

تقرير هيلتون حول توجهات السفر 2024

## إقبال على السفر الفردي من المسافرين في دولة الإمارات العربية المتحدة

يكشف التقرير الإقبال المتزايد على السفر الفردي وتبسيط الضوء على أهمية الاستدامة

- 75% من المسافرين في دولة الإمارات يفضلون السفر الفردي و61% يخططون لرحلة فردية في المستقبل القريب
- 85% من المسافرين يفضلون زيارة أماكن جديدة، حيث أن استكشاف زيارة أماكن جديدة هي دافع أساسي للتخطيط للسفر
- 93% من المسافرين في دولة الإمارات يهتمون بالعوامل البيئية عند حجز رحلاتهم ويتطلعون إلى التغيير الفعال في قرارات السفر



[يمكنكم تحميل الإنفو غرافيك من هنا](#)

## الإمارات العربية المتحدة، دبي – 5 أكتوبر 2023

أظهرت أحدث الأبحاث أن المقيمين في دولة الإمارات يعيدون تعريف مفهوم "المسافر العصري" بشكلٍ مختلف، حيث من المتوقع أن يشهد العام 2024 تطورات ملموسة في مجال السفر. وتتسجم هذه الأبحاث مع ما نشرته **هيلتون** حول تقريرها لتوجهات السفر عام 2024، وما يتضمنه حول اتجاهات وسلوكيات المسافرين في عدد من الأسواق الهامة بما فيها دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث يسלט الضوء على التغييرات والتطورات التي طرأت على المسافر الإماراتي مثل زيادة الرغبة في السفر الفردي، والسعي بشكل أكبر للسفر بشكل عفوي دون تخطيط، والتركيز على الصحة والعافية.

### السفر الفردي: التركيز على استكشاف الذات

يبرز السفر المنفرد كتوجه يحظى بإقبال كبير في الدراسة التي أجريت في دولة الإمارات، حيث أوضح 75% من المشاركين أنهم سافروا في رحلة فردية خلال العام الماضي، بينما يفكر 61% في السفر بشكل فردي خلال الأعوام الثلاثة المقبلة.

وأوضح 61% من بين الذي سافروا بشكل فردي أو يخططون لذلك بأن الرغبة في الاسترخاء والوحدة هي الدافع الأساسي لرحلتهم، بينما 40% منهم يجدون بأن اكتشاف الذات هو دافع للرحلة، فيما وجد 38% بأن التركيز على الرفاهية والاستمتاع الفردي هي إحدى دوافع السفر.

وبحسب البيانات المستمدة من موقع **Hilton.com**، والتي توضح زيادة البحث عن السفر الفردي في الموقع بنسبة 10% في دولة الإمارات مقارنة مع العام الماضي 2022. ومن أبرز الوجهات التي بحث عنها المسافرون الفرديون في دولة الإمارات هي دبي ورأس الخيمة وأبوظبي ولندن وإسطنبول. وفيما يخص المرافق والخدمات، فقد كانت تفضيلات المسافرين هي الإفطار المجاني، ورداهات رجال الأعمال، والقرب من الشاطئ.

ويصاحب تفضيل المسافرين المنفردين للمناطق الهادئة والابتعاد عن روتين الحياة اليومية، رغبة واضحة في البقاء على اتصال فعال بالإنترنت، حيث أوضح 54% من المسافرين في دولة الإمارات بأنهم يرغبون بالنشر على مواقع التواصل الاجتماعي لمرة واحدة على الأقل يومياً خلال السفر. ومن بين الخدمات والمرافق في الغرف يحتل البحث عن اتصال قوي بشبكة الواي فاي المرتبة الأولى من بين أهم الخدمات والمرافق التي يبحث عنها المسافرين بنسبة 64%. وتشير البيانات أيضاً إلى تزايد الإقبال على إجازات العمل، حيث يحجز العديد من المسافرين رحلات تدعم الدمج بين العمل والمتعة.

