RMIT UNIVERSITY

Trung tâm Doanh nghiệp & Di sản Việt Nam – Vietnam Legacy Business Center (VLBC): Nghiên cứu và đồng hành phát triển doanh nghiệp Việt trường tồn

SDGs liên quan:

Đơn vị thực hiện VLBC Vietnam Legacy Business Center

Lĩnh vực:
- Giáo dục & Đào tạo
- Công nghệ & Đổi mới sáng tạo
- Quản trị & Phát triển doanh

Cách tiếp cận:
- Phát triển cộng đồng & Hợp tác
- Lãnh đạo & Quản trị bền vững
- Ứng dụng & Triển khai công nghệ
- Thay đổi hành vi & Nâng cao nhận thức

01 Giới thiệu

Trung tâm Doanh nghiệp & Di sản Việt Nam (Vietnam Legacy Business Center – VLBC) là một nhánh nghiên cứu và đào tạo chuyên sâu thuộc **Pencil Group**, hoạt động với sứ mệnh đồng hành cùng các doanh nghiệp Việt có tầm nhìn trăm năm.

Trụ cột cốt lõi:
- Phát triển **Thương hiệu Bền vững**
- Phát triển **Lãnh đạo Kế thừa**
- **Chuyển đổi số** ứng dụng AI

Triết lý cốt lõi: "Văn hóa đi trước, Kinh tế theo sau."
Cơ sở lý luận: Mô hình độc quyền **"Cây Thương Hiệu"** – đúc kết từ hơn 20 năm kinh nghiệm của nhà sáng lập Nguyễn Tiến Huy.

Bối Cảnh & Thách Thức 02

Việt Nam chuyển đổi chiến lược sang nền kinh tế tạo giá trị qua sức mạnh thương hiệu. Tuy nhiên, các doanh nghiệp gia đình (DNGĐ) và SMEs đang đối mặt với những thách thức kép:

Thách Thức Nội Tại & Kế Thừa
- **Xung đột thế hệ:** Khoảng cách tin cậy và khác biệt tư duy giữa lãnh đạo F1 và F2, gây rào cản lớn trong quá trình chuyển giao di sản.
- **Thiếu chiến lược:** Phần lớn SMEs thiếu chiến lược thương hiệu bài bản và công cụ quản trị phù hợp với văn hóa Việt.

Thách Thức Công Nghệ
- **Chuyển đổi số:** Dù chiếm 90% doanh nghiệp, phần lớn SMEs chưa sẵn sàng ứng dụng công nghệ và Trí tuệ Nhân tạo (AI) – yếu tố bắt buộc để nâng cao năng lực cạnh tranh.

👉**VLBC ra đời** để cung cố nền tảng nội tại, giúp doanh nghiệp xây dựng di sản bền vững, vững gốc vững vàng và đủ tầm vươn ra toàn cầu.

03 Giải Pháp: Triết lý Ba Trụ Cột & Mô hình "Cây Thương Hiệu"

VLBC xây dựng mô hình toàn diện dựa trên **Ba Trụ Cột Chiến Lược** để doanh nghiệp vững vàng trước thay đổi:

Trụ Cột và Vai Trò

Bản sắc Thương hiệu (Linh hồn Di sản): Xác định giá trị cốt lõi, là ngọn hải đăng gắn kết các thế hệ kế nhiệm.

Năng lực Kế nhiệm (Cấu trúc Di sản): Xây dựng quy trình quản trị minh bạch và phát triển lãnh đạo kế cận có đủ tâm, tầm, tài.

Sức mạnh Công nghệ (Chất xúc tác Di sản): Ứng dụng AI để tối ưu vận hành, tăng năng suất và đổi mới mô hình kinh doanh.

Mô hình "Cây Thương Hiệu": Vận hành theo nguyên lý hữu cơ: **Gốc** (Văn hóa, Di sản) **Thân** (Chiến lược, Nhận diện) **Tán** (Triển khai, Tăng trưởng).

"Chuyển thể Văn hóa" (Cultural Transcreation): Tinh chỉnh các mô hình quản trị hiện đại, kiến thức toàn cầu để phù hợp sâu sắc với tâm lý và bối cảnh kinh doanh Việt Nam.

