



COVID-19, БЛАГОДІЙНІСТЬ І СТАТЬ:

**ЯК ЗМІНИЛАСЯ БЛАГОДІЙНА
ДОПОМОГА У ПЕРШІ МІСЯЦІ
ГЛОБАЛЬНОЇ ПАНДЕМІЇ**

ВЕРЕСЕНЬ 2020



IUPUI ІНСТИТУТ ЖІНОЧОЇ БЛАГОДІЙНОСТІ

ШКОЛА БЛАГОДІЙНОСТІ РОДИНИ ЛІЛЛІ

ДОСЛІДЖЕННЯ, ЩО РОЗВИВАЮТЬ ЖІНОЧУ БЛАГОДІЙНІСТЬ

Інститут жіночої благодійності

Інститут жіночої благодійності входить до структури Школи благодійності родини Ліллі Університету Індіани. Інститут сприяє кращому розумінню жіночої благодійності шляхом проведення ретельних досліджень, навчання, а також аналізу і широкого розповсюдження знань з метою вдосконалення благодійності. Щоб дізнатися більше, завітайте на <https://philanthropy.iupui.edu/wpi>

Школа благодійності родини Ліллі Університету Індіани

Метою Школи є вдосконалення благодійності, яка здатна покращити світ, шляхом підготовки і розширення можливостей студентів і професіоналів ставати новаторами і лідерами, які запроваджують позитивні і довготривалі зміни. Школа пропонує комплексний підхід до вивчення благодійності через свої академічні, дослідницькі і міжнародні програми, а також Школу фандрейзінгу, Інститут дослідження віри і благодійності Лейка, Інститут різноманітної благодійності родини Мейс, а також Інститут жіночої благодійності. Щоб дізнатися більше, завітайте на <https://philanthropy.iupui.edu/>.

Команда проекту Школи благодійності сім'ї Ліллі Університету Індіани

Дебра Меш (Debra Mesch) – PhD, професорка та завідувачка кафедри жіночої благодійності імені Ейлін Лемб О'Гара (Eileen Lamb O'Gara)

Уна Осілі (Una Osili), PhD, заступниця декана з наукових досліджень і міжнародних програм, професорка економіки і досліджень благодійності

Тесса Скінмор (Tessa Skidmore), магістерка публічного управління, запрошений науковий співробітник Інституту жіночої благодійності

Джон Бергдолл (Jon Bergdoll), магістр статистичних наук, фахівець з прикладної статистики

Жаклін Акерман (Jacqueline Ackerman), магістерка публічного управління, заступниця директорки з наукових досліджень Інституту жіночої благодійності

Дженні Сейджер (Jeannie Sage), магістерка мистецтв, директорка Інституту жіночої благодійності

Це дослідження було створено завдяки фінансовій підтримці Фонду Білла та Мелінди Гейтс. Його результати та висновки є авторськими і можуть не збігатися з офіційною позицією або політикою Фонду.



IUPUI ІНСТИТУТ ЖІНОЧОЇ БЛАГОДІЙНОСТІ

ШКОЛА БЛАГОДІЙНОСТІ РОДИНИ ЛІЛЛІ

ДОСЛІДЖЕННЯ, ЩО РОЗВИВАЮТЬ ЖІНОЧУ БЛАГОДІЙНІСТЬ

301 University Boulevard, Suite 3000

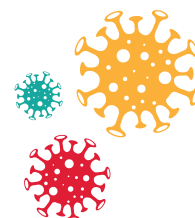
Індіанаполіс, IN 46202-3272

317-278-8990 wpiinfo@iupui.edu

@WPIinsights #womensphilanthropy

ЗМІСТ

Вступ	4
Ключові висновки	5
Передумови	6
Благодійність під час катастроф	6
Благодійність під час економічних спадів	7
Благодійність у перші місяці пандемії	7
Методи дослідження	9
Висновки	10
Зв'язок між ризиком зараження Covid-19 та обсягами допомоги у перші місяці пандемії	13
Порівняння благодійності у перші місяці пандемії під час економічних спадів	16
Обговорення	22
Обмеження	23
Список джерел і літератури	25



ВСТУП

Весна 2020 року ознаменувалася сильними соціальними потрясіннями, яких багато американців ніколи до цього не переживали. Новий коронавірус (COVID-19) мав руйнівні наслідки для здоров'я людей, спричинивши у США на травень 2020 року захворювання понад 1.7 млн осіб і смерть понад 100 000 осіб¹. Криза громадського здоров'я вимагала запровадження локдаунів і соціального дистанціювання, що вплинуло майже на всі сфери життя американців. Деякі з них – від тих, хто працює на передовій системи охорони здоров'я, і до тих, хто забезпечує продуктові магазини товарами першої необхідності – продовжили працювати на своїх робочих місцях, наражаючись при цьому на серйозну загрозу здоров'ю і безпеці. Інші перейшли на роботу з дому, по-новому поєднуючи своє професійне і особисте життя. Оскільки школи і дитячі садки закрилися одночасно, багатьом батькам на додачу до своїх професійних обов'язків довелося взяти на себе роль вихователя і домашнього вчителя.

