

➤ ĐỌC LẦN LƯỢT TỪNG
CHƯƠNG VÀ TUẦN TỰ CÁC
BÀI VIẾT THEO THỨ TỰ ĐÃ
SẮP XẾP ĐỂ THU ĐƯỢC
KẾT QUẢ TỐT NHẤT.

MỤC LỤC

Lời đề từ #Hashtag

04-06

**Khách mời
chuyên môn**

07

• • • •

**CHƯƠNG 1:
#KHỞI SỰ**

10-11

**Kinh doanh giáo dục
tại Việt Nam – Thị trường
“không có điểm bão hoà”**

Tác giả: Trang Quách

12-19

**Bắt nhịp sự bùng nổ của
thị trường giáo dục
Việt Nam**

Khách mời: Lê Đình Hiếu

20-29

**Đặc thù của kinh doanh
giáo dục – Khi tri thức trở
thành mặt hàng kinh doanh**

Tác giả: Hashtag team

30-37

**Tìm kiếm giá trị khác biệt
cho sản phẩm giáo dục bền vững**

Khách mời: Nguyễn Chí Hiếu

38-45

• • • •

CHƯƠNG 2: #SỐNG CÒN

46-47

**Quản lý tài chính –
“Tủ huyệt” đối với
người kinh doanh**

Khách mời: Phan Kiều Trang
48-53

**Tinh táo và kiên định trên
con đường chuyển đổi số
giáo dục**

Khách mời: Đỗ Văn Nhấn
54-63

**Marketing cho sản phẩm
giáo dục: Để hiệu quả cần
hiểu rõ đặc thù**

Khách mời: Phạm Diệu Anh
64-69

**“Không ồn ào”,
thương hiệu giáo dục
đi từ định vị cốt lõi**

Tác giả: Phạm Minh Quang
70-79

• • • •

CHƯƠNG 3: #PHÁT TRIỂN

80-81

**Đẩy mạnh sức vươn của
doanh nghiệp từ những
giá trị bền vững**

Khách mời: Thanh Cẩm
82-87

**Đứng im tức là đang
thụt lùi**

Khách mời: Nguyễn Huỳnh
Kim Ngọc
88-97

**Gắn kết mảnh ghép
nhân sự trong giáo dục
bằng chất keo “văn hoá”**

Khách mời: Văn Lan Vi
98-105

**Phòng tránh khủng hoảng
truyền thông từ rủi ro
thương hiệu**

Tác giả: Nguyễn Đình Thành
106-113

• • • •

CHƯƠNG 4: #CẢNH BÁO

114-115

**Cẩn trọng với những rủi ro
tiềm tàng trên hành trình
khởi nghiệp giáo dục**

Tác giả: Hashtag team
116-123

**Chiến lược biến “nguy”
thành “cơ” cho hình thức
học trực tuyến trong
giai đoạn V.U.C.A**

Tác giả: Hashtag Team
124-131

**Khởi nghiệp Edtech tại
Việt Nam – Không phải
bây giờ thì đến bao giờ?**

Khách mời: Nguyễn Trí Hiền
132-141

Nguồn ảnh
142

Lời kết
143



I



"Gửi những nhà kinh doanh:
Nếu muốn làm điều gì đó, hãy làm ngay bây giờ."

Catherine Cook

Chương I: **KHỞI SỰ**

Giáo dục và đào tạo là lĩnh vực ngày càng được thương mại hóa một cách mạnh mẽ. Những nhà khởi nghiệp nhạy bén sẽ nhanh chóng nhận thấy tiềm năng to lớn ở lĩnh vực này và bắt đầu rục rịch “đóng thuyền” để chuẩn bị “giăng buồm ra khơi”. Nhưng giữa biển thị trường giáo dục bao la, rộng lớn, dựa vào đâu để nhà khởi nghiệp nhận định hướng rẽ dành cho mình và những hành trang cần chuẩn bị trên chiếc thuyền ra khơi đó?

Chương 1 khai thác tổng quan về thị trường kinh doanh giáo dục và đào tạo Việt Nam hiện nay, các xu hướng kinh doanh thịnh hành và phổ biến, đặc thù khi kinh doanh “sản phẩm tri thức”, sự khác biệt trong xây dựng sản phẩm, để từ đó bạn đọc dễ dàng hình dung sản phẩm mình sẽ kinh doanh và ghi nhớ những lưu ý khi mới bước chân vào ngành.

