

ОТНОШЕНИЕ К ВАКЦИННЫМ ПАСПОРТАМ

Исследование Ipsos для Всемирного Экономического Форума

Сбор данных 26 марта – 9 апреля 2021
[Полная версия отчета \(на английском языке\)](#)

GAME CHANGERS



МНЕНИЯ О ВАКЦИННЫХ ПАСПОРТАХ ОТ COVID-19

ГЛОБАЛЬНОЕ СРЕДНЕЕ

Вопрос. Насколько вы согласны или не согласны со следующими утверждениями, касающимися «паспортов вакцинации от COVID-19» или аналогичных сертификатов о состоянии здоровья:

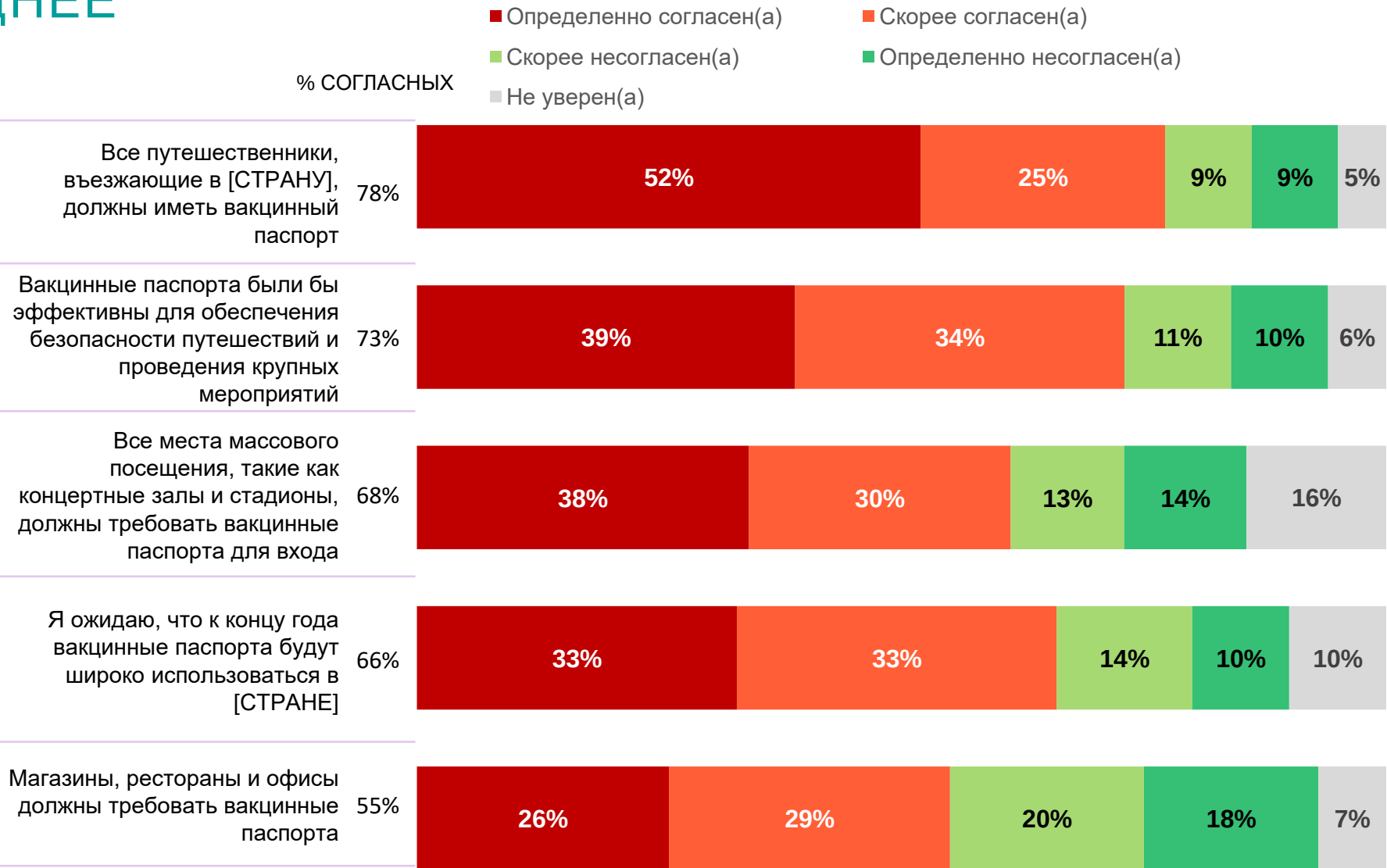
В среднем в 28-ми включенных в исследование странах примерно 3 из 4-х опрошенных согласны, что вакцинные паспорта нужно требовать от путешественников для въезда в их страну, и что такие паспорта будут эффективны для обеспечения безопасности путешествий и проведения крупных мероприятий. Двое из трех говорят, что такие документы нужно требовать для доступа в места массового посещения, а также ожидают, что к концу года они станут массово использоваться в их стране.

