

УДК 366.12

JEL D12, F5, D03

DOI: <http://doi.org/10.25728/econbull.2021.3.5-shaposhnikov>

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ ВАКЦИНАЦИИ ПРОТИВ КОРОНАВИРУСА

Шапошников Артем Михайлович

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации, Москва, Россия,*

e-mail: horen25@mail.ru; SPIN-код: 7451-6291, <https://orcid.org/0000-0003-3720-2725>

Аннотация: В мае-июне 2021 г. автор статьи провели исследование на тему: «Отношение россиян к вакцинации против коронавируса». В статье приводится анализ полученных данных в контексте сравнительных результатов других аналогичных исследований и определяются дальнейшие направления исследования в данной области. Основной причиной недостаточного охвата населения РФ в ходе кампании по вакцинации является недоверие к прививке, в статье даются рекомендации по дальнейшему информированию населения обо всех аспектах вакцинации.

Ключевые слова: поведенческая экономика, вакцинация, индекс человеческого капитала, потребительская активность, смертность.

CONSUMER PERCEPTION OF CORONAVIRUS VACCINATION

Shaposhnikov Artem Mikhailovich

*The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Moscow, Russia,*

e-mail: horen25@mail.ru; SPIN: 7451-6291, <https://orcid.org/0000-0003-3720-2725>

Abstract: In May-June 2021, the authors of the article conducted a study on the topic: "The attitude of Russians to vaccination against coronavirus." The article provides an analysis of the data obtained in the context of comparative results of other similar studies and defines further directions of research in this area. The main reason for the insufficient coverage of the population of the Russian Federation during the vaccination campaign is distrust of vaccination; the article provides recommendations for further informing the population about all aspects of vaccination.

Keywords: behavioral economics, vaccination, human capital index, consumer activity, mortality

Введение: Анализируя экономическую ситуацию в России и ситуацию и последствия с пандемией Ковид-19 мы видим следующие предпосылки:

1. На сегодняшний день в России разработано уже 5 вакцин от коронавируса. Тем не менее, уровень вакцинированного населения в стране очень низкий. Вакцинация от коронавируса в России началась 15.12.2020. На 21.09.2021 в России вакцинировано 32,25%, полностью вакцинировано (получили все дозы, предписанные протоколом вакцинации) 28,11%. Тогда как, в некоторых странах уже идет второй этап вакцинации, т.е. люди получают повторные дозы вакцины. На Мальте полностью вакцинировано 94,51% населения, в ОАЭ 80,41%, в Испании

77,15%, в Китае 71,02%, в Италии 66,17% и т.д. Можно констатировать, что кампания по вакцинации в России провалена.

2. На фоне продолжающейся пандемии коронавируса все больше внимания уделяется росту смертности в России. За первое полугодие 2021 г. естественная убыль населения России составила 421,9 тыс. человек, говорится Росстата. В этот период родились 678,1 тыс. человек, умерли 1,1 млн. За аналогичный период 2020 года естественная убыль составляла 265,5 тыс. человек, то есть на 59% меньше. Уровень рождаемости остался примерно на том же уровне. Уровень смертности в 2021 г. увеличился на 16,2% [1]. За период с 1950 г. наибольшие показатели естественной убыли населения были отмечены в 2000 и 2001 гг. 6,6%. В 2020 г. этот показатель составил 4,8%. Т.е. после положительной динамики 2012 – 2015 гг., когда показатели естественного прироста населения имели положительное значение, в 2020 г. был наихудший показатель за последние 13 лет. Как отмечает в своем исследовании А.Г. Аганбегян, по общему показателю увеличения смертности в 2021 году по сравнению с предшествующим годом Россия лидирует среди крупных стран наряду с США. В 2020 году прирост общей смертности составил 324 000 человек, в то время как в последние годы у нас смертность ежегодно снижалась почти на 30000 человек. Таким образом, размер упущенной смертности составил около 324 000 человек. В Германии, Японии, Южной Корее, Израиле, Швейцарии и некоторых других странах смертность практически не повысилась за время пандемии, в то время как в предшествующие годы она, естественно, снижалась [2]. Около 80% смертей в трудоспособном возрасте приходится на мужчин, основными причинами смертности мужчин в возрасте 40–65 лет являются социально-значимые заболевания, такие как болезни сердечно-сосудистой системы и онкология [3]. Причем ситуация схожа и в России, и в мире в качестве причины смерти лидирующими являются болезни системы кровообращения и онкологические заболевания.