- **Kinh doanh giáo dục tại Việt Nam – Thị trường “không có điểm bão hoà”**

Tác giả: Trang Quách

12-19

- **Đặc thù của kinh doanh giáo dục – Khi tri thức trở thành mặt hàng kinh doanh**

Tác giả: Hashtag Team

30-37

- **Bắt nhịp sự bùng nổ của thị trường giáo dục Việt Nam**

Khách mời: Lê Đình Hiếu

20-29

- **Tìm kiếm giá trị khác biệt cho sản phẩm giáo dục bền vững**

Khách mời: Nguyễn Chí Hiếu

38-45



➤ Trong khoảng 10 năm trở lại đây, kinh doanh giáo dục đã nổi lên như một ngành kinh doanh “siêu lợi nhuận”, thu hút sự quan tâm và đầu tư của toàn xã hội, thậm chí “miễn nhiễm” với mọi biến động về kinh tế. Đây là điều làm nên sức hấp dẫn của ngành này và người kinh doanh cần phải tìm hiểu những gì trước khi bước chân vào thị trường?

BỨC TRANH SÔI NỔI CỦA THỊ TRƯỜNG

Trong báo cáo của HSBC vào tháng 6/2017, mức chi tiêu trung bình cho giáo dục chiếm đến 47% tổng chi tiêu của một hộ gia đình tiêu biểu ở Việt Nam^[1]. Số liệu do The Economist công bố vào năm 2018 cho thấy tổng số tiền người Việt Nam chi trả cho giáo dục lên đến 9 tỉ USD/năm, tăng mạnh so với năm 2000, và mức độ tăng trưởng trong gần 20 năm qua cũng cao hơn rất nhiều so với Mỹ và các nước châu Âu.^[2] Điều này cũng dễ hiểu khi Việt Nam đang có đến 42% dân số có độ tuổi dưới 24 – độ tuổi vàng phù hợp cho hầu hết các chương trình giáo dục.^[3] Tuy nhiên, trong thực tế, khoản chi tiêu này không chỉ dành cho việc học hành của các bạn nhỏ trong độ tuổi đi học, mà còn dành

cho việc học tại chức, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp của chính bố mẹ và những người trưởng thành trong gia đình. Trước áp lực từ thị trường lao động quốc tế và sự phát triển của công nghệ, việc học thêm những chứng chỉ nghề, ngoại ngữ hay công nghệ thông tin không chỉ là một nhu cầu, mà là yêu cầu bắt buộc đối với bất kỳ ai muốn thăng tiến trong sự nghiệp. Học tập trọn đời (life-long learning) đã dần trở thành xu hướng của thời hiện đại, thay vì chỉ gói gọn trong khuôn khổ trường học như trước đây. Điều này đã tạo ra áp lực rất lớn lên hệ thống giáo dục công ở Việt Nam vốn đã ì ạch và quá tải, từ đó mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp giáo dục tư nhân trong nước và nước ngoài.

[1] Theo báo cáo “Không ngừng vươn cao” phát hành vào tháng 6/2017, thuộc chuỗi khảo sát “Giá trị của giáo dục” được thực hiện hàng năm của tập đoàn HSBC.

[2] Theo số liệu trong phần Chỉ số kinh tế và tài chính của ấn bản in tháng 9/2018 của The Economist với tiêu đề “Education spending” (Chi tiêu cho giáo dục).

[3] Theo số liệu của Tổng cục Thống kê Việt Nam.

Trước thực trạng đó, giáo dục đã trở thành một ngành kinh doanh “không có điểm bão hòa” cực kỳ hấp dẫn. Theo thống kê của Sở kế hoạch đầu tư thành phố Hà Nội, trong ba năm 2015-2017, giáo dục luôn nằm trong top 3 lĩnh vực thu hút đầu tư và có số lượng đăng ký doanh nghiệp mới nhiều nhất. Sự hấp dẫn của ngành kinh doanh giáo dục đối với nhà đầu tư nằm ở đặc thù không có nợ xấu, khi doanh thu chủ yếu đến từ học phí, vốn luôn là khoản tiền phải hoàn thành từ đầu năm, đầu khóa học. Ngoài ra, với những quan điểm phổ biến như: “Đầu tư cho giáo dục là đầu tư cho tương lai” và “Đầu tư cho bản thân không bao giờ sợ lỗ”, người tiêu dùng trong ngành giáo dục thường tương đối “chịu chi”. Do đó, việc đảm bảo được dòng tiền và nguồn lợi nhuận ổn định là tương đối dễ dàng so với các ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh khác.