Однако только половина (55%) согласны с тем, что вакцинные паспорта необходимы для посещения магазинов, ресторанов и офисов.

Отношение к таким паспортам мало зависит от пола, но, как правило, принятие выше среди пожилых людей и людей с более высоким уровнем образования.

*База: 21,011 взрослых 16-74 лет из 28 стран
* Онлайн-выборка в Бразилии, Чили, континентальном Китае, Колумбии Гонконге, Индии, Малайзии, Мексике, Перу, России, Саудовской Аравии, Южной Африке и Турции включает преимущественно городских жителей с более высоким уровнем образования и уровнем доходов, чем население в целом.*

Сбор данных: 26 марта – 9 апреля 2021





МНЕНИЯ О ВАКЦИННЫХ ПАСПОРТАХ ОТ COVID-19

ДАННЫЕ ПО РОССИИ

По всем заданным об отношении к вакцинным паспортам вопросам Россия входит в тройку стран с самым низким уровнем согласия с введением вакцинных паспортов.

Так, 59% опрошенных в России одобряют требование вакцинного паспорта для въезда в свою страну (глобально – 78%).

Примерно каждый второй считает, что вакцинные паспорта эффективны для обеспечения безопасности путешествий и при проведении крупных мероприятий (глобально – 73%).

Только каждый третий поддерживает требование вакцинных паспортов для посещения массовых мероприятий, а также ожидает широкого распространения вакцинных паспортов в стране (глобально значение приближается к 70% по этим двум вопросам).

Только каждый пятый видит смысл требовать вакцинные паспорта в магазинах, ресторанах и офисах.

*База: Взрослое население 16-74 лет в России. N=500.
* Онлайн-выборка в России включает преимущественно городских жителей с более высоким уровнем образования и уровнем доходов, чем население в целом.*

Сбор данных: 26 марта – 9 апреля 2021



УРОВЕНЬ КОМФОРТА ОТ ДОСТУПА ОРГАНИЗАЦИЙ К ИНФОРМАЦИИ О ЛИЧНОМ ЗДОРОВЬЕ И ВАКЦИНАЦИИ

ГЛОБАЛЬНОЕ СРЕДНЕЕ

Вопрос. Насколько вам будет комфортно, если следующие лица или компании получат доступ к вашим личным данным об истории здоровья и вакцинации?

В среднем по всем 28-ми включенным в исследование странам 84% опрошенных говорят, что им будет комфортно предоставить доступ к своим личным данным о здоровье и вакцинации врачам.

Более половины работающих (56%) готовы поделиться такими данными со своим работодателем. Половина (50%) готовы поделиться медицинской информацией с правительствами своих стран, и только 4 из 10 – с частными компаниями.

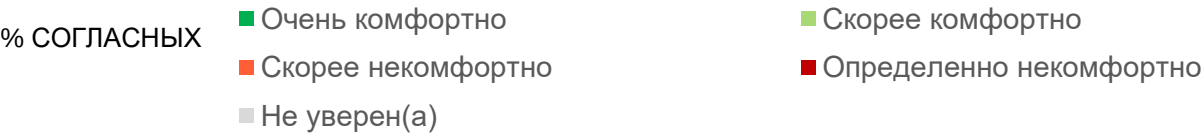
В целом, пожилым людям более комфортно, чем молодым людям дать доступ своему врачу к информации об их личном здоровье и вакцинации.

Напротив, молодые люди в большей степени готовы разрешить доступ к медицинской информации своему работодателю, правительству и частным компаниям.

