**KENYATAAN MEDIA**

**Pelancong Asia menerajui lonjakan dalam kembara keluarga**

*Agoda menerbitkan hasil kaji selidik globalnya ‘Trend Percutian Keluarga 2018’*

**Malaysia, 24 Ogos 2018** – Semester baru persekolahan mungkin akan bermula tidak lama lagi atau sudah bermula selepas cuti pertengahan tahun, tetapi ia tidak bermakna keluarga sudah mengemaskan peralatan perjalanan mereka. Malahan, kaji selidik baharu daripada Agoda, salah satu platform tempahan penginapan dalam talian (OTA) paling pesat berkembang, telah mendedahkan bahawa 7 daripada 10 keluarga di dunia mengambil cuti sekurang-kurangnya dua kali setahun, dengan pelancong Asia mengambil lebih daripada dua ganda pelancongan keluarga berbanding keluarga di Barat (lima kali setahun berbanding dua).

Kaji selidik Agoda `Trend Percutian Keluarga 2018’, yang dilakukan oleh YouGov, mendapati hanya 18% pelancong di dunia melakukan hanya satu percutian keluarga setahun, manakala lebih 34% telah mengambil lebih lima kali percutian keluarga pada tahun sebelum ini. Asia menguasai trend berbilang cuti ini dengan 77% pelancong dari Thailand dan 62% dari Filipina, mengakui mereka telah mengambil lebih lima kali percutian keluarga pada tahun sebelum ini. Sebaliknya, hanya 7% pelancong British berbuat demikian, dengan UK paling berkemungkinan (34%) melakukan hanya satu percutian.

**Trend ke arah percutian keluarga lebih pendek, lebih kerap**

Seiring dengan pelancongan keluarga yang meningkat di peringkat global, butiran tentang siapa dan tempoh keluarga mengambil percutian adalah berbeza di seluruh dunia. Percutian 4-7 malam adalah tempoh paling popular bagi percutian keluarga di seluruh dunia tetapi terdapat variasi besar merentasi seluruh pasaran. Di UK, percutian 4-7 malam mewakili 41% pelancongan keluarga tahun lalu, berbanding hanya 20% bagi Thailand. Sebaliknya, percutian keluarga untuk lebih daripada 14 malam dilakukan oleh hampir sepertiga rakyat Thailand tetapi hanya 11% oleh rakyat Malaysia. Keluarga Vietnam, Malaysia dan China berkemungkinan paling ramai memilih tempoh 1-3 malam dengan keluarga mereka.

**Pelancong Asia menganjurkan lebih banyak percutian keluarga berbilang generasi dan lanjutan**

Kaji selidik Agoda `Trend Percutian Keluarga 2018’ juga melihat kepada siapa yang dimasukkan di dalam percutian keluarga dan mendapati bahawa walaupun 35% pelancong global bercuti bersama datuk dan nenek mereka, pelancong dari UK dan Australia adalah paling jarang untuk melakukannya, dengan hanya 13% dan 20% yang melakukannya. Thailand (66%) dan Indonesia (54%) berkemungkinan besar akan membawa datuk dan nenek mereka bercuti. Trend ini juga dapat diperhatikan apabila melihat kepada anggota lanjutan keluarga, dengan orang Thailand dan Indonesia yang paling mungkin termasuk adik-beradik, saudara-mara, ibu dan bapa saudara dalam rancangan percutian mereka.

Ia bukan sekadar anggota keluarga yang orang Amerika, British, Australia dan China tidak akan melancong bersama, mereka juga paling tidak mungkin akan bercuti bersama kumpulan sahabat lain, dengan hanya 22% rakyat Amerika, 23% British, 26% Australia dan 27% China telah berbuat demikian dalam tahun sebelumnya. Sementara itu, hampir separuh (48%) pelancong dari Filipina bergabung dengan sekumpulan teman untuk beberapa percutian mereka, disusuli rapat oleh pelancong keluarga Vietnam dan Malaysia, masing-masing 43% dan 40%.

**Hotel masih menjadi keutamaan keluarga**

Lebih ramai orang menggunakan OTA (antarabangsa dan tempatan) untuk menempah percutian keluarga dalam tempoh 12 bulan lalu, menurut hasil kaji selidik Agoda `Trend Percutian Keluarga 2018’ yang juga mendedahkan bahawa hotel masih menjadi tempat penginapan paling popular bagi keluarga, diikuti oleh rumah percutian, B&B dan resort yang menawarkan segala-galanya. Kos, keselamatan dan aktiviti adalah pertimbangan utama apabila mereka merancang percutian keluarga berbanding percutian tanpa keluarga atau berseorangan.