Vậy thực chất kinh doanh giáo dục là gì, và có những hình thức, sản phẩm kinh doanh giáo dục nào trên thị trường? Hãy cùng bóc tách trong các phần dưới đây.

CÁC HÌNH THỨC GIÁO DỤC

Giáo dục là một phạm trù rất rộng và quan điểm về giáo dục có thể rất khác biệt giữa quốc gia với quốc gia, giữa vùng miền với vùng miền, giữa người với người. Do đó, các nghiên cứu nhằm phân loại các hình thức giáo dục đều ít nhiều vướng vào tranh cãi và không thể đi đến thống nhất. Ví dụ, trong tiếng Anh, các khái niệm về hình thức giáo dục thường được chia thành ba loại: formal education, non-formal education và informal education; còn trong tiếng Việt chỉ tồn tại hai khái niệm hình thức giáo dục là giáo dục chính quy (tương đương với formal education) và giáo dục không chính quy (bao hàm cả non-formal education và informal education). Trong khuôn khổ bài viết này, để việc đọc hiểu của độc giả được dễ dàng nhất, chúng tôi đã tổng hợp các khái niệm theo cách đơn giản nhất vào bảng dưới đây.^[4]



Phân loại các hình thức giáo dục

[4] Nguồn tham khảo: Recognition of Non-formal and Informal Learning – Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế OECD.

**MÔ HÌNH NHƯỢNG QUYỀN
GIÁO DỤC**

Vốn đầu tư: ★★★★★

Mức độ khó: ★★★★★



**TRUNG TÂM/HỌC VIỆN/
LỚP HỌC TRUYỀN THỐNG**

Vốn đầu tư: ★★★☆☆

Mức độ khó: ★★☆☆☆



**KHÓA HỌC NGẮN HẠN, HỘI THẢO,
SỰ KIỆN ĐÀO TẠO CÓ THU PHÍ**

Vốn đầu tư: ★★★★★

Mức độ khó: ★★★★★



MÔ HÌNH GIÁO DỤC TRỰC TUYẾN (E-LEARNING)

Xu hướng E-learning bắt nguồn từ sự hình thành của mô hình Khóa học trực tuyến đại chúng mở (Massive Opening Online Course – MOOC) từ năm 2007. Cho đến nay, với sự phát triển của công nghệ và ảnh hưởng của dịch bệnh, E-learning đã ngày càng chứng tỏ được tiềm năng của mình. Công ty nghiên cứu Insight Partners đã đưa ra dự đoán doanh thu của ngành giáo dục trực tuyến sẽ tăng lên 234 tỷ USD vào năm 2027, tăng 15,3% so với năm 2020.^[6] Giáo dục trực tuyến giúp người học có được sự chủ động gần như

tuyệt đối về cả thời gian, không gian cũng như tốc độ học. Đây cũng là một trong những sản phẩm kinh doanh phổ biến nhất, với đặc điểm dễ làm, không yêu cầu vốn lớn, và có tiềm năng tạo ra nguồn thu nhập thụ động tương đối ổn định cho người kinh doanh. Nếu kinh doanh giáo dục trực tuyến, bạn có thể lựa chọn một trong hai hình thức: đăng tải khóa học lên một nền tảng trung gian, hay còn gọi là chợ các khóa học trực tuyến; hoặc tự tay xây dựng một website khóa học trực tuyến của riêng mình. Ưu điểm và nhược điểm của hai hình thức này được so sánh trong bảng dưới đây:

