

“BẢO TÀNG PHỤ NỮ VIỆT NAM LÀM GÌ ĐỂ THU HÚT KHÁCH THAM QUAN”

NGUYỄN THỊ BÍCH VÂN*

Làm thế nào để thu hút khách tham quan là câu hỏi lớn mà hầu hết các bảo tàng ở Việt Nam đều loay hoay tìm cách giải quyết. Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam cũng không phải là ngoại lệ. Theo đánh giá khách quan, nguyên nhân dẫn đến tình trạng đìu hiu, vắng khách của các bảo tàng ở Việt Nam hiện nay chính là sự thiếu hấp dẫn trong cách thức trưng bày, sự trì trệ trong việc đổi mới các hoạt động để đáp ứng nhu cầu của công chúng. Vậy để khắc phục tình trạng này, các bảo tàng đã, đang và sẽ phải làm gì? Điều trăn trở này buộc chúng ta phải hành động.

Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi muốn chia sẻ với các bạn đồng nghiệp về những hoạt động thu hút khách tham quan của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam trong thời gian qua và những định hướng để thu hút khách trong thời gian tới.

Để thu hút khách tham quan, trong những năm qua, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam đã có nhiều hoạt động đổi mới, sự đổi mới đó được thể hiện từ thay đổi tư duy, nhận thức đến thay đổi hình ảnh bảo tàng một cách toàn diện.

1. Nhận thức đúng về đổi mới và tự đổi mới

1.1. Trăn trở tìm con đường đổi mới

Với nhận thức, bảo tàng muốn tồn tại, phát triển, phục vụ tốt cho công chúng thì tự thân mỗi bảo tàng phải đổi mới, phải có các hoạt động phù hợp, thu hút công chúng. Vì vậy, trải qua một quá

trình (7 - 8 năm) nỗ lực không mệt mỏi, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam đã từng bước chuẩn bị các điều kiện để đổi mới nội dung trưng bày: tổ chức đánh giá hệ thống trưng bày cũ để chỉ ra những điểm mạnh, yếu của hệ thống, đề xuất nội dung trưng bày mới dựa trên nhu cầu của công chúng và khách tham quan; tìm kiếm chuyên gia trong nước và quốc tế, cố gắng học hỏi các kiến thức và kỹ năng vận hành một bảo tàng hiện đại; tổ chức các nhóm nghiên cứu trưng bày, vận hành theo hướng Curator với mong muốn làm sao để Bảo tàng Phụ nữ trở thành địa chỉ văn hóa thu hút khách tham quan.

1.2. Nắm bắt cơ hội để tiến hành công cuộc đổi mới

Từ nhận thức, yếu tố con người tạo nên mọi thành công, Bảo tàng đã xác định việc đầu tư phải bắt đầu từ đầu tư nguồn nhân lực thông qua việc đào tạo, bồi dưỡng cán bộ theo hướng chuyên sâu với nhiều hình thức: đào tạo dài hạn, ngắn hạn, trong nước, ngoài nước, tham quan, tập huấn... Đặc biệt, Bảo tàng đã tổ chức nhiều lớp bồi dưỡng, tập huấn nghiệp vụ có sự tham gia giảng dạy của các chuyên gia nước ngoài cho cán bộ thông qua các dự án để hoạt động bảo tàng với cách tiếp cận theo hướng nhân học, làm phim cộng đồng, diễn dã, phỏng vấn, phương pháp lập dự án, công tác truyền thông, marketing, hoạt động giáo dục trong bảo tàng... Qua đó giúp cán bộ chuyên môn của bảo tàng có cách nhìn nhận và tiếp cận mới, đó là phải gắn bảo tàng với cộng

* Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam

đồng, làm cho giá trị của các di sản được phát huy trong cuộc sống đương đại.

Bên cạnh đó, Bảo tàng còn được sự quan tâm của Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam tạo điều kiện về kinh phí cho dự án đổi mới. Một dự án của Trung tâm Nghiên cứu hỗ trợ và phát triển văn hóa A&C, với sự giúp đỡ của chuyên gia tư vấn từ Pháp. Theo đó, toàn bộ lộ trình xây dựng nội dung, nội thất và đồ họa đã tranh thủ được sự tư vấn từ các chuyên gia Pháp, như bà Christine Hemmet - nhà dân tộc học; ông Patrick Hoarau - thiết kế đồ họa; bà Veronique Dollfus - kiến trúc sư trưng bày nội thất.

