

**Usaha 'pasar malam' Malaysia di ekspo dunia
Malaysiakini.com
July 05, 2010**

Ekspo Dunia 2010 Shanghai di China yang berlangsung dari 1 Mei hingga 31 Oktober adalah yang terbesar pernah dianjurkan. Dianggarkan tidak kurang 100 juta pengunjung akan melawatnya.

Lebih 190 negara dan lebih 50 pertubuhan antarabangsa mengambil bahagian.

Malangnya, astaka pavilion Malaysia dilaporkan lesu dan tidak mempunyai produk serta maklumat yang mencukupi bagi memasarkan negara ke pasaran antarabangsa.

Kebanyakan pengunjung, termasuk rakyat Malaysia yang melawat astaka itu nyata tidak berpuas hati dan menganggap usaha kerajaan itu tidak bersungguh-sungguh meskipun ia memaparkan rekabentuk sebuah rumah Minangkabau.

Antara yang dibidas pengunjung adalah kekurangan fokus oleh kementerian pelancongan yang cuba memperkenalkan sebanyak mungkin destinasi pelancongan pada pameran yang bermula 1 Mei lalu itu.

Apabila pengunjung menjejakkan kaki ke astaka ini, beliau berpeluang menyaksikan pakaian tradisional setiap kaum di Malaysia, replika menara berkembar Petronas, hutan hujan khatulistiwa, replika monumen bersejarah yang yterdapat di Melaka dan Pulau Pinang, pantai peranganan, pulau, padang golf dan juga bahagian pameran perlumbaan Formula 1.

Namun, semua itu tidak dilengkapi dengan penjelasan terperinci dan lebih malang lagi ia dianggap terlalu 'superficial' dan tidak berkait antara satu sama lain.

Malah, pakaian tradisional yang dipamerkan di pintu masuk astaka ini teidak membekalkan penjelasan kepada pengunjung yang sebahagian besar mereka adalah rakyat negara China.

Sebagai perbandingan, negara seperti Arab Saudi dan Monaco menggunakan tekonologi multimedia dan juga filem 3D sebesar empat gelanggang bola keranjang untuk memperkenalkan negara mereka.

Sesetengah negara seperti Israel pula menggunakan teknologi internet bagi membolehkan pengunjung berbual dengan rakyat negara itu bagi menjadikan pengalaman mereka lebih interaktif dan menarik.

Tidak kurang juga yang membawa khazanah negara mereka untuk dipamerkan - Perancis membawa tujuh lukisan yang dianggap khazanah negara manakala Denmark pula membawa patung 'ikan duyung' yang menjadi kebanggan mereka.

Hasilnya, astaka negara-negara berkenaan menarik minat ramai pengunjung - orang ramai terpaksa berbaris selama dua hingga tiga jam sebelum berpeluang memasuki astaka berkenaan.

Bagi astaka yang lebih popular seperti astaka Arab Saudi dan Jepun, tempoh berbaris memakan masa sehingga lima atau enam jam.

Lebih malang lagi, petugas di astaka Malaysia yang mempamerkan lukisan batik gagal berkomunikasi dalam bahasa Cina menyebabkan ramai pengunjung tuan rumah China langsung tidak tahu apa yang diperkatakan.

Manakala sukarelawan yang diambil bertugas sibuk melayan telefon bimbit masing-masing daripada memberikan penerangan.

Kebanyakan negara-negara lain mengambil rakyat mereka yang fasih berbahasa Cina dan Inggeris sebagai petugas bagi menerangkan maklumat mengenai negara masing-masing.

Paling mendukacitakan, sesetengah pengunjung mendakwa astaka Malaysia dijadikan seolah-olah sebagai 'pasar malam' bagi memperkenalkan barangan komersial.

Sebahagian ruang digunakan untuk memperkenalkan barangan seperti kerusiurut, minuman koko, kopi tongkat Ali, lukisan, kelapasawit dan juga balak.

Pameran ini juga dibidas oleh ahli-ahli parlimen Pakatan Rakyat kerana menteri pelancongan memberitahu Dewan Rakyat, hanya sebanyak RM20 juta digunakan untuk menampung kos keseluruhan pameran berkenaan.

Sedangkan pada jawapan bertulis menteri itu kepada ahli parlimen Batu Gajah, Fong Po Kuan pada 15 Jun, beliau berkata, kos keseluruhan pameran mega itu adalah RM35 juta.

Copyright © 1999-2007 Mkini Dotcom Sdn. Bhd.

Source : <http://www.malaysiakini.com/news/136412>