hiệu gốm sứ Đông Triều – Quảng Ninh.

KẾT LUẬN

Thế giới ngày càng thay đổi và xu hướng cạnh tranh đẽ tồn tại đang diễn ra mạnh mẽ nhất là khi Việt Nam hội nhập thị trường thế giới. Các doanh nghiệp ngày nay hiểu được tầm quan trọng của thương hiệu với sự tồn tại của doanh nghiệp hơn bao giờ hết. Xây dựng và phát triển thương hiệu trở thành chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp. Việc xây dựng và phát triển thương hiệu mới đang khởi sắc tại Việt Nam nên gặp nhiều khó khăn hơn trong vấn đề doanh nghiệp và những người làm thương hiệu chưa nắm vững kiến thức về thương hiệu và việc đăng kí thương hiệu. Chúng ta đã có nhiều bài học xương máu về việc bị mất thương hiệu ngay trên thị trường tiêu thụ của mình. Đăng kí thương hiệu và phát triển được thương hiệu sẽ giúp doanh nghiệp đứng vững bước đầu trên con đường cạnh tranh tìm kiếm thị trường, cho việc mở rộng thương hiệu trong tương lai, và sự bền vững của doanh nghiệp. Tuy vậy, thương hiệu tại Việt Nam vẫn còn non trẻ nên doanh nghiệp chưa thể nhận thức đầy đủ vai trò của thương hiệu. Ngoài ra, khó khăn lớn nhất trong cạnh tranh thương hiệu Việt là nạn hàng nhái, hàng giả, kém chất lượng lan tràn đang là bước cản mạnh cho thương hiệu trên con đường cạnh tranh gay go phía trước.

Thương hiệu đang tiến mạnh vào các làng nghề truyền thống của nước ta và đây là một dấu hiệu đáng mừng cho việc giữ vững được làng nghề truyền thống của địa phương. Sản phẩm làng nghề của Việt Nam rất đẹp và được ưa chuộng ngay cả trên những thị trường khó tính như Mỹ, Nhật, Đức... Tìm kiếm được những thị trường mới và phát triển thương hiệu cho riêng làng nghề sẽ giúp làng nghề ngày càng khởi sắc, sống sót được trong thời kỳ khủng hoảng lớn này. Nhưng vấn đề khó khăn lớn hiện nay là sự nhận thức của người dân về tầm quan trọng của thương hiệu cho sự tồn tại, phát triển của làng nghề hiện nay và trong tương lai còn nhiều hạn chế. Trong khi đó, vấn đề vốn, công nghệ, khả

năng quảng bá yếu kém thì việc mất dần thương hiệu, mai một làng nghề truyền thống rất dễ xảy ra. Nghề gốm sứ là một lĩnh vực đang phải kêu cứu khi khả năng xuất khẩu tăng nhưng không đăng kí được thương hiệu trên thị trường lớn. Làng nghề gốm sứ Đông Triều đang chịu khá nhiều phần thiệt trong việc tiêu thụ sản phẩm giá thấp do vấn đề này mang lại. Điều này ảnh hưởng rất lớn tới doanh thu cho làng nghề và công sức đầu tư tốn kém để làm ra sản phẩm. Xây dựng và phát triển thương hiệu là việc phải được chú trọng, quan tâm hàng đầu trong chiến lược tồn tại hiện nay cho làng nghề nhưng trước mắt, việc cải tiến công nghệ mới, hiện đại và nâng cao nhận thức cho người dân về thương hiệu trong phát triển sẽ là động lực cho làng nghề lớn mạnh hơn. Mong rằng trong thời gian gần nhất làng nghề tạo sẽ làm ra nhiều sản phẩm độc đáo, đáp ứng nhu cầu thị trường và quan trọng hơn là khẳng định được thương hiệu gốm sứ vững mạnh trên thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chưa đáp ứng kịp yêu cầu phát triển. (2009). Báo Quảng Ninh - số 7224 - ngày 27/03/2009.
2. Thư Hương, Trần Quốc Bình, Hồ Chí Cường. (2004). Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nhỏ. NXB Lao động – xã hội, Hà Nội.
3. Kế thừa và phát huy thương hiệu gốm Đông Triều. (2009). Báo Quảng Ninh - số 7257 - ngày 29/04/2009.
4. Vũ Ngọc Khánh .(2004). Làng cổ truyền Việt Nam. NXB Thanh niên, Hà Nội.
5. Lịch sử hình thành huyện Đông Triều - Quảng Ninh. (1995). Quảng Ninh.
6. Liên kết – Con đường duy nhất giúp làng nghề vượt khó. (2009). Báo Quảng Ninh - số 7230 - ngày 3/04/2009.
7. Mai Thế Hân, Hoàng Ngọc Hoà, Vũ Văn Phúc. (2003). Phát triển làng nghề truyền thống trong quá trình CNH, HĐH. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. Tạp chí xưa và nay - hội Khoa học lịch sử Việt Nam. (2007). số 275 - 276 -tháng 1 – 2007.
9. Tìm hướng đi cho nghề sản xuất gốm sứ ở xã Đức Chính (Đông Triều). (2009). Báo Quảng Ninh - số 7235 - tháng 4 – 2009.
10. Tuyển tập các đề án, dự án khoa học và công nghệ tỉnh Quảng Ninh, giai đoạn 2001 – 2005. (2007). Sở Khoa học và Công nghệ, Quảng Ninh.

11. Nguyễn Đức Tý. (2006). Kinh tế xã hội Quảng Ninh. Sở Văn hoá thông tin, Quảng Ninh.
12. Xây dựng và phát triển thương hiệu. (2007). NXB Lao động – xã hội, Hà Nội.
13. Trang Web: www.thaisonceramic.com
14. www.thanhdongceramic.com
15. www.moi.gov.vn
16. www.dongtrieu.violet.vn
17. www.baoquangninh.com.vn
18. www.vi.wikipedia.org
19. www.dictionary.bachkhoatoanthu.gov.vn
20. www.thuonghieuviet.com.vn
21. www.battrang-ceramics.org
22. www.unicom.com.vn