

تقرير هيلتون لاتجاهات السفر 2026 يسلط الضوء على عدد من التوجهات التي تصدر أولويات المسافرين من المملكة العربية السعودية خلال العام 2026

- "السفر النابع من الدوافع": أعداد أكبر من المسافرين من المملكة العربية السعودية باتوا أكثر ميلاً لاختيار رحلات تعبّر عن هويتهم وتواكب اهتماماتهم، مع ازدياد الرغبة بالبحث عن الأصالة والاسترخاء وتعزيز الروابط الإنسانية
- السفر القائم على التجربة: يمنح المسافرون من المملكة العربية السعودية أولوية متقدمة للتجارب الثقافية الغامرة، حيث يتصدرون عالمياً في الحرص على تعلّم اللغات المحلية والانخراط في العادات والتقاليد خلال رحلاتهم.
- التخطيط بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي: يرى 75% من المسافرين من السعودية أن أدوات الذكاء الاصطناعي مفيدة في التخطيط لرحلات أكثر كفاءة ومرونة، فهي تبسط الخدمات اللوجستية وتتيح لهم التركيز على تجارب السفر نفسها.

الرياض، المملكة العربية السعودية، ×× أكتوبر 2025: كشف تقرير "هيلتون" لاتجاهات السفر لعام 2026 عن بروز توجه عالمي جديد في صناعة السياحة، يتمثل في "السفر النابع من الدوافع"، حيث بات المسافرين يحددون أهدافهم وغاياتهم العاطفية قبل اختيار وجهاتهم. ويعكس هذا التحول المتنامي أن قرار السفر أصبح ينطلق من الرغبة في الراحة، والحاجة إلى إعادة التواصل، والسعي وراء تجارب تحمل معنى وقيمة، أكثر من ارتباطه بالمكان بحد ذاته.

واستناداً لآراء أكثر من 14 ألف مسافر من 14 دولة، يكشف التقرير عن تحول جوهري في أنماط السفر بعيداً عن التخطيط التقليدي، نحو توجه يركز على الاستكشاف الشخصي، والاستمتاع بالتجارب الثقافية، والاستفادة من حلول الذكاء الاصطناعي في تخطيط الرحلات. ويظهر التقرير أن المسافرين من المملكة العربية السعودية باتوا أكثر ميلاً لاختيار رحلات تعبّر عن هويتهم وتواكب اهتماماتهم، مع ازدياد الرغبة بالبحث عن الأصالة والاسترخاء وتعزيز الروابط الإنسانية.

السفر الغامر: تواصل أعمق مع الثقافة

يفضل المسافرون من المملكة العربية السعودية تعزيز الروابط الثقافية الأصيلة على الاكتفاء بمشاهدة المعالم السياحية التقليدية. وقد تصدرت المملكة العربية السعودية قائمة الدول المشمولة في الاستطلاع، حيث أفاد 65% من المسافرين بأنهم يحرصون على تعلم اللغة المحلية قبل زيارة أي وجهة، في مؤشر واضح على حرص سكان المملكة على منح العنصر الثقافي مكانة متقدمة ضمن أولويات رحلاتهم.

علاوةً على ذلك، يؤكد 69% من المسافرين من المملكة العربية السعودية أنهم يسعون إلى خوض تجارب تتيح لهم التفاعل مع العادات المحلية غير المألوفة لهم مسبقاً. ولا يقتصر اهتمام سكان دول مجلس التعاون الخليجي على الاكتفاء بمراقبة الثقافات عن بعد، بل يحرصون على المشاركة الفعلية فيها من خلال تعلم اللغات، والانخراط في العادات والتقاليد، وفهم الثقافات التي يقصدونها، ما يؤكد على رغبتهم في بناء جسور تواصل تقوم على التقدير والاحترام للثقافات التي يلتقون بها.

سياحة متاجر البقالة: صلة أوثق بالحياة اليومية

يولي المسافرون من المملكة العربية السعودية أهمية متزايدة لزيارة متاجر البقالة المحلية كجزء من رحلاتهم، باعتبارها وسيلة لتعزيز ارتباطهم بالحياة اليومية في الوجهات التي يقصدونها. وتمثل هذه المتاجر بالنسبة للكثيرين فرصة فريدة لاكتشاف النكهات المحلية والتعرف على تفاصيل أنماط المعيشة، فضلاً عن منحهم لحظات من الراحة والألفة تعزز إحساسهم بالقرب من الوطن حتى أثناء السفر.