3. Для общей оценки сложившейся ситуации с пандемией и вакцинацией от коронавируса важно проанализировать некоторые показатели.

Так, в 2020 г. Всемирный банк оценил индекс человеческого капитала в России в 68%, определив страну на 41-е место среди 174 стран мира. Возглавляют рейтинг Сингапур (88%), Гонконг (81%) и Япония (80%). Доля человеческого капитала в общем богатстве страны составила 46%, тогда как в среднем в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) этот показатель равен 70% [4].

4. Еще один важный показатель – индекс здоровья – разработали ученые МГУ на основе изучения показателей здоровья жителей различных регионов страны и сравнив их с общемировыми. Согласно полученным данным, высокие значения ВВП в наиболее развитых регионах России вовсе не является показателем медицинского благополучия. Без преодоления имеющейся существенной неоднородности в системе здравоохранения невозможно повысить качество жизни граждан [5]. Было подтверждено наличие сильного расслоения по отдельным регионам России как по доходам, так и по доступу к медицинской помощи и лекарствам. Показатели здоровья остаются на довольно низком уровне, по мнению Таким образом, на фоне недостаточного охвата населения высококвалифицированной медицинской помощью, ростом естественной убыли населения, довольно низкой по сравнению со странами ОЭСР долей человеческого капитала в общем богатстве страны в России наблюдается отставание от других

стран в части вакцинации от коронавируса. В этих условиях актуальным представляется анализ потребительского восприятия вакцинации от коронавируса.

Цель данной статьи: проанализировать потребительскую активность россиян в части вакцинации от коронавируса, выявить уровень потребительского доверия и факторы, его определяющие, а также предложить рекомендации по исправлению ситуации.

Методология исследования базируется на общенаучных методах: синтез, анализ и описание. Эмпирическая база основана на результатах проведенного исследования на тему «Отношение россиян к вакцинации против коронавируса»

Материалы и методы исследования. В период с 04.05.2021 по 13.06.2021 было проведено исследование на тему: «Отношение россиян к вакцинации против коронавируса». Исследование проводилось методом опроса.

Анкета включает 21 вопрос. В опросе приняли участие 645 человек: из них 467 женщин, 171 мужчина, 7 человек пол не указали. Возрастная структура выборки представлена на рис. 1. Структура выборки по уровню образования представлена на рис. 2.