	SỬ DỤNG NỀN TẢNG TRUNG GIAN	XÂY DỰNG NỀN TẢNG RIÊNG
Ưu điểm	• Thao tác đơn giản • Chi phí thấp • Giảm tải áp lực marketing do khóa học đã được đăng tải trên một nền tảng có thương hiệu từ trước	Chủ động hoàn toàn trong việc xây dựng và cập nhật khóa học, quản lý doanh thu cũng như dữ liệu khách hàng
Nhược điểm	• Khó tạo ra thương hiệu cá nhân nổi bật • Phải chia sẻ doanh thu • Khó khăn trong việc bảo mật thông tin khách hàng cũng như bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ	• Tương đối phức tạp nếu có ít hoặc không có kiến thức về công nghệ và lập trình • Chi phí đầu tư ban đầu tương đối cao • Áp lực xây dựng thương hiệu cá nhân và marketing để có được doanh thu
Các địa chỉ tin cậy	• Thế giới: Coursera, Udemy, edX • Việt Nam: Edumall, Kyna, Topica, Unica	Hiện tại có nhiều công ty cung cấp dịch vụ xây dựng nền tảng khóa học trực tuyến riêng cho các đơn vị và cá nhân. • Thế giới: Teachable, Udemy • Việt Nam: Hachium

[6] Nguồn: Báo điện tử VNExpress

MÔ HÌNH NHƯỢNG QUYỀN GIÁO DỤC

Nhượng quyền thương hiệu (franchise) là một mô hình nhân rộng thương hiệu không còn xa lạ trong ngành kinh doanh ẩm thực tại Việt Nam, tuy nhiên còn tương đối mới mẻ trong ngành kinh doanh giáo dục. Nguyên nhân là vì giáo dục luôn đi cùng với văn hóa, nên những thương hiệu giáo dục thành công ở nước ngoài chưa chắc đã phù hợp khi mang về Việt Nam. Trong khi đó, thị trường trong nước lại thiếu đi các thương hiệu nội địa gây dựng được thương hiệu đủ uy tín và lâu dài.

Những thương vụ nhượng quyền thành công nhất trên thị trường phải kể đến FPT Aptech, và FPT Arena Multimedia, đều là những thương hiệu lớn với số vốn “khủng”. Ngoài ra, mô hình nhượng quyền phù hợp nhất và phổ biến nhất hiện nay là các trung tâm tiếng Anh và toán tư duy như UCMAS, Rainbows, Popodoo, Sunkids..., với nguyên nhân chính là mô hình tổ chức đơn giản và nhu cầu thị trường lớn.

Người kinh doanh mua nhượng quyền sẽ được hưởng lợi từ thương hiệu sẵn có, cũng như được kế thừa một mô hình kinh doanh đã thành công. Tuy vậy, bạn vẫn phải chịu trách nhiệm hoàn toàn với hoạt động kinh doanh của cơ sở nhượng quyền của mình, đồng thời phải chia sẻ một tỷ lệ doanh thu nhất định với thương hiệu nhượng quyền. Số vốn đầu tư ban đầu cũng tương đối lớn. Do đó, trước khi

quyết định lựa chọn kinh doanh giáo dục nhượng quyền, hãy chắc rằng địa phương của bạn có nhu cầu đối với sản phẩm này, cũng như quản trị chặt chẽ các rủi ro đi kèm.

TRUNG TÂM/HỌC VIỆN/LỚP HỌC TRUYỀN THỐNG

Lớp học truyền thống được tổ chức tập trung tại một không gian, thời gian nhất định, cho phép sự trao đổi giao lưu trực tiếp giữa thầy và trò, giữa các học viên với nhau. Đây là một mô hình dễ bắt đầu thì rất đơn giản và ít rủi ro, nhưng nhược điểm là bị giới hạn về số lượng học viên và có nhiều khó khăn đằng sau mà bạn phải lường trước. Ví dụ, điều kiện cần để mở lớp học là bạn phải đồng thời vừa có khả năng giảng dạy và sở hữu các thành tích nổi bật trong một lĩnh vực “hot”, có nhu cầu liên tục như ngoại ngữ, thiết kế, lập trình...; vừa có năng lực quản lý và tổ chức lớp học. Điều kiện đủ là bạn phải có khả năng xây dựng thương hiệu cá nhân, xây dựng mạng lưới quan hệ với những người thành công trong ngành để có thể đảm bảo nguồn học viên ổn định. Khi trung tâm của bạn lớn mạnh dần lên, bạn sẽ còn cần phải hoàn thiện được hệ thống giảng dạy, cam kết kết quả học tập cho người học, đầu tư cơ sở vật chất cần thiết... Bạn sẽ không thể tự mình làm hết tất cả những yêu cầu này nếu chỉ có một mình. Do đó, điều quan trọng

nhất là bạn phải xây dựng được một đội ngũ hỗ trợ toàn diện và mạnh mẽ xung quanh mình. Hầu hết các trung tâm có tên tuổi trên thị trường như Think Markus, Tomorrow Marketing Academy hay The Ielts Workshop đều đạt thành công nhờ làm được điều này.