Như vậy, Bảo tàng đã có đủ điều kiện cần và đủ cho việc đổi mới toàn diện, bắt đầu từ năm 2008 đến nay.

2. Đổi mới hình ảnh của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam một cách toàn diện

Với phương châm, "Tự mình phải tự làm mình tốt lên" và ý tưởng đổi mới mạnh mẽ - làm sao để cho công chúng tự nguyện đến với mình, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam đã có một cuộc "cải tổ" thực sự từ trong ra ngoài.

2.1. Đổi mới hệ thống trưng bày thường xuyên

Trên cơ sở tập trung lựa chọn các vấn đề mà công chúng quan tâm từ phản hồi của khách tham quan, Bảo tàng đã xác định lại loại hình của bảo tàng, mạnh dạn chuyển đổi Bảo tàng từ loại hình lịch sử - văn hóa sang loại hình bảo tàng Giới.

Trước khi xác định nội dung trưng bày, bảo tàng đã tiến hành phân tích nhóm đối tượng công chúng là ai, các nhóm ưu tiên, nhóm mục tiêu, nhóm tiềm năng... để đưa ra nội dung và thiết kế trưng bày phù hợp.

Đối với hệ thống trưng bày thường xuyên, việc đổi mới đã dựa trên thiết kế trưng bày, thiết kế đồ họa và tổ chức lộ trình trưng bày... Việc xây dựng sự logic trong nguyên tắc sử dụng hình ảnh, phim trưng bày, các bài viết cung cấp thông tin theo các cấp độ... đã tạo thành một sản phẩm đồng bộ theo xu thế của sự phát triển của bảo tàng trong khu vực và trên thế giới.

Với 3 chủ đề: Phụ nữ trong gia đình, Phụ nữ trong lịch sử, Thời trang nữ - những chủ đề trưng bày gây hứng thú cho khách, đặc biệt là tạo ra bản sắc riêng của Bảo tàng, không bị trùng lặp với các bảo tàng khác, nó cũng phản ánh đậm nét những

vấn đề Giới.

2.2. Đổi mới trưng bày chuyên đề

Trong vài năm gần đây, một loạt trưng bày chuyên đề mang tính xã hội cao được Bảo tàng khai thác và thể hiện. Đối tượng được hướng tới là những nhóm phụ nữ khác nhau trong xã hội, đặc biệt là những nhóm yếu thế, thiệt thòi. Cách kể câu chuyện trưng bày luôn gắn với các chủ thể văn hóa. Vì vậy, qua mỗi cuộc trưng bày Bảo tàng lại thu hút thêm những nhóm công chúng, mà trước đây, gần như không bao giờ họ đến bảo tàng, như những người bán rong, những người lao động di cư, những phụ nữ đơn thân, người khuyết tật..

Bên cạnh đó, Bảo tàng Phụ nữ đã tích cực mở rộng mối quan hệ, hợp tác với các tổ chức, bảo tàng các nước để tổ chức các cuộc trưng bày mang tính văn hoá nhân dịp 8/3; 20/10...

2.3. Đổi mới không gian ngoại thất, tạo dựng một hình ảnh mới

Bảo tàng xác định cần đổi mới diện mạo bên ngoài. Hình ảnh được tạo dựng phải thân thiện và gây sức hút với mọi người. Từ nhận thức đó, Bảo tàng đã mạnh dạn "vứt bỏ" hàng rào - vật cản tạo nên cảm giác đây là một công sở nhiều hơn là một địa chỉ văn hóa. Không gian giữa trong và ngoài được giao thoa với nhau, những hình ảnh mang nội dung bên ngoài đã khiến cho du khách tò mò muốn bước chân vào bên trong để khám phá, tìm hiểu. Bên cạnh không gian cảnh quan là các dịch vụ phục vụ cho công chúng, như lối đi cho người khuyết tật, khu vệ sinh được Bảo tàng chú ý cải tạo và giữ gìn sạch sẽ tạo môi trường tham quan thoải mái nhất có thể cho khách.

