

تقرير هيلتون لتوجهات السفر لعام 2027 يكشف تطلعات المسافرين في المملكة العربية السعودية إلى تجديد النشاط وإعادة ترتيب الأولويات

- تقرير هيلتون لتوجهات السفر لعام 2027 يكشف عن تحول أوسع في سلوكيات المسافرين حول العالم ونظرتهم إلى تجربة السفر الناجحة، مع إعطاء الأولوية للمرونة والتجارب التي تترك أثراً إيجابياً ملموساً
- يستند التقرير إلى استطلاع عالمي شمل أكثر من 14 ألف مسافر، بمن فيهم مشاركون من السعودية، ويستعرض توجهات السفر التي من المتوقع أن تؤثر في تخطيط الرحلات وحجزها وتجارب السفر خلال عام 2027.

- أربعة توجهات رئيسية للسفر في المملكة العربية السعودية في 2027: "المرونة"، و"معادلة الثقة في السفر"، و"المفهوم الجديد للعافية"، و"التوجه نحو الرحلات القصيرة"، بما يعكس تنامي الاهتمام بالخبرات المؤنقة، وتطوير الذات، والاستفادة من الطبيعة لتعزيز العافية، و التركيز على الرحلات الأقصر والأكثر مرونة

الرياض، المملكة العربية السعودية، xx سبتمبر 2026: كشف تقرير هيلتون لتوجهات السفر لعام 2027، الذي صدر مؤخراً بعنوان "استعادة التوازن: تطلعات المسافرين إلى تجديد النشاط وإعادة ترتيب الأولويات في 2027"، عن توجه المسافرين في العام المقبل نحو الابتعاد عن السعي وراء الرحلة المثالية، والتركيز بشكل أكبر على تطوير الذات والمرونة والاكتشاف. كما أظهر التقرير تفضيل عشاق السفر للرحلات التي تساعدهم على استعادة نشاطهم، وتوسيع آفاقهم، والاستفادة من وقت السفر إلى أقصى حد.

ويستند التقرير إلى آراء أكثر من 14 ألف مسافر في 14 سوقاً، من بينها المملكة العربية السعودية، ويكشف عن تفضيل متزايد لرحلات أكثر مرونة واختيارات مدروسة تعكس ما يتطلع إليه المسافرون.

وحددت هيلتون أربعة توجهات رئيسية لدى المسافرين في المملكة العربية السعودية، من المتوقع أن تسهم في رسم ملامح جديدة لأسلوب التخطيط للسفر والتجارب التي يخوضونها في عام 2027:

- المرونة: يقول 35% فقط من المسافرين في المملكة العربية السعودية إنهم يفعلون ما يرغبون فيه فعلاً خلال عطلاتهم في كل مرة تقريباً، فيما يشعر 65% منهم بدرجات متفاوتة من الضغط لتحقيق الرحلة المثالية.
- مفهوم جديد للعافية: يقضي 56% من المسافرين في المملكة العربية السعودية وقتاً أطول في أحضان الطبيعة خلال عطلاتهم مقارنة بما يقضونه فيها خلال حياتهم اليومية.

- معادلة الثقة في السفر: باتت عضويات النخبة في برامج الولاء من أبرز مؤشرات الثقة، إذ يثق 60% من المسافرين في المملكة العربية السعودية بتوصيات أصحاب الخبرة في السفر بدرجة تفوق ثقتهم بالخوارزميات.
- التوجه نحو الرحلات القصيرة: يعتبر المسافرون في المملكة العربية السعودية أن رحلة تستغرق خمسة إلى ستة أيام تندرج ضمن العطلات القصيرة، وهو أوسع تعريف لهذا النوع من الرحلات بين الأسواق التي شملها التقرير.

وقال غاي هاتشينسون، رئيس هيلتون في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا: "يحرص المسافرون بصورة متزايدة على الاستفادة المثلى من وقتهم خلال السفر، ويبحثون باستمرار عن تجارب تعكس اهتماماتهم وأولوياتهم وتطلعاتهم الشخصية. وسواء كان الهدف استكشاف وجهة جديدة، أو التواصل مع الأهل والأصدقاء، أو تخصيص بعض الوقت للراحة واستعادة النشاط، فإنهم يتطلعون إلى رحلات يستمر أثرها الإيجابي في حياتهم طويلاً بعد العودة إلى منازلهم. ويشرفنا أن نستقبل ضيوفنا اليوم في أكثر من 170 فندقاً في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا، ونتطلع إلى الترحيب بهم في المزيد من الفنادق خلال الأعوام المقبلة، ومساعدتهم على صنع ذكريات مميزة تبقى معهم أينما كانت وجهتهم."

المرونة بدلاً من المثالية

يشعر أكثر من نصف المسافرين حول العالم، بنسبة 54%، بضغوط لتنظيم عطلة "مثالية"، سواء عبر زيارة جميع المعالم التي لا بد من مشاهدتها، أو إرضاء كل أفراد المجموعة، أو التقاط الصورة المثالية لمشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي. وفي المقابل، يتبنى المسافرون نهجاً أكثر مرونة، انطلاقاً من أن أفضل الرحلات ليست بالضرورة تلك التي تخضع لأدق درجات التخطيط.