وارتفع استخدام الضيوف لاتصال الإنترنت في فنادق هيلتون بنسبة 23% منذ عام 2022 في أسواق أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

### البحث عن العفوية والتجدد

وقدم تقرير هيلتون الجديد عدداً من مواصفات الجيل الجديد من المسافرين، إذ بات المسافرون يتطلعون إلى التشويق والتجديد في سفرهم. وقال 85% من المشاركين أنهم يتطلعون إلى زيارة أماكن لم يروها من قبل عند إجراء الحجوزات للسفر في إجازة، مؤكداً على تنوع الاهتمامات وحب الاستطلاع لدى المقيمين في دولة الإمارات. كما أعطى حوالي ثلث المشاركين (28%) الأولوية للتجارب التي يضعونها على قائمة أحلامهم وتلك التي يعيشونها مرة في العمر عند اختيار وجهة السفر، وأكدوا على أهمية تصميم التجارب الفريدة لذكريات خالدة تتسجم مع التطلعات الشخصية لكل مسافر.

كما كشف أكثر من نصف المسافرين عن رغبتهم بالعفوية وعدم التخطيط عند السفر وحب الاستكشاف، حيث يفضل 55% منهم التخطيط لرحلتهم قبل شهر أو أقل من موعد الرحلة. ويشير هذا التوجه القائم على رغبة المغامرة إلى تزايد الإقبال على الخطط العفوية المدعومة بازدياد المرونة والحرية.

ويظهر تأثير منصات التواصل الاجتماعي والثقافة العامة واضحاً على رسم رؤية المسافرين تجاه السفر في إجازة، حيث قال 79% من المشاركين في الإمارات أنهم حجزوا عطلتهم بناءً على التوجهات في منصات التواصل الاجتماعي والبرامج التلفزيونية والكتب وغيرها، ما يعني وجود رابط بين الأثر الذي يحققه التسويق الرقمي والمؤثرون وبين الجهود الملموسة لتحقيق تجارب جديدة ومشوقة في السفر.

## الصحة والعافية والاستدامة

وما زال الاهتمام بالعافية والصحة الشمولية، والالتزام تجاه الاستدامة من أبرز التوجهات لدى الجيل الجديد من المسافرين في الإمارات، مدفوعين بالوعي الجمعي العالمي بالعديد من عوامل الصحة والسلامة الشخصية والبيئية. حيث أوضح 93% تقريباً من المشاركين بأن الشهادات البيئية (مثل تصنيف موقع تريب أدفايزر وجرين كي جلوبال) تعد مهمة جداً أو مهمة نوعاً ما بالنسبة لهم عند حجز الإجازة، ما يسلط الضوء على تزايد الوعي البيئي أثناء التخطيط للسفر.

كما تلعب خيارات الطعام دوراً هاماً في تجربة المسافرين، حيث يفضل 42% من المشاركين تناول الطعام في الغرفة كل يوم أو كل مساء أثناء العطلة، بينما قال 38% منهم أنهم يطلبون ذلك بشكل مستمر. وفيما تشير تلك الأرقام إلى تفضيل الراحة والسهولة، فهي تشير كذلك إلى ازدياد الشعور بالمسؤولية، إذ يفكر حوالي نصف المشاركين من الإمارات (48%) بموضوع هدر الطعام دائماً أو غالباً أثناء سفرهم، فيما تعطي الغالبية (31%) الأولوية للخيارات الصحية عند اختيار مكان لتناول الطعام، ويفضل 41% تناول الأطباق المعدة من المكونات المحلية. وبعد نجاح مبادرة هيلتون الرائدة بعنوان "رمضان الأخضر" في الإمارات، كان من المثير للاهتمام ملاحظة ارتفاع مستوى الوعي حول خيارات المسافرين لتناول الطعام.

في تعليقه على التقرير قال نائب رئيس العمليات التشغيلية في شبه الجزيرة العربية لدى "مجموعة هيلتون" أليجي جاردنجي: "شهننا عودة ديناميكية لقطاع السفر خلال الأعوام القليلة الماضية، ومن الواضح أن تفكير المسافرين يتطور باستمرار حول العالم."