3. Các hoạt động thu hút khách tham quan đến với Bảo tàng

3.1. Tổ chức các sự kiện nhằm thu hút khách tham quan

Bước đầu Bảo tàng đã có 1 số hoạt động dành cho công chúng mang tính giáo dục cao, như tổ chức các hoạt động tương tác, trải nghiệm cho các đối tượng là học sinh, các gia đình từ Phòng Khám phá. Các hoạt động này giúp học sinh được thể hiện sự sáng tạo của mình qua các hoạt động học mà chơi, chơi mà học theo hướng giáo dục tích cực. Ngoài ra, để tạo sân chơi bổ ích cho trẻ em, Bảo tàng còn tổ chức các sự kiện mang tính

tập thể với những trò chơi trí tuệ.

Trong xu thế giao lưu, hội nhập và hợp tác quốc tế, Bảo tàng đã tích cực vận động khai thác, thu hút sự tham gia của các cá nhân, tổ chức quốc tế vào các hoạt động của bảo tàng. Nhiều hoạt động phối hợp với các tổ chức quốc tế, như UNDP, UN Women, Hiệp hội Các bảo tàng phụ nữ thế giới, các đại sứ quán tại Hà Nội, Câu lạc bộ Phụ nữ quốc tế Hà Nội, Quý Ford..., các tổ chức phi chính phủ, với các hoạt động phong phú, như trưng bày triển lãm, giao lưu tổ chức hội thi, hội thảo khoa học, trình diễn trang phục, hội chợ từ thiện... đã để lại ấn tượng tốt đẹp với nhân dân trong nước và bạn bè quốc tế.

3.2. Bảo tàng đã chủ động kết nối với ngành du lịch, các công ty lữ hành; trường học; các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước... để tổ chức các hội thảo, tọa đàm...

Qua các hoạt động này, Bảo tàng đã thu nhận được nhiều ý kiến phản hồi, góp ý để có sự điều chỉnh kịp thời và tìm kiếm cơ hội hợp tác. Ngoài ra, để thu hút ngày càng đông đối tượng công chúng là hội viên Hội Phụ nữ, Bảo tàng đã tiếp cận gần hơn với hệ thống Hội Phụ nữ các cấp, Ban vì sự tiến bộ phụ nữ các bộ ngành...

3.3. Tích cực thúc đẩy, quảng bá hình ảnh bảo tàng trên các kênh truyền thông

Thông tin quảng bá về Bảo tàng đã được giới thiệu trên hàng trăm ấn phẩm, kênh truyền thông du lịch. Thông qua các phương tiện thông tin đại chúng: từ báo điện tử, báo viết, các trang mạng xã hội, kênh truyền hình, đài phát thanh... đến website, facebook...

Bên cạnh đó, bộ tài liệu truyền thông mới của bảo tàng gồm: tờ rơi, tờ gấp, catalogue... cũng được thiết kế trên cơ sở một bộ đồ họa qui chuẩn từ màu sắc, bố cục, kích thước, font chữ, nguyên tắc sử dụng logo với mục tiêu xây dựng thương hiệu, hình ảnh của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam mang tính chuyên nghiệp cao. Bộ tài liệu truyền thông còn đảm bảo các yếu tố: đẹp, đặc trưng, dễ hiểu, nêu bật được thông điệp của Bảo tàng. Trong quá trình sử dụng, những tài liệu này không chỉ phục vụ cho công chúng tại Bảo tàng, mà còn được truyền thông tại trung tâm văn hóa các nước, hệ thống khách sạn, nhà hàng, quán cà phê, các trường học, các gia đình, các tổ chức Hội Phụ nữ... Việc truyền

thông bằng ấn phẩm được theo dõi, đánh giá thường xuyên. Kết quả ban đầu cho thấy rất khả quan, bởi số lượng du khách đến bảo tàng qua kênh truyền thông này ngày càng đông.

3.4. Phát triển các dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách

Trong những năm qua, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam đã chú ý hơn tới dịch vụ tiện ích cho công chúng, như có điều hòa vào mùa nóng, có nhà hàng phục vụ đồ ăn, giải khát, khu vực vệ sinh đạt chuẩn quốc tế. Đặc biệt có quầy bán hàng lưu niệm, với các sản phẩm mang đặc trưng "giới" phổ biến và thu hút được khách tham quan, như sản phẩm thêu, dệt, may mặc, trang sức, phụ kiện, trong đó có những sản phẩm đặc thù mang thương hiệu riêng của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam được nhiều du khách ưa chuộng.