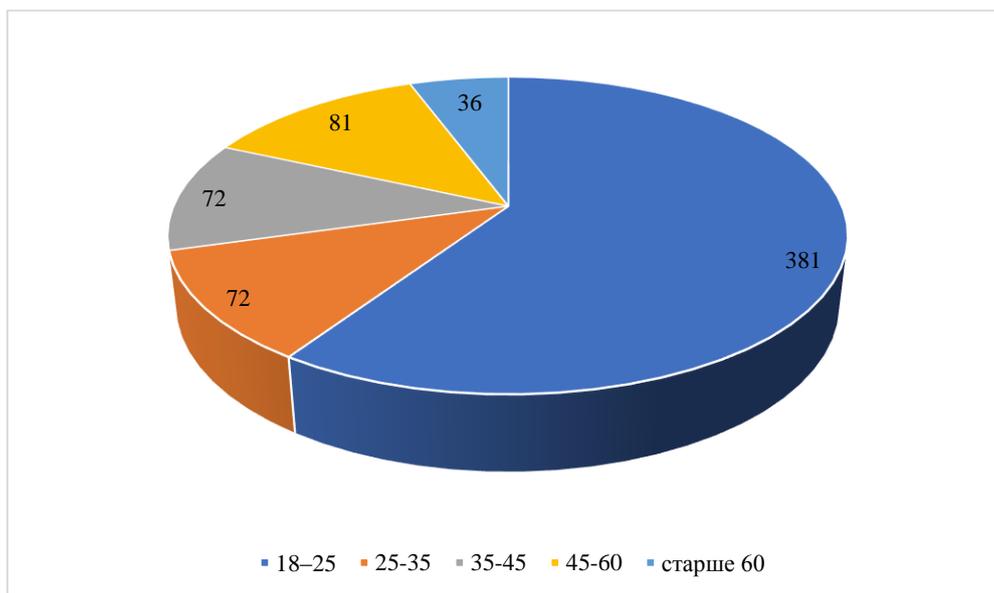


Рис. 1. Возрастная структура выборки

Источник: составлено автором



Рис. 2. Структура выборки уровню образования
Источник: составлено автором

Из числа опрошенных 260 участников исследования проживают в Краснодарском крае, 159 – в Москве и Московской области, 226 – в других регионах России.

Результаты. Обработка результатов опроса методами описательной статистики показала, что 467 человек (72,41%) находились на карантине с 01.03.2020, 175 человек из опрошенных 645 (27,14%) на карантине не были. 3 человека не дали ответ. 197 (30,55%) переболели коронавирусом, 443 респондента (68,69%) не болели, 5 человек не дали ответ. 67 человек (10,39%) момент проведения опроса сделали прививку от коронавируса, 572 человека (88,69%) не сделали, 6 человек не дали ответ. 67 человек имеют противопоказания к вакцинации, 222 человека не имеют, 356 человек не знают о наличии/отсутствии у них противопоказаний.

Для проверки того, какие факторы (пол, возраст, уровень образования и т.д.) влияют на принятие решения о вакцинировании, использовался метод расчета таблиц кросс-табуляции. Предварительно выборка была очищена от пропусков. Для того, чтобы сохранить больше данных в выборке, удаление пропущенных данных производилось для каждой пары переменных отдельно. Результаты расчетов приведены в таблице 1.

Таблица 1

Факторы, влияющие на принятие решения о вакцинации

Переменная 1	Переменная 2	χ^2	p-уровень	N (размер выборки)
Пол	Вакцинация	1,4423	0,22977	633
Возраст		14,2564	0,00548	638
Образование		18,02198	0,00292	635
Опыт карантина		1,945667	0,16305	637
Регион		4,268412	0,11834	639

Источник: составлено автором

Для определения, является ли статистически значимой связь между полом респондента и тем, вакцинирован он или нет, использовались таблицы кросс-табуляции. Предварительно из выборки были удалены пропуски (ответы, где респондент не указал свой пол, либо не указал, вакцинирован он или нет). Всего в выборке осталось 633 ответа. Доля вакцинированных среди мужчин составляет 13,02%, среди женщин – 9,7%. Однако эта разница не является статистически значимой, так как уровень статистической значимости p критериальной статистики χ^2 составляет 0,22977.

После удаления пропусков для проверки зависимости вакцинации от возраста в выборке осталось 638 ответов. Зависимость между возрастом и вакцинацией респондента является статистически значимой на уровне $p < 0,01$. Среди первой возрастной группы (18–25 лет) доля вакцинированных составляет всего 7,63%, среди второй возрастной категории (25–35 лет) еще ниже – 7,04%, в третьей возрастной категории (35–45 лет) доля вакцинированных уже 16,9%, в четвертой (45–60) – 17,28%, в пятой (старше 60 лет) – 20%.

Что касается взаимосвязи уровня образования и наличия вакцины, то после удаления пропусков для проверки зависимости вакцинации от уровня образования в выборке осталось 635 ответов. Самый низкий процент вакцинированных среди респондентов, имеющих неоконченное высшее образование (4,42%), а самый высокий – среди респондентов, имеющих послевузовское образование (26,32%). Среди остальных групп респондентов доля вакцинированных примерно одна и та же 11,5 – 12,5%. Тем не менее, выявленные различия являются статистически значимыми. Значение p -уровня критериальной статистики χ^2 менее 0,01.

Зависимость между тем, был ли респондент на карантине, и вакцинирован ли он (теоретически, психологические последствия карантина могут вызывать желание вакцинироваться), не является статистически значимой. Значение p -уровня критериальной статистики χ^2 больше 0,1.

Зависимость между регионом проживания респондента и вакцинацией оказалась не статистически значимой. Значение p -уровня критериальной статистики χ^2 больше 0,1.

