

УДК: 004.9:338.48-52

## **ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ ГЛЭМПИГ КОМПЛЕКСОВ**

**Исламова Г.Г.**, канд.соц.наук., доцент

**Галяев Р.В.**, бакалавр

Башкирский Государственный Аграрный

Университет (БГАУ), г.Уфа, Россия

**Аннотация:** В условиях роста популярности экотуризма и уникальных форматов отдыха глэмпинг-комплексы становятся важной частью туристической индустрии. Цифровые технологии играют ключевую роль в информационном сопровождении таких объектов, обеспечивая эффективное взаимодействие с клиентами, автоматизацию процессов и продвижение услуг.

В данной статье рассматриваются ключевые аспекты цифровизации, включая системы управления бронированием, цифровой маркетинг, технологии Интернета вещей и управление клиентским опытом.

**Ключевые слова:** Цифровые технологии, глэмпинг, информационное сопровождение, автоматизация, цифровой маркетинг, клиентский опыт, электронные ресурсы.

Одним из ключевых направлений применения цифровых технологий в глэмпинг-комплексах является автоматизация процессов управления. Системы управления бронированием (PMS, Property Management Systems), такие как Cloudbeds или Booking Sync, позволяют автоматизировать регистрацию гостей, управление доступностью номеров и обработку платежей. Эти системы интегрируются с онлайн-платформами бронирования (Booking.com, Airbnb), что упрощает доступ к международной аудитории. Использование таких систем снижает затраты времени и труда, обеспечивая оперативное взаимодействие с клиентами.

Цифровой маркетинг играет центральную роль в информационном сопровождении глэмпинг-комплексов. Социальные сети, такие как Instagram и TikTok, становятся основными каналами продвижения благодаря визуальной привлекательности глэмпинга. Создание качественного цифрового контента (фото, видео, виртуальные туры) позволяет привлекать аудиторию и формировать интерес к уникальному опыту отдыха. Например, использование технологий дополненной реальности (AR) для демонстрации интерьеров глэмпинг-домиков помогает клиентам принять решение о бронировании [1].

Цифровые технологии также улучшают клиентский опыт. Чат-боты на базе искусственного интеллекта, интегрированные в мессенджеры или сайты, обеспечивают круглосуточную поддержку клиентов, отвечая на вопросы о бронировании, услугах или дополнительных активностях. Такие решения сокращают нагрузку на персонал и повышают удовлетворенность гостей. Кроме того, системы управления отзывами

(например, Trustpilot) позволяют собирать обратную связь и оперативно реагировать на запросы клиентов, что особенно важно для поддержания репутации глэмпинг-комплекса [2].

SEO-оптимизация и контекстная реклама также способствуют продвижению. Профессионально организованные веб-сайты глэмпинг-комплексов, использующие аналитику (например, Yandex.Metrika), позволяют отслеживать поведение пользователей и оптимизировать стратегии продвижения. Это подтверждается исследованиями в области библиотечных сайтов, где аналогичные технологии применяются для повышения качества информационного обслуживания [3].

Цифровые технологии также улучшают клиентский опыт. Чат-боты на базе искусственного интеллекта, интегрированные в мессенджеры или сайты, обеспечивают круглосуточную поддержку клиентов, отвечая на вопросы о бронировании, услугах или дополнительных активностях. Такие решения сокращают нагрузку на персонал и повышают удовлетворенность гостей. Кроме того, системы управления отзывами (например, Trustpilot) позволяют собирать обратную связь и оперативно реагировать на запросы клиентов, что особенно важно для поддержания репутации глэмпинг-комплекса.

Электронные ресурсы, такие как мобильные приложения, предоставляют гостям доступ к информации о комплексе, включая расписание мероприятий, карты местности и персонализированные предложения. Например, приложение может предлагать экскурсии или активности на основе предпочтений клиента, что повышает уровень персонализации услуг [4].

Цифровые технологии значительно расширяют возможности информационного сопровождения глэмпинг-комплексов, обеспечивая автоматизацию процессов, эффективное продвижение и улучшение клиентского опыта. Использование систем бронирования, IoT, цифрового маркетинга и электронных ресурсов позволяет глэмпинг-комплексам привлекать больше клиентов и повышать их удовлетворенность. Дальнейшее развитие технологий, таких как искусственный интеллект и дополненная реальность, откроет новые перспективы для отрасли, делая глэмпинг еще более привлекательным форматом отдыха

### Литература

1. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван И. Маркетинг: от традиционного к цифровому. Москва. Эксмо, 2018, с. 45-60. URL: <https://www.litres.ru>
2. Князева Н. В. Интеллектуальные информационные системы и технологии. Монография. 3-е изд., стереотипное. Москва. Лань, 2020, с. 112-130. URL: <https://www.litres.ru>
3. Громова Е. В. Индикаторы работы Web-сайта в системе информационного обслуживания пользователей // Научно-технические ведомости СПбПУ. 2019, № 2, с. 25-30. URL: <https://web.snauka.ru>
4. Горбатенко Е. Н., Мануйлов Н. Н. Особенности и тенденции развития цифровой экономики в России // Аудит и финансовый анализ. 2018, № 3, с. 217-221. URL: <https://nsuem.ru>