“Segmen percutian keluarga berkembang pesat dan keperluan kumpulan pelancong ini adalah unik dan pelbagai,’’ jelas John Brown, CEO Agoda. “Semua keluarga memiliki keperluan berbeza, itulah sebabnya kami berbangga untuk menawarkan pilihan luas penginapan dari hotel, rumah percutian atau istana kayangan pada bajet yang menepati kemampuan mereka. Tambahan pula, keluarga boleh menggunakan penapis mesra keluarga Agoda bagi mencari tempat untuk penjagaan anak atau kelab kanak-kanak, kemudahan tambahan seperti dapur atau meminta bilik bersebelahan, menyediakan pengalaman tempahan dan perjalanan keseluruhan yang lebih menyeronokkan.’’

**Masa berkualiti dengan keluarga adalah pendorong utama pelancongan keluarga**

Dengan masa bekerja lebih panjang dan pelbagai gangguan daripada kehidupan moden yang menghalang keluarga daripada menghabiskan masa bersama antara satu sama lain setiap hari, tidak menghairankan bahawa pelancong di seluruh dunia banyak menantikan masa berkualiti keluarga (68%) dalam percutian keluarga. Berehat (66%) dan mencuba sesuatu baharu (46%) masing-masing menjadi pilihan kedua dan ketiga.

Rakyat British dan Singapura adalah pelancong keluarga paling lasak. Meneroka budaya baru sebagai pengalaman pelancongan keluarga adalah paling popular dalam kalangan kedua-dua kumpulan ini (masing-masing 48% dan 46%). Pelancong China dan Thailand adalah paling kurang mahu mencuba budaya baharu semasa lawatan mereka (kedua-duanya 29%).

**Kebimbangan Besar**

Ketika meneliti kebimbangan yang berkaitan dengan pelancongan keluarga, kerisauan terhadap jatuh sakit (36%), standard tempat tinggal (21%) dan perselisihan keluarga (16%) berada di kedudukan tertinggi bagi pelancong keluarga di seluruh dunia. Rakyat British kelihatan paling tidak risau, dengan hampir sepertiga (27%) menyatakan mereka tidak kisah sama sekali.

**Fakta Agoda ‘Trend Kembara Keluarga 2018’ bagi Malaysia:**

* 74% pelancong Malaysia telah mengembara bersama keluarga teras mereka sebelum ini, 37% bersama datuk dan nenek/ dan atau cucu dan 19% dengan ahli keluarga lain
* Secara purata, rakyat Malaysia bercuti bersama keluarga empat kali pada tahun lepas
* 4-7 malam adalah tempoh paling popular
* Pelancong Malaysia menantikan masa yang berkualiti dengan keluarga (80%), berehat (70%) dan mencuba sesuatu yang baru (52%) semasa melancong bersama keluarga
* Tiga kebimbangan utama rakyat Malaysia ialah jatuh sakit (44%), standard penginapan (19%) dan berselisih faham dengan anggota keluarga (16%)
* TAMAT -

**Nota kepada Editor:**

Baca kenyataan media penuh di sini: <https://www.agoda.com/press/family-travel-trends-2018>

Metologi Kaji Selidik: Kajian ini dilakukan oleh firma penyelidikan pasaran bebas, YouGov antara 19 dan 25 Jun 2018. Seramai 10,784 responden diwawancara secara dalam talian dan menjadi wakil kepada mereka yang telah bercuti sekurang-kurangnya sekali tahun lalu. Di dalam negara: UK (1,503), AS (642), Australia (883), Singapura (947), Malaysia (1,030), Filipina (1,031), Indonesia (1,082), Vietnam (1,032), Thailand (1,078) dan China (1,556).

‘Asia’ didefinisikan sebagai China, Filipina, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam. ‘Barat’ pula ialah United Kingdom, Amerika Syarikat dan Australia.

**Mengenai Agoda**

Agoda adalah salah satu daripada platform tempahan penginapan dalam talian paling pesat berkembang di dunia. Sejak permulaannya sebagai syarikat teknologi permulaan berpusat di Singapura pada 2005, Agoda telah berkembang bagi menawarkan rangkaian global untuk 1.8 juta penginapan di 200 negara di seluruh dunia, memberi akses mudah kepada pelawat kepada pilihan luas hotel bajet dan mewah, apartmen, rumah dan vila bagi menyesuaikan kepada bajet dan tujuan perjalanan.

Beribu pejabat di Singapura, Agoda adalah sebahagian daripada Booking Holdings (NASDAQ: BKNG) dan mempunyai 3,700 kakitangan di 53 bandar raya di lebih daripada 30 buah negara. Agoda.com dan aplikasi bergerak Agoda boleh diperoleh dalam 38 bahasa.

Hubungan Media: press@agoda.com