Ответы на вопрос «Если не вакцинировались, то какая причина» распределились следующим образом:

- не хочу – 200;
- не доверяю прививке – 216;
- боюсь последствий прививки – 205;
- не указали причину – 139;
- не дали ответ – 68.

В таблице 2 представлены данные о причинах, по которым респонденты сделали прививку от коронавируса.

Таблица 2

Причины, побудившие сделать прививку от коронавируса

Вариант ответа	Количество человек	Процент
Не хочу заболеть	76	11,78%
Для путешествий	2	0,31%
На всякий случай	25	3,88%
Обязали на работе	11	1,71%
По состоянию здоровья	3	0,47%
Ради безопасности родных	1	0,16%
Не вакцинировался	37	5,74%
Планирую вакцинироваться позже	2	0,31%
Нет ответа	500	77,52%

Источник: составлено автором

При каких условиях респонденты готовы сделать прививку (опрос проводился до введения обязательной вакцинации для отдельных отраслей экономики и для отдельных регионов) (таблица 3).

Таблица 3

Условия, при которых респонденты готовы вакцинироваться

Вариант ответа	Количество человек	Процент
Для возможности выезда за границу	310	48,06%
При введении штрафа за отказ от вакцинации	136	21,09%
При введении денежной мотивации	127	19,69%
При введении дополнительного дня отпуска	41	6,36%
Нет ответа	175	27,13%

Источник: составлено автором

47 респондентов (7,29%) отметили, что введение материальной мотивации не повлияет на их решение о вакцинации, 8 человек (1,24%) готовы сделать прививку за вознаграждение до 10 тыс. руб., 245 человек (37,99%) за вознаграждение от 10 до 100 тыс. руб., 20 человека (0,31%) за сумму 100–500 тыс. руб., 135 человек (20,93%) оценили свою готовность вакцинироваться в сумму более 500 тыс. руб., 207 человек (32,10%) не дали ответа.

Ответы на вопрос о боязни последствий вакцинации распределились следующим образом (таблица 4).

Таблица 4

Каких последствий вакцинации боятся респонденты

Вариант ответа	Количество человек	Процент
не знаю	1	0,16%
самой прививки	1	0,16%
обострения хронических заболеваний	340	52,71%
нарушений репродуктивной функции	4	0,62%
ухудшения здоровья	7	1,09%
тяжелого протекания болезни	252	39,07%
ничего не боюсь	5	0,78%
неизвестности, непредсказуемости	3	0,47%
боюсь заразить близких	6	0,93%
летального исхода	298	46,20%
другое	9	1,40%
нет ответа	77	11,94%

Источник: составлено автором

Ответы на вопрос о возможном введении штрафа за отказ о вакцинации распределились следующим образом: 39 человек (6,05%) против штрафа; 29 человек (4,5%) считают, что введение штрафа не повлияет на решение о том делать вакцину или нет, 4 человека (0,62%) полагают, что сумма не важна, важно само наличие штрафа, 45 человек (6,98%) считают что штраф должен быть до 5000 руб., по мнению 313 респондентов (48,53%) полагают, что будет иметь действие штраф в пределах 5–1000 тыс. руб., еще 83 респондента (12,87%) считают, что штраф должен быть свыше 100 тыс. руб., 132 человека (20,47%) не дали ответ.

452 респондента (70,08%) полагают, что решение о вакцинации – это личное дело каждого, 57 человек (8,84%) считают, что все должны сделать прививку, 131 человек (20,31%) считают, что это зависит от состояния здоровья, 5 человек (0,78%) не дали ответа.

Кто должен принимать решение о прививке, если она будет обязательной? Ответы на этот вопрос представлены в таблице 5.

Таблица 5

Кто может принимать решение об обязательной вакцинации

Вариант ответа	Количество человек	Процент
Лечащий врач	1	0,16%
Никто не может обязать делать прививку	443	68,68%
Министерство здравоохранения	146	22,64%
Роспотребнадзор	31	4,81%
Органы местного самоуправления	34	5,27%
Органы государственного управления	75	11,63%
Нет ответа	16	2,48%
Лечащий врач	1	0,16%

Источник: составлено автором

456 человек (70,70%) расценивают введение обязательной вакцинации как нарушение прав человека, 97 респондентов (15,04%) так не считают, 92 человека (14,27%) воздержались от ответа.

