

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ Тарасовой Алены Андреевны по теме «Кризисные коммуникации в сфере туризма»

Тема, выбранная А.А. Тарасовой для исследования в рамках выпускной квалификационной работы (ВКР), представляется в высшей степени актуальной. Различные аспекты теорий кризисных коммуникаций в настоящее время активно разрабатываются российскими и зарубежными исследователями, а на предлагаемые в их рамках новые практические инструменты существует значительный спрос со стороны практикующих специалистов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций и связей с общественностью.

При достаточно большом объеме зарубежных и российских академических исследований, посвященных кризисам и кризисным коммуникациям в целом, существует не так много работ, фокусирующихся на анализе кризисных ситуаций в туризме и предлагающих профессионалам, работающим на стыке туристской и коммуникационной отраслей, конкретные модели эффективных коммуникаций, которые позволяли бы сгладить последствия кризиса или даже использовать их для улучшения имиджа субъекта коммуникации и его экономических показателей. Попытка такого междисциплинарного теоретико-практического исследования, предпринятая А.А. Тарасовой в представленной ВКР, и существенная академическая смелость магистранта рассматриваются рецензентом в высшей степени положительно.

В первой главе ВКР А.А. Тарасова подробно разбирает академические трактовки понятий «кризис» и «кризисная коммуникация», существующие типологии кризисов и подходы ряда исследователей к теории кризисных коммуникаций. Подобный обзор не только диктуется общими требованиями к магистерской диссертации, но и позволяет в достаточной степени раскрыть многоаспектность кризиса как явления, множественные факторы его возникновения, развития и разрешения, что естественным образом отражается на многообразии практик кризисной коммуникации.

Проанализированный объем академических источников представляется вполне существенным и достаточным в рамках магистерского исследования. Особое внимание автора работы к ситуационной теории Т.Кумбса может обсуждаться в рамках научной дискуссии, но в рамках логики ВКР выглядит в значительной степени обоснованным, поскольку подчеркивается её универсальный характер.

Во второй главе исследования А.А. Тарасова предпринимает попытку описания коммуникационного аспекта глобальной туристской индустрии, основных технологий и инструментов, используемых различными акторами туристской деятельности, выделяет специфические особенности функционирования сферы туризма в России в целом и в Санкт-Петербурге в частности. Автору ВКР успешно удалось типологизировать основные коммуникационные стратегии для разных сегментов туристического рынка, подчеркнуть их различие в целях и подходах к коммуникациям, т.ч. кризисным.

Рецензенту представляются дискуссионными определенные выводы, сделанные А.А. Тарасовой при анализе основных тенденций развития сферы туризма в России и Санкт-Петербурге, а также степень его системности, однако в рамках профиля магистерской программы обучающегося это в малой степени влияет на решение поставленных в рамках ВКР исследовательских задач.

В третьей главе ВКР А.А. Тарасова обращается непосредственно к кризисам и кризисным ситуациям в туризме, анализируя как академические источники (которых, повторимся, совсем немного), так и основополагающие для отрасли документы международных организаций – в частности, «Руководство к действию в кризисных ситуациях для индустрии туризма» Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

Магистрант рассматривает несколько практических кейсов различного масштаба, в которых участники кризисов (от целой страны до отдельного объекта туристской инфраструктуры) демонстрируют различные подходы к кризисным коммуникациям в туризме. Выводы А.А. Тарасовой (зависимость степени активности реализации антикризисных коммуникаций и степени ответственности компании, оперативность как основной показатель качества антикризисной коммуникации в туризме, фокус на онлайн-среде и взаимодействие с конечными потребителями в ходе кризиса) представляются логически верными, интересными и в целом подтверждаются практическим опытом рецензента в туристской сфере.

К несомненным достоинствам представленной ВКР необходимо отнести: существенный объем использованных источников, в значительной степени успешную попытку междисциплинарного анализа, последовательность и внятность изложения, верные выводы, которые могут быть использованы как в практике кризисных коммуникаций в сфере туризма, так и для дальнейшей исследовательской работы.

В то же время ВКР А.А. Тарасовой обладает определенными недостатками. Сложность и широта заявленной темы вкупе с необходимостью не превысить разумный для магистерского исследования объем иногда приводит автора к невозможности в должной степени описать специфику кризисных коммуникаций для различных типов игроков отрасли на разных уровнях (например, остановиться на особенностях кризисной коммуникации в Санкт-Петербурге, хотя анализ городской сферы туризма проведен сам по себе вполне корректно). В работе также хотелось бы видеть акцент на «каскадном» характере кризисных коммуникаций в туризме, когда каждый из стейкхолдеров, чья репутация подвергается риску, может реализовывать в одном и том же кризисе подходы, отличные по целям, задачам и методам от других участников кризиса. В ВКР присутствуют недочеты в оформлении, избыточный синтаксис, другие погрешности.

Однако в то же время исследование А.А. Тарасовой отличается значительной научной новизной, производит впечатление проработанного и завершенного, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к магистерской диссертации, в связи с чем в случае успешной защиты заслуживает высокой положительной оценки.

заместитель директора
Северо-Западного регионального отделения
Российского союза туристской индустрии

Румянцев Павел Сергеевич



Подпись

«23» мая 2018 г.