04 Các Sáng Kiến & Công Nghệ Hỗ Trợ

VLBC triển khai đồng bộ các chương trình đào tạo, nghiên cứu và phát triển công cụ:

💡 **Phát kiến Công cụ & Nền tảng:**
- **AI Marketing Agent (vCMO):** Nền tảng AI tự động hóa chiến lược thương hiệu theo mô hình "Cây Thương Hiệu" cho SMEs.
- **Cây Thương Hiệu E-learning:** Nền tảng học trực tuyến giúp SMEs dễ dàng tiếp cận kiến thức.
- **Mô hình Licensing:** Chiến lược nhượng quyền giúp mở rộng phạm vi hoạt động toàn quốc với chất lượng nhất quán.

📚 **Nghiên cứu & Đào tạo Chuyên sâu (Trụ cột 1 & 3):**
- **Khóa học "Trồng Cây Thương Hiệu"** (online/offline).
- **Xuất bản:** Ấn phẩm "99 Câu hỏi đáp về Xây dựng và Phát triển Thương hiệu" và sách **"Không Ai Cản Được AI"** (đạt Top 10 Sách Doanh nhân Xuất sắc 2025).
- **Chương trình "AI Business Transformation for Leaders"** (phối hợp với VINASA).

🌐 **Cộng đồng & Dự án Văn hóa:**
- **Dự án chiến lược "Bến Thời Gian" (Harbour of Time):** Điểm đến văn hóa – ẩm thực – nghệ thuật Tp.HCM, trở thành trung tâm kết nối trí thức trong hệ sinh thái VLBC.
- **Chuỗi Talkshow**: "Đi cùng Thương hiệu" (cùng Báo Tuổi Trẻ) và Diễn đàn Đối thoại.

05 Mục Tiêu & Tầm Nhìn

Động lực:
"Văn hóa đi trước, Kinh tế theo sau."

Tầm nhìn dài hạn: Trở thành trung tâm đào tạo và tư vấn hàng đầu về Doanh nghiệp Di sản tại Việt Nam, kết nối trí thức toàn cầu với giá trị văn hóa bản địa.

Mục tiêu mở rộng: Hỗ trợ ít nhất 3% tổng số Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) tại Việt Nam trong lộ trình xây dựng thương hiệu, quản trị kế nhiệm và chuyển đổi số.

Cam kết: Kiến tạo thế hệ doanh nghiệp Việt vững mạnh, thích ứng và trường tồn, đủ năng lực dẫn dắt trên thị trường quốc tế.

Quá Trình Triển Khai – Phạm Vi – Chi Phí 06

Sự kiện quan trọng

2020
Hình thành ý tưởng thành lập VLBC.

2022
Bộ công cụ lý thuyết "Cây Thương Hiệu" (20 năm kinh nghiệm) được giới thiệu rộng rãi.

2025
Tái định hình thương hiệu thành "Vietnam Legacy Business Center" với mô hình 3 trụ cột chiến lược.

Phạm vi triển khai: Toàn quốc, tập trung vào SMEs và Doanh nghiệp gia đình.

Chiến lược mở rộng: Áp dụng Mô hình Licensing (Nhượng quyền) để mở rộng hoạt động đến tất cả các tỉnh thành, đảm bảo chất lượng và phương pháp luận độc quyền được thống nhất.

07 Kết Quả Đạt Được

📈 ***Tác động Kinh tế:***

Gia tăng năng lực cạnh tranh: Cung cấp công cụ và chiến lược giúp SMEs vượt qua hạn chế nguồn lực.

Nâng cao giá trị thương hiệu: Thương hiệu có chiều sâu văn hóa giúp tăng biên lợi nhuận, gia tăng định giá tài sản vô hình và tối ưu chi phí (giảm chi phí thu hút khách hàng – CAC).

🤝 ***Tác động Xã hội & Cộng đồng:***

Giải quyết thách thức kế nhiệm: Hỗ trợ DNGĐ giảm thiểu xung đột F1–F2, tăng cường niềm tin và hiệu quả kế nhiệm.