Распределение ответов на вопрос «В магазине, общественном транспорте, театре и т.д. Вас просят надеть маску, как вы это расцениваете?» представлено в табл. 6. На вопрос о влиянии ситуации с коронавирусом на финансовое положение, респонденты дали ответы, представленные в табл. 7.

Таблица 6

Отношение респондентов к напоминанию надеть маску

Показатель	Количество человек	Процент
Нормально. Таков порядок	493	76,43%
Маски не помогают	104	16,12%
Маски нужно носить постоянно	24	3,72%
Это недопустимо, это ограничивает мою свободу	29	4,50%
Если я этого не сделаю закроют магазины, отменят работу общественного транспорта, закроют другие заведения	111	17,21%
Нет ответа	6	0,93%

Источник: составлено автором

Таблица 7

Влияние ситуации с коронавирусом на финансовое положение респондентов

Показатель	Количество человек	Процент
Не повлиял	293	45,43%
Повлиял незначительно	1	0,16%
Финансовое положение ухудшилось	281	43,57%
Финансовое положение улучшилось	10	1,55%
Я не могу самостоятельно справиться со сложившейся финансовой ситуацией	46	7,13%
Не хочу отвечать	3	0,47%
Нет ответа	11	1,71%

Источник: составлено автором

Примерно равное количество респондентов дали ответ об ухудшении финансового положения под влиянием пандемии коронавируса (43,57%) и о том, что их положение не изменилось (45,43%). 7,13% (46 человек) ответили, что не могут самостоятельно справиться со сложившейся финансовой ситуацией. Аналогичные результаты получены в исследовании, которое проводилось авторами зимой 2020/2021 гг.: 47% респондентов не заметили изменений в связи с карантином, у 42% финансовое положение немного ухудшилось [11].

86 респондентов (13,34%) считают, что необходимо опять ввести ограничительные меры, 548 человек (84,97%) считают это излишним, 11 человек (1,71%) не дали ответа.

Выводы. По результатам нашего исследований только 10,39% респондентов сделали прививку на момент проведения опроса. 33,49% опрошенных не доверяют прививке, еще 31,78% боятся последствий. Результаты нашего исследования коррелируют с данными, полученными в ряде других исследований: опрос, проведенный J.L. Saleska и K.R. Choi в конце 2021 г. [7], опрос ВЦИОМ «Вакцинация с элементами обязательности: за и против», проведенный в июне 2021 г. [8], опрос среди пользователей приложения-мессенджера Viber, посвященный отношению к вакцинации, проведенный также летом 2021 г. [9]. Все исследователи, и мы с ними солидарны, отмечают недостаточный уровень доверия населения к вакцинам.

В документе Всемирной организации здравоохранения «Вакцинация и доверие: как возникает озабоченность и роль коммуникации в смягчении кризисных ситуаций», опубликованном еще в 2017 году, говорится: «Основываясь на опыте стран, этот документ утверждает, что население, которое понимает риск и выгоды, связанные с вакцинами и управляемыми инфекциями, и будучи информированным о вариантах потребности в вакцинации, является более восприимчивым к страху в отношении безопасности вакцины и меньше верит необоснованным слухам или не поддерживает их распространение» [10]. Представляется, что в ситуации с вакцинацией от коронавируса это утверждение очень актуально. На наш взгляд, необходимо четко следовать рекомендациям ВОЗ в части информирования населения обо всех аспектах вакцинации:

1. Осуществлять жесткие плановые коммуникации по созданию осведомленности и знаний в отношении рисков и пользы, связанных с иммунизацией и болезнями. В нашей стране информирование население о самом заболевании и о вакцинации, на наш взгляд, проведено на очень низком уровне.

Много противоречивой и даже недостоверной информации, которую, зачастую преподносят люди, далекие от медицины. В данном случае необходима полная и правдивая информация как о самом заболевании COVID-19, так и о вакцинах, их преимуществах, в том числе и о характеристиках каждой из существующих вакцин.