وقال: "تلتزم هيلتون، العلامة الرائدة عالمياً في قطاع الضيافة، بفهم التغير الذي يطراً على تفضيلات الضيوف والاستجابة له، وستمثل النتائج التي حصلنا عليها في أحدث تقرير لتوجهات المسافرين مصدر إلهام ومرشد لنا في تحقيق مستويات أفضل لرضا الضيوف ومواكبة توقعاتهم والتميز في خدمة العملاء."

وأضاف: "فيما يسعى الجيل القادم من المسافرين في الإمارات إلى منح الأولوية للسفر المنفرد وإجازات العمل والوجهات الأصيلة والمسؤولية البيئية، نجدد التزامنا بتقديم تجارب فندقية رائدة تسهم في تطوير الضيافة الحديثة وترسي أسس المستقبل للمسافرين على اختلاف رغباتهم."

يمكنكم زيارة الرابط التالي لقراءة النسخة الكاملة من تقرير هيلتون لتوجهات العام 2024: [Stories.Hilton.com/2024trends](https://Stories.Hilton.com/2024trends)

-انتهى-

## ملاحظات للمحررين

### منهجية البحث

• أبحاث المستهلكين في دولة الإمارات العربية المتحدة: أجرت OnePoll استطلاعاً شمل 1000 شخص بالغ في دولة الإمارات العربية المتحدة يسافرون في الفترة ما بين 25 أغسطس و1 سبتمبر 2023، وهم مزيج من المغتربين والمواطنين.

• أبحاث هيلتون العالمية: استطلاع كمي عبر الإنترنت أجرته شركة Ipsos في يوليو 2023 في الصين وألمانيا وبريطانيا والهند واليابان والمكسيك وسنغافورة والإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة.

• بيانات هيلتون الخاصة:

o بيانات الحجز والبحث على موقع Hilton.com لمدة ثلاثة أشهر حتى نهاية يوليو 2023 مقارنة بالفترة نفسها من عام 2022  
o استخدام البيانات هو الأشهر الستة الأولى من عام 2023 (حتى 30 يونيو) مقارنة بنفس الفترة من عام 2022 لفنادق هيلتون في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا

## نبذة عن هيلتون

هيلتون (رمزها في بورصة نيويورك: HLT) هي شركة رائدة عالمياً في قطاع الضيافة، وتضم محفظتها 22 علامة عالمية المستوى، تضم ما يقارب 7300 فندق ومنتجع، وأكثر من 1.1 مليون غرفة في 123 بلداً وإقليماً. تسعى هيلتون إلى تحقيق رسالتها الأساسية المتمثلة في أن تكون إحدى أبرز الشركات التي توفر إقامة مضيافة بعد أن استضافت أكثر من 3 مليار ضيف خلال تاريخها العريق الممتد على أكثر من 100 عام، وحصلت على المركز الأول في قائمة فورتشن لأفضل 100 شركة للعمل فيها وتم تصنيفها كشركة رائدة عالمياً في مؤشرات داو جونز للاستدامة على مدى ست سنوات متتالية.

وقدمت هيلتون العديد من التحسينات التكنولوجية الرائدة في الصناعة لتحسين تجربة الضيوف، بما في ذلك المفتاح الرقمي Digital Key Share والترقيات المجانية التلفزيونية للغرف، والقدرة على حجز غرف متصلة مؤكدة. ويتيح برنامج هيلتون للولاء (هيلتون أونرز) الحائز على عدة جوائز لحوالي 165 مليون عضو يحجزون مباشرة مع هيلتون ربح نقاط مقابل الإقامات الفندقية والتجارب التي لا تقدر بثمن. [تطبيق هيلتون أونرز المجاني على الجوال](#) حجز إقامتهم واختيار الغرفة وتسجيل الوصول والحصول على مفتاح رقمي وتسجيل المغادرة. لمزيد من المعلومات، يُرجى زيارة موقع [newsroom.hilton.com](https://newsroom.hilton.com)، والتواصل مع شركة هيلتون على [فيسبوك](#)، [تويتر](#)، [لينكد إن](#)، [انستجرام](#) و [يوتيوب](#).