Людям с более высоким уровнем образования немного комфортнее, если их врач, правительство и частные компании имеют доступ к данным об их здоровье, чем людям с более низким уровнем образования.

База: 21,011 взрослых 16-74 лет из 30 стран
* Онлайн-выборка в Бразилии, Чили, континентальном Китае, Колумбии Гонконге, Индии, Малайзии, Мексике, Перу, России, Саудовской Аравии, Южной Африке и Турции включает преимущественно городских жителей с более высоким уровнем образования и уровнем доходов, чем население в целом.

Сбор данных: 26 марта – 9 апреля 2021



Ваш врач 84%



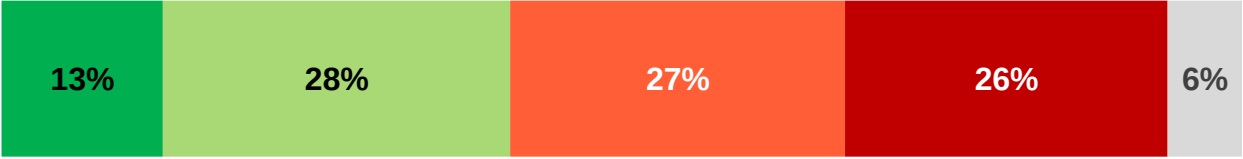
Ваш работодатель [для работающих] 56%



Правительство вашей страны 50%



Частные компании (например, технологические компании, авиакомпании, отели и т.д.) 40%





УРОВЕНЬ КОМФОРТА ОТ ДОСТУПА ОРГАНИЗАЦИЙ К ИНФОРМАЦИИ О ЛИЧНОМ ЗДОРОВЬЕ И ВАКЦИНАЦИИ

ДАННЫЕ ПО РОССИИ

% СОГЛАСНЫХ

- Очень комфортно
- Скорее комфортно
- Скорее некомфортно
- Определенно некомфортно
- Не уверен(а)

Среди всех опрошенных стран люди в России демонстрируют один из самых низких уровней доверия к персонам или организациям. Включенным в исследование, в части комфорта предоставления медицинской информации.

Самый высокий уровень комфорта приходится на врачей (67%). Глобально – 84%.

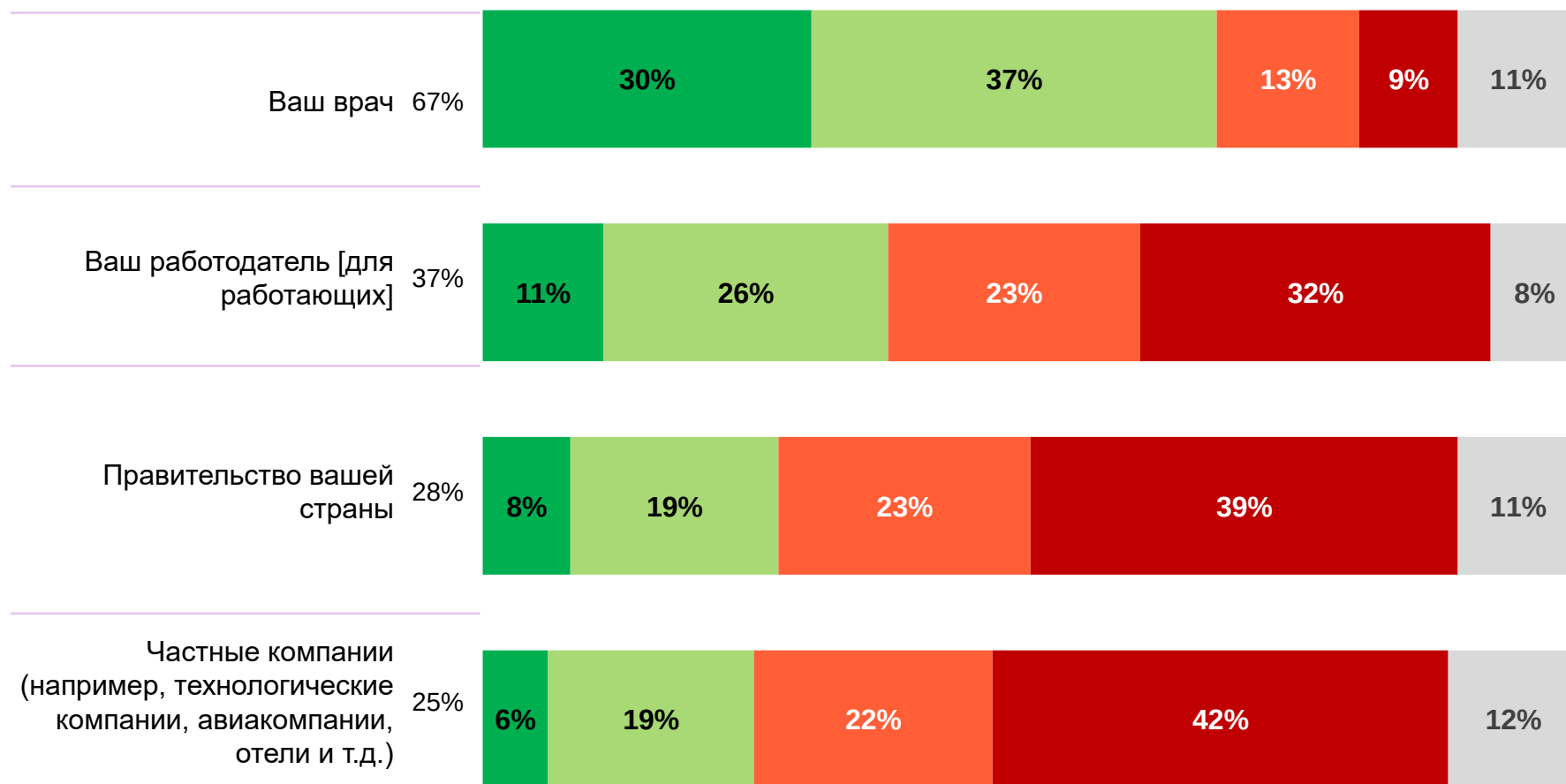
На втором месте с большим отрывом – работодатели, с ними готовы поделиться медицинской информацией 37% опрошенных в России. Глобально – 56%.