2. Проводить исследования, проводить мониторинг точек зрения, препятствий для проведения иммунизации и рекомендаций для нее в разных группах населения и изучать их природу. Так, в частности, по результатам нашего исследования выявлено, что более половины респондентов (52,17%) боятся обострения хронических заболеваний вследствие вакцинации. Тем не менее, на сегодняшний день отсутствует единый перечень противопоказаний к прививке на основе имеющихся хронических заболеваний, что в свою очередь вызывает непонимание у потребителей и, как следствие, отказ от прививки. На наш взгляд, наличие полного перечня противопоказаний для всех вакцин от коронавируса уменьшило бы недоверие потребителей и способствовало бы более полному охвату населения вакцинированием.

3. Проводить мониторинг мнения населения в отношении иммунизации и выстраивать коммуникации соответствующим образом. Исследования отношения населения к вакцинации проводятся, именно этому посвящена и наша статья. Необходимо использовать результаты подобных исследований в дальнейшей работе по вакцинации и профилактике коронавируса. 48,06 респондентов в ходе проведенного авторами исследования отметили, что готовы сделать прививку для возможности выезда за границу. На самом деле, одной из причин отказа потребителей от вакцины является то, что она не признается рядом зарубежных стран. Ожидается, что российская вакцина «Спутник V» в ближайшее время может быть одобрена Всемирной организацией здравоохранения.

4. В краткосрочном периоде потребитель переходит на товары первой необходимости в своей потребительской корзине. Становятся наиболее востребованными средства гигиены, медицинская продукция, маски, перчатки, а также алкогольная и табачная продукция, которая в условиях изоляции и паники потребляется в больших объемах, в связи с чем необходимо принимать во внимание страхи покупателя и предоставлять информацию о качестве и безопасности продукции и использовать в маркетинге и рекламе; [11]

5. В условиях затяжных ограничений и отсутствии возможности свободно путешествовать, потребитель отдает предпочтение разумному накоплению, соответственно следует трансформировать подходы к лояльности: обеспечить первоклассные отношения с клиентами – вложения в передовые технологии (системы) управления взаимоотношениями с клиентом, укреплять доверие через общение, и обеспечить стимулы для новых покупателей;

6. Стремительно и резко изменились формы работы, стали преобладать гибридные формы трудоустройства, в связи с чем расходы на маркетинг должны отражать и это.

Данные рекомендации позволят, на наш взгляд, повысить лояльность потребителей к вакцинации от коронавируса, но их выполнении лежит за рамками деятельности отдельных предприятий, проведенное исследование адресовано специалистам в области маркетинга, ритейла, электронной коммерции, а так и местным бизнес-структурам для корректировки своих стратегий, поскольку предложенные рекомендации позволяют учесть изменения поведения покупателей на фоне пандемии и карантинных ограничений. В свою очередь на уровне

отдельных хозяйствующих субъектов важно сохранять и повышать доверие потребителей. Сделать это в ситуации пандемии возможно, в первую очередь, посредством использования передовых технологий (систем) управления взаимоотношениями с клиентом, укрепления доверия через общение и разъяснительные мероприятия.

При формировании потребительских предпочтений следует учитывать важность обеспечения личной безопасности потребителей, а также возросшую рациональность покупок. Следует внедрять и развивать новый клиентский опыт в маркетинге: изменение планировки и ассортимента предложения магазинов, перевод части или полностью продаж в он-лайн формат, предложение более длительного графика работы, обеспечение омниканальности. [11]

Основным выводом, который можно сделать на данный момент, мы считаем следующее. Причиной недостаточного охвата населения вакцинацией является низкий уровень доверия: к самой вакцине, к информации о коронавирусе, к медицине. Важно повышать лояльность потребителей на уровне каждого предприятия и бизнес-структуры. В дальнейших исследованиях планируем продолжить изучение потребительского восприятия и доверия потребителей и на их основе разработать рекомендации для производственных и торговых предприятий, маркетинговых служб, функционирующих в условиях пандемии.

