

Роберт Шорн, Верена Крістль, Катрін Оберхофер

## **Експериментальне дослідження використання ефекту обмеження рамками та залучення для посилення бажання пройти вакцинацію від COVID-19**

Багато людей вагаються або не бажають скористатися потенційно життєво важливими вакцинами; це вірно навіть в умовах глобальної пандемії і навіть тоді, коли вакцини доступні і/або безкоштовні. Крім загального небажання вакцинуватися, страх побічних ефектів часто називають причиною вагань щодо вакцинації. В рамках дослідження, проведеного онлайн в Австрії в березні 2021 року, було проаналізовано ефективність двох різних підходів – ефекту обмеження рамками та залучення – у просуванні програми вакцинації проти COVID-19. Хоча залучення не мало видимих ефектів, позитивних або негативних, ефект обмеження рамками показав більш позитивне ставлення до кампанії та більш сильний намір вакцинуватися, хоча лише серед тих, хто вже попередньо був налаштований отримати вакцину. Уряди та медичні організації мають на мені впроваджувати недорогі заходи для підвищення рівня вакцинації від COVID-19 та інших захворювань. Результати цього дослідження показують, що вирішення та позитивне забезпечення високої ймовірності безпроблемної вакцинації має бути невід’ємною частиною публічної кампанії, але такий підхід може бути неефективним серед тих, хто сильно вагається або не бажає вакцинуватися.

**Ключові слова:** залучення, ефект обмеження рамками, переконання споживачів, вакцинація, COVID-19

**Класифікація JEL:** M31, M37, I12



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.