وفي المملكة العربية السعودية، يغير هذا التوجه مفهوم الرحلة الناجحة. فلم يعد الفندق مجرد مكان للنوم بين جولات استكشاف المعالم، بل أصبح جزءاً من تجربة السفر نفسها، إذ يضع 41% من المسافرين في المملكة الإقامة في فندق مميز ضمن أهم ثلاثة مؤشرات لنجاح الرحلة، إلى جانب زيارة أماكن جديدة والعودة إلى المنزل بشعور من الراحة والاسترخاء.

مفهوم جديد للعافية

لم تعد العافية مجرد فائدة إضافية للسفر، بل أصبحت أحد الأسباب الرئيسية التي تدفع المسافرين إلى القيام برحلاتهم. ويتزايد إقبال المسافرين في المملكة العربية السعودية على تجارب تتيح لهم الاسترخاء، والتواصل من جديد مع الطبيعة، والعودة إلى منازلهم بشعور حقيقي بالراحة وتجدد النشاط. ويقضي أكثر من نصفهم،

بنسبة 56%، وقتاً أطول في أحضان الطبيعة خلال عطلاتهم مقارنة بما يقضونه فيها خلال حياتهم اليومية، فيما يؤكد 34% من المسافرين في المملكة أن التجارب التي تركز على الراحة واستعادة النشاط والعافية الشاملة ساعدتهم على تطوير ذواتهم من خلال السفر.

ويعكس ذلك توجهاً عالمياً أوسع نحو رحلات تدعم الصحة والعافية بصورة شاملة. وتتزايد أهمية الهواء النقي لدى 79% من المسافرين، وتجارب العافية المرتبطة بالمياه لدى 61%، والعلاجات الحرارية مثل الساونا لدى 54%، وتمارين العافية المرتبطة بالهواء، ومنها تمارين التنفس، لدى 50%، باعتبارها وسائل تساعد على الاسترخاء وتجديد النشاط.

وخلال الأشهر الـ 12 المقبلة، يأمل 29% من المسافرين في المملكة العربية السعودية اكتشاف خيارات جديدة للعافية أو العناية بالذات أثناء رحلاتهم، ما يعكس الإقبال على تجارب سفر تترك أثراً إيجابياً في حياتهم يمتد إلى ما بعد الرحلة ذاتها.

معادلة الثقة في السفر

تواصل التكنولوجيا أداء دور مهم في التخطيط للرحلات، لكن التوصيات الشخصية تظل العامل الأكثر تأثيراً في قرارات السفر. ففي حين يثق 63% من المسافرين حول العالم بالذكاء الاصطناعي لاقتراح أفكار لعطلتهم المقبلة، يثق به 26% فقط من المسافرين في المملكة العربية السعودية لوضع برنامج متكامل للرحلة. ويتجه المسافرون في المملكة إلى استخدام أدوات رقمية جديدة، لكنهم يواصلون منح ثقتهم الأكبر للتوصيات الشخصية، مع تصدر العائلة والأصدقاء قائمة المصادر الأكثر موثوقية للمشورة بشأن السفر.

وبات مستوى العضوية في برامج ولاء السفر من أبرز مؤشرات الخبرة في هذا المجال. ففي المملكة العربية السعودية، يثق 60% من المسافرين بتوصيات أصحاب عضويات النخبة. وأصبح الصديق أو الزميل الذي يحمل عضوية من فئة النخبة في برنامج ولاء بمثابة مستشار السفر غير الرسمي للمجموعة، إذ يحظى بثقة الآخرين بفضل خبرته العملية ومستوى عضويته، ويؤثر في قراراتهم بدرجة تفوق بكثير تأثير الخوارزميات. ويقر 36% من المسافرين بأنهم يشعرون بالغيرة من مستوى عضوية أحد أصدقائهم في برنامج ولاء، ما يعكس تنامي القيمة الاجتماعية لعضويات النخبة وتأثيرها.

وتزداد أهمية الخبرات البشرية بعد وصول المسافرين إلى وجهاتهم. فعلى المستوى العالمي، يثق 70% من المسافرين بتوصيات موظفي الفنادق خلال إقامتهم.

التوجه نحو الرحلات القصيرة

وفي المملكة العربية السعودية، يتغير مفهوم العطلة القصيرة بما يعكس توجهاً أوسع نحو رحلات أكثر مرونة واختيارات مدروسة، إذ يعتبر أكثر من ربع المسافرين أن رحلة تستغرق خمسة إلى ستة أيام تتدرج ضمن هذا التصنيف، وهو أوسع تعريف للرحلات القصيرة بين الأسواق التي شملها التقرير.