Литература

1. Росстат раскрыл показатели смертности в первом полугодии 2021 года // <https://lenta.ru/news/2021/08/10/smertnost/>.
2. Академик Абел Аганбегян: «Миф о том, что мы прошли пандемию легче других, – это популизм» // <http://www.sib-science.info/ru/institutes/akademik-aganbegyan-13032021>.
3. Демография России: факторы влияния // https://www.vedomosti.ru/press_releases/2021/06/23/demografiya-rossii-faktori-vliyaniya.
4. Насколько богата Россия? Комплексная оценка богатства России с 2000 по 2017 годы // <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/russia/publication/how-wealthy-is-russia>.
5. Салькова А. Ученые выяснили, где живут самые здоровые россияне // https://www.gazeta.ru/science/news/2021/08/03/n_16333886.shtml.
6. Естественное движение населения Российской Федерации – 2020 г. // https://gks.ru/bgd/regl/b20_106/Main.htm.
7. Saleska J.L., Choi K.R. A behavioral economics perspective on the COVID-19 vaccine amid public mistrust // *Translational Behavioral Medicine*. 2021. Vol. 11. I. № 3. P. 821 – 825.
8. Вакцинация с элементами обязательности: за и против // <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vakcinacija-s-ehlementami-objazatelnosti-za-i-protiv>.
9. Viber узнал об отношении россиян к вакцинации от COVID-19 // <https://retail-loyalty.org/news/viber-uznal-ob-otnoshenii-rossiyan-k-vaktsinatsii-ot-covid-19/>.
10. Всемирная организация здравоохранения. Европейское региональное бюро. (2017). Вакцинация и доверие: как возникает озабоченность и роль коммуникации в смягчении кризисных ситуаций. Всемирная организация здравоохранения. Европейское региональное бюро // <https://apps.who.int/iris/handle/10665/343300>.
11. Дубовик М.В., Шапошников А.М. Влияние пандемии covid-19 и карантина на потребительское поведение в России // *Друкеровский вестник*. 2021. № 3. С. 146 – 166.
12. В каких ведущих странах мира ввели обязательную вакцинацию // <https://www.rbc.ru/politics/29/06/2021/60d5ba639a794792d3bfb500>

References

1. Rosstat disclosed mortality rates in the first half of 2021 // <https://lenta.ru/news/2021/08/10/smernost/>.
2. Academician Abel Aganbegyan: “The myth that we passed the pandemic easier than others is populism” // <http://www.sib-science.info/ru/institutes/akademik-aganbegyan-13032021>.
3. Demography of Russia: factors of influence // https://www.vedomosti.ru/press_releases/2021/06/23/demografiya-rossii-faktori-vliyaniya.
4. How rich is Russia? Comprehensive assessment of Russia's wealth from 2000 to 2017 // <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/russia/publication/how-wealthy-is-russia>.
5. Salkova A. Scientists have found out where the healthiest Russians live // https://www.gazeta.ru/science/news/2021/08/03/n_16333886.shtml.
6. Natural movement of the population of the Russian Federation - 2020 // https://gks.ru/bgd/regl/b20_106/Main.htm.
7. Saleska J.L., Choi K.R. A behavioral economics perspective on the COVID-19 vaccine amid public mistrust // *Translational Behavioral Medicine*. 2021. Vol. 11. I. No. 3. P. 821 - 825.
8. Vaccination with mandatory elements: pros and cons // <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vakcinacija-s-ehlementami-objazatelnosti-za-i-protiv>.
9. Viber learned about the attitude of Russians towards vaccination against COVID-19 // <https://retail-loyalty.org/news/viber-uznal-ob-otnoshenii-rossiyan-k-vaktsinatsii-ot-covid-19/>.
10. World Health Organization. Regional Office for Europe. (2017). Vaccination and Trust: How Concerns Arise and the Role of Communication in Mitigating Crisis Situations. World Health Organization. Regional Office for Europe // <https://apps.who.int/iris/handle/10665/343300>.
11. Dubovik M.V., Shaposhnikov A.M. The impact of the covid-19 pandemic and quarantine on consumer behavior in Russia // *Drukerovskiy Vestnik*. 2021.No. 3.P. 146 - 166.
12. Which leading countries of the world have introduced compulsory vaccination // <https://www.rbc.ru/politics/29/06/2021/60d5ba639a794792d3bfb500>

Поступила в редакцию 10 ноября 2021 г.