3.5. Thu thập ý kiến phản hồi của khách tham quan qua hệ thống phiếu hỏi, sổ cảm tưởng

Phiếu hỏi được xây dựng ngắn gọn nhưng khoa học, có sự tham khảo ý kiến của các chuyên gia truyền thông. Phiếu được in bằng 3 thứ tiếng (Việt, Anh, Pháp) nên khá thuận lợi cho việc tham gia ý kiến của khách. Nội dung chính các phiếu này là tìm hiểu ý kiến của khách về hệ thống trưng bày, các hoạt động dịch vụ của bảo tàng, tác phong phục vụ của đội ngũ nhân viên... Ngoài ra, đối với các trưng bày chuyên đề, Bảo tàng lại có thêm mẫu phiếu riêng để phù hợp với tính chất, những câu hỏi đặt ra cho mỗi cuộc trưng bày, qua đó, những ý kiến thu nhận lại đạt hiệu quả hơn.

Sau khi nhận được phiếu phản hồi của khách, Bảo tàng tiến hành tổng hợp, phân tích ý kiến để có những điều chỉnh kịp thời những vấn đề liên quan đến trưng bày, các dịch vụ của Bảo tàng, đội ngũ nhân viên... Có thể nói, trong sự tiến bộ của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam cho đến nay đều có nguyên nhân từ ý kiến của khách, vì vậy, thời gian tới, việc tiếp tục thu thập thông tin và phân tích những đánh giá của khách vẫn là một hoạt động quan trọng của bảo tàng.

4. Kết quả quá trình thu hút khách đến với Bảo tàng

4.1. Lượng khách ngày càng tăng, tạo dựng được chỗ đứng trong lòng công chúng trong và ngoài nước

Tính đến thời điểm này, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam chỉ hơn 2 năm mở cửa trở lại hệ thống trưng bày thường xuyên. Cuộc "cải tổ" từ trong ra ngoài với không gian mở, thân thiện đã thu hút khách du lịch ngày càng đông. So với năm đầu mở cửa - năm 2011, chỉ tính riêng 3 tháng đầu năm, nay bảo tàng đã thu hút được lượng khách bằng cả năm 2012, trong đó khách nước ngoài chiếm tỷ lệ 1/3.

Và, theo phân tích số liệu từ phiếu phản hồi mà chúng tôi thu nhận được, nguyên nhân khách đến Bảo tàng ngày càng đông qua các kênh truyền thông theo số thứ tự là: kênh truyền miệng qua gia đình và bạn bè; kênh truyền thông qua các phương tiện thông tin đại chúng; các ấn phẩm du lịch; internet; website Bảo tàng; tờ rơi, đồ họa giới thiệu về các nội dung trưng bày bên ngoài bảo tàng; facebook...

4.2. Được du khách quan tâm và nhận được nhiều phản hồi tích cực

Để thấy rõ phản hồi của công chúng một cách khách quan, chân thực, chúng tôi trích dẫn vài ý kiến của du khách về Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam trong thời gian gần đây:

"Một bảo tàng trung thực";

Có rất nhiều bảo tàng ở Việt Nam hoạt động như một cơ quan tuyên truyền. Nhưng bảo tàng này thì không: nó đưa ra một cái nhìn trung thực về những người phụ nữ bình thường trong quá khứ và hiện tại. (Đỗ Hải, giáo viên Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn);

"Một nơi phải xem ở Hà Nội";

Trưng bày tuyệt vời, phần chú thích cũng bằng tiếng Anh, tất cả được sắp xếp rất đẹp trong bảo tàng hiện đại, sâu sắc, thú vị và gợi suy nghĩ cho người xem (Reviewed August 21, 2012);

"Thậm chí rất thú vị với cả đàn ông";

Một cái nhìn sâu sắc đến ngạc nhiên về cuộc sống của người phụ nữ Việt Nam; Chồng tôi đã không thấy nhàm chán mà còn thấy nó hấp dẫn giống như tôi vậy (Reviewed 15/7/ 2012).