Только 28% было бы комфортно поделиться информацией о своем здоровье с правительством (глобально – 50%).

И только каждый четвертый хотел бы делиться медицинской информацией с частными организациями (глобально – 40%).

База: Взрослое население 16-74 лет в России. N=500.
* Онлайн-выборка в России включает преимущественно городских жителей с более высоким уровнем образования и уровнем доходов, чем население в целом.

Сбор данных: 26 марта – 9 апреля 2021



METHODOLOGY

- These are findings from two surveys of adults under the age of 75 conducted by Ipsos on its Global Advisor online platform: A 28-country survey based on 21,021 interviews held between March 26 and April 9, 2021, and a 12-country survey based on 15,529 interviews held April 8-11, 2021.
- The sample consists of approximately 1,000 individuals in each of Australia, Belgium, Brazil, Canada, China (mainland), France, Germany, Great Britain, Italy, Japan, Spain, and the U.S., and 500 individuals in each of Argentina, Chile, Colombia, Hong Kong, Hungary, India, Malaysia, Mexico, the Netherlands, Peru, Poland, Russia, Saudi Arabia, South Africa, South Korea, Sweden, Switzerland, and Turkey.
- The samples in Argentina, Australia, Belgium, Canada, France, Germany, Great Britain, Hungary, Italy, Japan, the Netherlands, Poland, South Korea, Spain, Sweden, Switzerland, and the U.S. can be taken as representative of these countries' general adult population under the age of 75.
- The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, Hong Kong, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, South Africa and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population. The survey results for these countries should be viewed as reflecting the views of the more "connected" segment of their population.
- The data is weighted so that each market's sample composition best reflects the demographic profile of the adult population according to the most recent census data.
- Where results do not sum to 100 or the 'difference' appears to be +/- 1 more/less than the actual, this may be due to rounding, multiple responses or the exclusion of don't knows or not stated responses.
- The precision of Ipsos online polls are calculated using a credibility interval with a poll of 1,000 accurate to +/- 3.5 percentage points and of 500 accurate to +/- 4.8 percentage points. For more information on the Ipsos use of credibility intervals, please visit the Ipsos website.
- The publication of these findings abides by local rules and regulations.

ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder.
Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.