SÁCH DẠY KỸ NĂNG

Thị trường sách kỹ năng ở Việt Nam đã nở rộ từ cách đây hơn 10 năm với sự du nhập của dòng sách self-help từ các nước Âu Mỹ, và vẫn duy trì được thị phần cho đến bây giờ. Các đầu sách thường tập trung vào kỹ năng nghề nghiệp (tài chính, marketing...), kỹ năng sống (kỹ năng giao tiếp, kỹ năng học tập...) và kỹ năng mềm (kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng thương thảo...). Đây là những lĩnh vực có thể tự học và thực hành mà không đòi hỏi sự hướng dẫn trực tiếp từ người dạy.

Trong thực tế, dù nhu cầu đối với dòng sách này vẫn cao, nhưng số đầu sách dạy kỹ năng do tác giả người Việt đứng tên vẫn còn đang rất ít. Nguyên nhân là vì sách dịch từ nguyên tác nước ngoài trong lĩnh vực này đã quá nhiều và chiếm ưu thế áp đảo về mặt tên tuổi cũng như chất lượng nội dung. Tuy vậy, nếu bạn là một người có chuyên môn giỏi trong lĩnh vực của mình, đã xây dựng được thương hiệu cá nhân, yêu thích việc chia sẻ kiến thức và trải nghiệm với người khác nhưng lại không mạnh về khả năng sư phạm hay

ngôn ngữ nói, việc viết sách sẽ rất phù hợp với bạn, có thể đem lại nguồn thu nhập thụ động tương đối hấp dẫn mà không đòi hỏi nhiều vốn đầu tư ban đầu.

KHÓA HỌC NGẮN HẠN, HỘI THẢO, SỰ KIỆN ĐÀO TẠO CÓ THU PHÍ

Mô hình này thường hiện thực hóa dưới dạng các khóa học ngắn hạn hoặc các buổi trò chuyện, workshop chuyên đề. Người dạy thường phải là các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực, có uy tín và nổi tiếng ít nhất là trong ngành đó. Người học là những người mong muốn nâng cao năng lực nghề nghiệp, được tiếp xúc và xây dựng mạng lưới quan hệ với những nhân vật có tầm ảnh hưởng trong nghề.

Đây là một lĩnh vực khó và cần có rất nhiều điều kiện để thành công. Đầu tiên, bạn phải có khả năng mời các chuyên gia đầu ngành hoặc những diễn giả nổi tiếng nhằm thu hút khán giả tham gia. Tiếp theo, bạn cần có một đội ngũ tổ chức sự kiện chuyên nghiệp để đảm bảo chương trình diễn ra thuận lợi, trơn tru theo kế hoạch. Cuối cùng, bạn phải có một số vốn tương đối lớn cho mỗi lần tổ chức sự kiện dù là online hay ngoài đời, đồng thời có kế hoạch phân bổ vốn và dự báo doanh thu hợp lý để đảm bảo lợi nhuận cho công ty. Hiện nay, trên thị trường chỉ có một số ít các doanh nghiệp thành công khi theo đuổi mô hình này, như HBR Business School hay Sage Academy.

ỨNG DỤNG – CÔNG NGHỆ HỖ TRỢ GIÁO DỤC

Đây là một trong những phân khúc thị trường của mảng EdTech – Công nghệ giáo dục. Sự kết hợp giữa giáo dục và công nghệ luôn được thị trường hoan nghênh, thu hút nhiều nhà đầu tư trong nước và nước ngoài. Theo số liệu của Statista, tính đến tháng 6/2021, Giáo dục là danh mục phổ biến thứ ba trên AppStore và thứ hai trên Google Play, với tỷ lệ đều nằm vào khoảng gần 9%.^[7] Sự hấp dẫn của những ứng dụng học tập nằm ở những phương pháp và trải nghiệm mới mẻ mà nó đem lại, có thể tốt hơn so với các phương pháp truyền thống.