Thúc đẩy tư duy: Tiên phong triết lý **"Văn hóa dẫn dắt Kinh tế"**, củng cố niềm tự hào dân tộc trong kinh doanh.

Đào tạo thế hệ trẻ: Chú trọng đào tạo Gen Z kết hợp trí thức toàn cầu với bản sắc Việt.

🌍 ***Tác động Môi trường (ESG):***

Tích hợp các nguyên tắc Phát triển Bền vững (ESG) vào đào tạo và tư vấn, thúc đẩy doanh nghiệp xây dựng thương hiệu có trách nhiệm với xã hội và môi trường.

08 Tạo Giá Trị Chung (CSV)

VLBC tích hợp mục tiêu xã hội (giữ gìn văn hóa) vào chiến lược kinh doanh thông qua:

Chuyển thể Văn hóa: Giúp các phương pháp quản trị hiện đại phù hợp với văn hóa kinh doanh Việt Nam, tạo ra năng lực cạnh tranh độc đáo.

Đầu tư vào Di sản: Đầu tư vào các dự án văn hóa – kinh doanh kiểu mẫu như **"Bến Thời Gian"**, tạo không gian vật lý để tổ chức sự kiện và kết nối cộng đồng doanh nhân.

Cố vấn Kế thừa: Hỗ trợ trực tiếp cho các dự án khởi nghiệp của thế hệ F1–F2, giúp DNGĐ chuyển mình thành "doanh nghiệp di sản" bền vững.

Tiềm Năng Nhân Rộng 09

Mô hình của VLBC có tính khả thi mở rộng cao và được xem là một hệ thống tư duy có thể áp dụng đa ngành.

Yếu tố Thành công Có thể Nhân Rộng

Mô hình "Cây Thương Hiệu" (Inside-Out): Xây dựng thương hiệu từ văn hóa cốt lõi, có thể áp dụng cho sinh viên, SMEs đến tập đoàn lớn, và cho cả thương hiệu quốc gia/địa phương.

Phương pháp "Chuyển thể Văn hóa": Giải quyết hiệu quả xung đột và chuyển giao thế hệ trong các Doanh nghiệp Gia đình châu Á.

Tư duy "Thương hiệu gắn với Tài chính": Coi thương hiệu là tài sản đầu tư chiến lược, giúp doanh nghiệp đo lường được lợi tức thương hiệu (Brand ROI).

Kết Luận & Gợi Mở Thảo Luận

💡 **Bài học từ VLBC:**

- Di sản doanh nghiệp không đến từ câu chuyện truyền thông, mà phải được xây dựng từ nội lực bền vững: **nâng lực lãnh đạo, cơ chế kế thừa liền mạch và khả năng đổi mới bằng công nghệ.**
- **"Văn hóa đi trước, Kinh tế theo sau"** là triết lý tiên phong, giúp doanh nghiệp Việt giữ vững gốc rễ khi vươn ra toàn cầu.
- **AI** là chất xúc tác mạnh mẽ, nhưng việc ứng dụng phải dựa trên nguyên tắc **"Human-first AI Transformation"** (công nghệ phục vụ con người và văn hóa).

❓ **Câu Hỏi Thảo Luận**

- **Theo bạn, Mô hình "Cây Thương Hiệu"** đã giải quyết vấn đề cốt lõi nào của các Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) tại Việt Nam?
- Phương pháp **"Chuyển thể Văn hóa"** của VLBC khác gì so với việc áp dụng trực tiếp các mô hình quản trị thương hiệu toàn cầu? Tính hiệu quả của nó trong bối cảnh Việt Nam là gì?
- Ngoài lợi ích kinh tế, việc VLBC đầu tư vào các dự án văn hóa (như "Bến Thời Gian") đã tạo ra giá trị xã hội lớn nhất nào cho cộng đồng doanh nhân?
- Việc VLBC hợp tác với **VINASA** và đẩy mạnh **AI** cho thấy vai trò của công nghệ trong việc xây dựng "Di sản Doanh nghiệp" đã thay đổi như thế nào?

Thông tin liên hệ

Khám phá thêm các nội dung dạy & học về phát triển bền vững tại:
Nền tảng số về Giáo dục vì Phát triển Bền vững