ومن المتوقع أن يواصل هذا التوجه تطوره خلال الفترة المقبلة. فمن بين المسافرين في المملكة العربية السعودية الذين يخططون للسفر بوتيرة أكبر خلال الأشهر الـ12 المقبلة، يعتزم 34% الجمع بين الرحلات القصيرة والعطلات الأطول، فيما يخطط 31% لزيادة عدد رحلاتهم القصيرة، ما يعكس تفضيلاً متزايداً لرحلات تنسجم مع التزامات العمل والأسرة والحياة اليومية.

وبدلاً من السفر بوتيرة أقل، بات المسافرون في المملكة العربية السعودية أكثر حرصاً على اتخاذ خيارات مدروسة بشأن كيفية قضاء عطلاتهم، بحثاً عن تجارب تمنحهم قيمة أكبر ومرونة أوسع ورضاً شخصياً، بصرف النظر عن مدة الرحلة.

للمزيد من المعلومات حول تقرير هيلتون لتوجهات السفر لعام 2027، وكيف يتجه المسافرون إلى تجارب أكثر قيمة ومرونة تساعد على استعادة نشاطهم، يرجى زيارة stories.hilton.com/2027trends.
وللبدء في التخطيط للإقامة المقبلة، يرجى زيارة Hilton.com.

-انتهى-

ملاحظات للمحررين:

المنهجية

تستند هذه النتائج إلى استطلاع أجرته شركة "مورنينغ كونسلت" لصالح هيلتون خلال الفترة من 18 مايو إلى 1 يونيو 2026، وشمل عينة إجمالية تضم 14,744 مشاركاً تبلغ أعمارهم 18 عاماً فأكثر ويعتزمون السفر خلال الأشهر الـ12 المقبلة، في الولايات المتحدة والمكسيك والبرازيل وكولومبيا والمملكة المتحدة وألمانيا وتركيا والإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وأستراليا والصين والهند واليابان وكوريا. ويبلغ هامش الخطأ نحو 1% للعينة الإجمالية، فيما يقارب 3% في المتوسط لكل سوق على حدة.

الأسئلة الشائعة

ما البيانات التي استند إليها إعداد تقرير هيلتون لتوجهات السفر لعام 2027؟

يستند تقرير هيلتون لتوجهات السفر لعام 2027 إلى استطلاع عالمي أجرته الشركة بالتعاون مع "مورنينغ كونسلت"، وشمل أكثر من 14 ألف مسافر في 14 دولة، من بينها الإمارات والسعودية.

ما المقصود بـ"استعادة التوازن" في السفر؟

يشير مفهوم "استعادة التوازن" إلى التحول نحو رحلات أكثر توازناً واختيارات مدروسة. بدلاً من السعي وراء "العطلة المثالية"، يمنح المسافرون الأولوية للمرونة والتجارب القيمة والخبرات الموثوقة والعافية، بما يترك أثراً إيجابياً يستمر طويلاً بعد العودة إلى منازلهم.

نبذة عن هيلتون

هيلتون (ورمزها في بورصة نيويورك: HLT) هي شركة رائدة عالمياً في قطاع الضيافة، وتضم محفظتها 28 علامة عالمية المستوى، وينضوي تحت رايتها أكثر من 9,400 فندق ومنتجع وما يقرب من 1.4 مليون غرفة في 144 بلداً وإقليماً. وتسعى شركة هيلتون إلى تحقيق رسالتها الأساسية المتمثلة في نشر أجواء الضيافة ودفئها في أنحاء العالم، بعد أن استضافت أكثر من 4 مليارات ضيف خلال تاريخها العريق الممتد على أكثر من 100 عام. وبصفتها الشركة المتصدرة لقائمة "أفضل أماكن العمل في العالم" الصادرة عن Great Place to Work و Fortune، تسعى هيلتون إلى توفير أفضل بيئة عمل لموظفيها البالغ عددهم 500 ألف شخص حول العالم. وأدخلت هيلتون العديد من التحسينات التكنولوجية الرائدة في القطاع لتحسين تجربة الضيوف، بما في ذلك خاصية مشاركة المفتاح الرقمي Digital Key Share، والترقيات المجانية المؤتمتة للغرف، وإمكانية تأكيد حجز غرف متصلة. ويتيح برنامج الولاء هيلتون أونرز الحائز على عدة جوائز لأكثر من 260 مليون عضو ممن يحجزون إقامتهم مباشرة مع هيلتون، كسب نقاط مقابل إقاماتهم في الفنادق، فضلاً عن خوض تجارب لا تقدر بثمن. ويمكن للضيوف من خلال [تطبيق هيلتون أونرز المجاني على الجوال](#) حجز إقامتهم واختيار الغرفة وتسجيل الوصول وفتح أبواب غرفهم باستخدام المفتاح الرقمي وتسجيل المغادرة، وكل ذلك عبر هواتفهم الذكية. لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة موقع stories.hilton.com، والتواصل مع شركة هيلتون على [فيسبوك](#)، [X](#)، [لينكد إن](#)، [إنستغرام](#) و [يوتيوب](#).