وتتوافق المملكة العربية السعودية مع المتوسط العالمي البالغ 77% في هذا التوجه، إذ أكد 78% من المسافرين السعوديين أنهم يحرصون "دائماً" أو "في كثير من الأحيان" على استكشاف متاجر البقالة المحلية خلال سفرهم، وهي العادة التي اكتسبت أهمية متزايدة خلال السنوات الأخيرة على مستوى العالم.

رحلات سلسلة وسهلة: السفر الميسر بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي

يتجه العديد من المسافرين نحو اعتماد أدوات التخطيط المدعومة بالذكاء الاصطناعي، إلى جانب تفضيل المنتجات الشاملة والجولات المنظمة التي تتطلب جهداً محدوداً في الإعداد أو لا تتطلب أي تخطيط مسبق.

أفاد 75% من المسافرين في المملكة العربية السعودية بأنهم يجدون أدوات الذكاء الاصطناعي مفيدة في تخطيط رحلاتهم، وهو ما يعكس تزايد التوجه نحو البحث عن الراحة والكفاءة. وتتيح هذه الأدوات تصميم برامج سفر

مُخصّصة يمكن لخبراء القطاع السياحي مراجعتها وصقلها، بما يجمع بين سرعة التقنية وعمق الخبرة البشرية. ويؤكد هذا الاعتماد الواسع على مدى استعداد المنطقة لتبني الحلول الرقمية التي تُيسّر الجوانب اللوجستية للرحلات، مما يمنح المسافرين فرصة أكبر للتركيز على التجربة نفسها بدلاً من الانشغال بالتخطيط. ومع تعاظم دور الذكاء الاصطناعي في تحضيرات السفر، يتجلى تحوّل واضح نحو رحلات أكثر ذكاءً وأقل توتراً، مدعومة بالتكنولوجيا الحديثة.

وقال غاي هاتشينسون، رئيس هيلتون في الشرق الأوسط وأفريقيا: "يكشف تقرير الاتجاهات لهذا العام أن سكان المملكة العربية السعودية يعيدون ابتكار أساليب استكشافهم للعالم، مع التركيز بشكل متزايد على الروابط الشخصية والتجارب الثقافية، والسفر بدوافع ورؤية أعمق وأكثر معنى. وتوضح هذه التوجهات أن مفهوم السفر لم يعد مرتبطاً بالوجهات وحدها، بل بات يعكس قيم المسافرين وتطلعاتهم، حيث يقود سكان الخليج مسيرة ابتكار رحلات ذات طابع شخصي تُحدث فرق حقيقي في تجاربهم. ومع شبكة تضم أكثر من 8,800 فندق حول العالم، تواصل هيلتون توفير أعلى مستويات من الراحة والخدمة الموثوقة والمرونة التي يتطلع إليها المسافرون، مع تقديم تجارب تجسّد أسلوب حياتهم وتطلعاتهم".

لمزيد من المعلومات حول كيفية مساعدة هيلتون للمسافرين على استعادة الراحة والتواصل، اقرأ تقرير اتجاهات 2026 كاملاً على stories.hilton.com/2026trends. للبدء في التخطيط لرحلتك لعام 2026، تفضل بزيارة Hilton.com.

-انتهى-

ملاحظات للمحررين:

منهجية التقرير

أجرت هيلتون دراسة استطلاعية عبر الإنترنت بالتعاون مع شركة «إبسوس» في يونيو 2025، شملت عينة تمثيلية تضم 14,009 مشاركين من البالغين (18 عاماً فأكثر) في كل من أستراليا، البرازيل، الصين، كولومبيا، ألمانيا، الهند، اليابان، المكسيك، المملكة العربية السعودية، سنغافورة، تركيا، الإمارات العربية المتحدة، المملكة المتحدة، والولايات المتحدة. واشترطت على الشخص المشارك أن يكون يخطط للسفر خلال الاثني عشر شهراً القادمة.