Tuy nhiên, việc thiết kế ứng dụng đòi hỏi trình độ công nghệ cao, đầu tư chất xám lớn, tầm nhìn xa và đặc biệt chú trọng vào trải nghiệm người dùng. Ngoài ra, giữa xu thế phổ biến của các ứng dụng học tập, bạn cũng buộc phải đổ rất nhiều tiền vào nghiên cứu sản phẩm để tạo ra đột phá về mặt công nghệ, từ đó mới có thể trở nên nổi bật được. Hai ví dụ thành công điển hình trong mô hình kinh doanh giáo dục này là GotIt! – một ứng dụng được xây dựng trên nền tảng hỏi-đáp và ELSA – sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo dạy phát âm tiếng Anh, đều là những sản phẩm của người Việt và gây được tiếng vang trên thị trường quốc tế, và số tiền đầu tư mà hai ứng dụng này nhận được đều lên đến con số hàng triệu USD.

AI CŨNG CÓ PHẦN

Thị trường kinh doanh giáo dục vốn luôn được coi là “miếng bánh béo bở” nhờ nhu cầu cao tỷ lệ thuận với thu nhập và mức sống của người dân. Tuy nhiên, nhận định đây là một lĩnh vực “chỉ thắng không thua” là hoàn toàn sai lầm. Chắc hẳn bạn còn nhớ cách đây khoảng 10 năm, khi phong trào học tiếng Anh nổi lên, hàng trăm hàng nghìn trung tâm tiếng Anh đã mở ra trên khắp cả nước rồi lại “chết yểu”, đóng cửa chỉ sau một vài tháng khi còn chưa được nhớ mặt nhớ tên; hay những bê bối khiến Daniel Hauer, một giáo viên tiếng Anh người Canada và YouTuber nổi tiếng trên mạng xã hội, bị tẩy chay hoàn toàn khỏi thị trường Việt Nam? Thị trường tiêu dùng giáo dục vừa dễ tính nhưng lại có tính đào thải cực cao. Nếu bạn có uy tín, chất lượng tốt, bạn sẽ luôn luôn có “phần”. Nhưng ngược lại, nếu bạn chỉ chạy theo lợi nhuận trước mắt, chạy theo phong trào thay vì chú trọng vào thể mạnh của mình cũng như trải nghiệm khách hàng, bạn sẽ bị vùi dập vào quên lãng chỉ trong phút chốc. Đó chính là cơ hội và cũng là thách thức của ngành kinh doanh giáo dục mà bạn cần phải hiểu rõ trước khi bắt tay vào xây dựng cho mình một mô hình kinh doanh phù hợp. ■

[7] Theo thống kê các danh mục ứng dụng phổ biến nhất theo số lượng ứng dụng hiện hành trên AppStore và Google Play của Statista, xuất bản vào tháng 7/2021.

BẮT NHỊP SỰ BÙNG NỔ CỦA THỊ TRƯỜNG GIÁO DỤC VIỆT NAM

#xuhuong #tangtruong #dadang



Khách mời
chuyên môn:
LÊ ĐÌNH HIẾU
CEO G.A.P Institute

Anh Lê Đình Hiếu được Forbes Việt Nam vinh danh trong danh sách 30 Under 30 năm 2016, và là một trong 10 gương mặt trẻ Việt Nam tiêu biểu năm 2018. Từng nhận học bổng của Đại học UCLA, rồi từ bỏ công việc lương cao tại Deloitte, anh chọn dẫn thân vào con đường khởi nghiệp giáo dục. Anh là người sáng lập Học viện Đào tạo Phương pháp Tư duy và Kỹ năng sống G.A.P cùng nhiều dự án giáo dục khác với mục tiêu tạo ra cơ hội bình đẳng cho mọi người Việt Nam.

Mốc thời gian 2012 và 2016 đã đánh dấu sự đầu tư, dẫn thân mạnh mẽ của các tập đoàn **giáo dục tư nhân** khổng lồ.



Mô hình chuỗi **giáo dục nghề** được mở rộng ra nhiều lĩnh vực, ngày càng trở nên đa dạng, có mục tiêu chuyên biệt, rõ rệt.