4.3. Bảo tàng được Tripadvisor công nhận là một trong những điểm du lịch hấp dẫn nhất Hà Nội 2012

Với những nỗ lực hết mình của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam trong việc đổi mới nội dung, chất lượng, hình ảnh của một bảo tàng giới để đem đến những trải nghiệm đặc biệt cho du khách.

Cuối tháng 9 năm 2012, Bảo tàng đã được website du lịch lớn nhất thế giới Tripadvisor bình chọn là một trong những điểm du lịch hấp dẫn nhất Hà Nội năm 2012. Năm 2013, Bảo tàng tiếp tục được Tripadvisor bình chọn là một trong Top 25 bảo tàng hấp dẫn nhất châu Á.

4.4. Nhận được sự quan tâm của các công ty du lịch lữ hành; nhà trường; các cấp Hội Phụ nữ; công chúng trẻ và các gia đình tại Hà Nội

Sau tất cả những nỗ lực để thu hút khách. Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam đã nhận được sự quan tâm và hợp tác nhiều hơn của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Cụ thể, trong thời gian vừa qua, nhiều công ty du lịch đã đưa Bảo tàng vào trong tour tham quan cho du khách của họ; các nhà trường đã đưa học sinh đến với Bảo tàng thường xuyên hơn; các gia đình tại Hà Nội đã xem Bảo tàng như một điểm đến hấp dẫn trong ngày nghỉ cuối tuần; nhiều tổ chức, cá nhân đã chủ động tìm đến Bảo tàng trong chương trình hợp tác để tổ chức các trưng bày hoặc các sự kiện văn hoá.

5. Định hướng của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam trong thời gian tới để thu hút khách tham quan

5.1. Tiếp tục đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền và quảng bá Bảo tàng qua các kênh truyền thông đại chúng; các ấn phẩm du lịch; các trang mạng xã hội, website; facebook; các ấn phẩm truyền thông của Bảo tàng, như tờ rơi, tờ gấp; bộ phim "Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam - điểm đến văn hóa du lịch hấp dẫn"...

Đặc biệt, hiện Bảo tàng đã và đang xúc tiến mạnh mẽ việc nâng cấp chất lượng website một cách tổng thể, bài bản hướng tới tính chuyên nghiệp cao từ thiết kế lại trang giao diện, cấu trúc web, nội dung tin bài và chuẩn hóa phần ngôn ngữ tiếng Anh, Pháp.

5.2. Chuẩn bị tốt các điều kiện để đón khách: môi trường vệ sinh; điều hoà; tác phong, thái độ ứng xử giao tiếp của đội ngũ nhân viên phục vụ; hệ thống bảng biển chỉ dẫn, thuyết minh phục vụ khách; nhà hàng phục vụ đồ uống và các món ăn phù hợp với nhu cầu của khách... để nâng cao chất lượng các hoạt động dịch vụ phục vụ một cách tốt nhất.

5.3. Tiếp tục thực hiện tốt việc tổ chức điều tra, lấy ý kiến phản hồi của khách. Tất cả ý kiến, cảm tưởng của họ phải được ghi nhận kịp thời, phân tích

nghiên cứu cẩn thận, qua đó nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu của khách để có những điều chỉnh kịp thời trong quá trình triển khai công việc cũng như những định hướng phù hợp trong chiến lược phát triển của Bảo tàng.

5.4. Hợp tác với các công ty du lịch, lữ hành; các trường học, Hội Phụ nữ các cấp... để xây dựng các chương trình, kế hoạch nhằm thu hút khách. Đặc biệt, thông qua việc hợp tác; Bảo tàng phải khảo sát, đánh giá sự tăng trưởng và nhu cầu của khách tham quan hiện nay. Từ đó xác định làm gì để thu hút khách nhiều hơn? Công chúng đến Bảo tàng sẽ có được gì khác hơn khi đến với các địa chỉ khác?... Và, một việc cần làm ngay, không chỉ đối với Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam, là đối với mỗi đối tượng công chúng cụ thể, các bảo tàng phải xây dựng được chương trình, những hoạt động phù hợp, hấp dẫn. Có như vậy khách tham quan mới tìm đến bảo tàng ngày càng đông.

5.5. Bảo tàng sẽ khai thác nhiều chủ đề trưng bày mà công chúng quan tâm từ việc đổi mới nội dung trưng bày và phương pháp tiếp cận. Nội dung các cuộc trưng bày chuyên đề sẽ không chỉ dừng lại ở những vấn đề lịch sử hay cách mạng mà hướng đến những vấn đề của cuộc sống đương đại; nhóm phụ nữ yếu thế, thiệt thòi với những câu chuyện đời thường. Các cuộc triển lãm mang tính phản biện xã hội sâu sắc, thể hiện được tiếng nói của người trong cuộc cũng như của cộng đồng. Nội dung trưng bày đa dạng nhưng trọng tâm, có điểm nhấn và thể hiện được câu chuyện của mỗi hiện vật. Bên cạnh đó, Bảo tàng cần tăng cường nhiều hơn các cuộc trưng bày mang tính văn hoá với các hoạt động tương tác, trải nghiệm để thu hút giới trẻ và các gia đình tại Hà Nội.

5.6. Từ mô hình thí điểm thành công của sự phối hợp giữa Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam và Vụ Lữ hành. Bảo tàng sẽ triển khai tổ chức các chương trình biểu diễn gắn với nội dung đang trưng bày thông qua một số bộ môn nghệ thuật truyền thống, như ca trù, hát xẩm, nhạc cụ dân tộc, trình diễn trang phục truyền thống, nghi lễ thờ Mẫu... Qua đó, Bảo tàng sẽ trở nên sống động, hấp dẫn công chúng hơn, đồng thời khẳng định được vai trò khuyến khích cộng đồng tham gia các hoạt động của Bảo tàng để tạo ra những nhịp cầu văn hóa nhằm gia tăng lượng

khách tham quan.

5.7. Tạo ra những thương hiệu riêng của Bảo tàng thông qua cửa hàng lưu niệm.

5.8. Không ngừng nâng cao trình độ cho đội ngũ thuyết minh, nâng cao chất lượng phục vụ, hướng tới thực hiện tốt sứ mệnh của Bảo tàng đến với du khách.

5.9. Ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động bảo tàng thông qua việc đầu tư máy móc thiết bị hiện đại phục vụ tốt nhất nhu cầu của khách tham quan.

5.10. Thúc đẩy hoạt động hợp tác quốc tế, tìm kiếm cơ hội nguồn lực để tham gia và tổ chức các hội thảo trong nước và quốc tế để nâng cao trình độ, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ; tổ chức các sự kiện văn hóa; các triển lãm chuyên đề... hấp dẫn, nhằm thu hút ngày càng đông khách tham quan.

6. Tạm kết

Việc thu hút khách tham quan, phục vụ và nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách tham quan là sứ mệnh quan trọng, là mục tiêu chiến lược của bất kỳ bảo tàng nào.

Để Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam có được lượng khách tham quan như hiện nay là kết quả của cả một hành trình dài, một cố gắng nỗ lực của Bảo tàng trong công cuộc cải tổ, hay nói đúng hơn là hành trình tự "lột xác", để đem đến cho công chúng một hình ảnh mới, một khái niệm mới về một bảo tàng giới năng động, độc đáo và hấp dẫn. Trong công cuộc đó, đòi hỏi Bảo tàng phải tự tìm ra chiến lược riêng nhằm thu hút khách tham quan thông qua hàng loạt các giải pháp, các hoạt động cụ thể để biến Bảo tàng thành một sản phẩm hấp dẫn nhằm thu hút được khách tham quan. Đây cũng là một vấn đề hết sức quan trọng, cấp thiết, liên quan đến sự tồn tại của Bảo tàng. Trên cơ sở nghiên cứu nắm bắt được đặc điểm của khách tham quan cũng như những mong muốn của họ, chắt chiu trong thời gian tới, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam cần phải nỗ lực nhiều hơn, phải tự làm mình tốt hơn lên mới có thể đáp ứng được những nhu cầu từ phía công chúng. Và, điều quan trọng hơn thế nữa, để công chúng không phải chỉ đến với Bảo tàng một lần, mà sẽ là sự trở lại nhiều lần./

N.T.B.V