Інші втратили роботу або були звільнені, тому що підприємства значно скоротили штат працівників щоб залишитися на плаву. Це зачепило цілі галузі, як, наприклад, туризм і готельний бізнес, які значною мірою зупинилися. Рекордно високий рівень безробіття разом із падінням фінансових ринків спричинили раптовий сильний економічний спад у США та у всьому світі. Як наслідок, багатьом американцям довелося зводити кінці з кінцями. Неприбуткові організації, діяльність яких спрямована на забезпечення продуктових та інших основних потреб, зіткнулися із різким збільшенням кількості домогосподарств, які зверталися по допомогу, хоча до цього не потребували їх послуг. На додаток до збільшення попиту, багато неприбуткових організацій були змушені змінити стратегії фандрейзингу з урахуванням обмежень щодо живих заходів. Пандемія COVID-19 також змусила організації і фахівців з фандрейзингу у своїх закликах долучатися до допомоги проявляти надзвичайну чутливість до питань охорони здоров'я, фінансів та інших труднощів, з якими зіткнулися американці.

Разом ці обставини сформували безпрецедентне середовище для благодійної діяльності у перші місяці пандемії у США. Хоча багато з них все ще існують через триваючу кризу системи громадського здоров'я і пов'язаний з нею економічний спад, дане дослідження пропонує

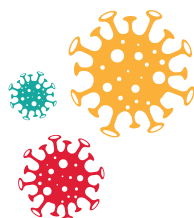
короткий огляд благодійної реакції на пандемію COVID-19 з боку американських домогосподарств. Окрім відповіді на запитання, скільки з них брали участь у благодійній допомозі і якими були її обсяги, робота також визначає форми такої допомоги, і яким чином змінилися суми пожертв. Нарешті, для більш детального розуміння благодійної реакції на пандемію, дослідження висвітлює відмінності між домогосподарствами, приділяючи особливу увагу факторам статі і сімейного статусу.

Отримані результати служать відправною точкою для розуміння змін у приватній благодійності у відповідь на пандемію COVID-19, яка продовжує поширюватися. Хоча дослідження благодійності після катастроф та під час економічних спадів можуть виявити можливі тенденції змін, виразні риси «подвійної кризи» - глобальної пандемії і пов'язаного з нею економічного спаду – роблять неможливим проведення прямих аналогій з подіями минулого¹. Це дослідження дає свіже уявлення про благодійну реакцію американських домогосподарств у такому унікальному середовищі. Висновки цієї роботи можуть бути використані неприбутковими організаціями і фахівцями з фандрейзингу для вдосконалення стратегій залучення приватних пожертв на час поточної кризи, а також лягти в основу їх підходів на випадок майбутніх криз.

КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

1. Близько третини американських домогосподарств надавали пряму допомогу благодійним організаціям, приватним особам або підприємствам у відповідь на пандемію COVID-19 у перші місяці кризи.
2. Майже половина домогосподарств надавали непряму допомогу у відповідь на пандемію COVID-19 у перші місяці кризи (наприклад, замовляючи їжу на виніс для підтримки ресторанів і їх працівників, або продовжуючи платити приватним особам і підприємствам за послуги, які ті не могли постачати).
3. Обсяги благодійної допомоги з боку американських домогосподарств залишалися на тому ж рівні протягом перших місяців пандемії COVID-19; однак ті, хто повідомляв про їх зміни, частіше вказували на їх зменшення, а не збільшення внаслідок кризи.
4. Домогосподарства найчастіше зменшували обсяги своєї благодійної допомоги внаслідок специфічних обставин, у яких вони перебували у перші місяці пандемії (таких як, наприклад, невизначеність щодо подальшого поширення вірусу і його можливих економічних наслідків).
5. Протягом перших місяців кризи незаміжні жінки були більш схильними до зменшення обсягів своєї благодійної допомоги ніж подружні пари / партнери внаслідок деяких специфічних особливостей пандемії COVID-19.

¹Згадана тут "подвійна криза" стосується пандемії COVID-19 та економічного спаду, які мали місце на момент проведення цього дослідження в середині травня 2020 року. Хоча цей термін також використовується для опису протестів проти обмежуючих заходів, пов'язаних з пандемією, а також расової дискримінації, які почалися після загибелі Джорджа Флойда в кінці травня 2020 року, протести на підтримку расової справедливості ще не відбулися на час збору даних, тому вплив цих подій не відображено у дослідженні.



ПЕРЕДУМОВИ

Якою була благодійна реакція американських домогосподарств на попередні події, подібні до пандемії COVID-19? Виразне поєднання глобальної кризи громадського здоров'я та серйозного економічного спаду не дає можливості знайти аналогічну подію у сучасній американській історії. Однак дослідження благодійної допомоги, яка надавалася після нещодавніх катастроф і під час економічних спадів демонструють, як певні особливості пандемії можуть впливати на благодійність з боку домогосподарств. Також, вже доступні ранні дослідження змін у допомозі з боку домогосподарств та діяльності благодійних організацій у перші місяці пандемії. Вони надають корисний контекст для розуміння висновків, представлених у цій роботі.

Благодійність під час катастроф

Значна частина американських домогосподарств бере участь у благодійних ініціативах, спрямованих на подолання наслідків катастроф. Дослідження 2019 року показало, що за 2018 рік 28.5% домогосподарств зробили благодійний внесок, спрямований на подолання наслідків катастроф, а середній розмір пожертвувальних склав 314 доларів². Також вказується, що американські домогосподарства зазвичай роблять благодійні внески протягом шести тижнів після великої катастрофи, у той час, коли вона активно висвітлюється у ЗМІ. Однак бувають деякі винятки. Наприклад, загальні пожертви, спрямовані на допомогу постраждалим від наслідків урагану Катріна, який обрушився на узбережжя Мексиканської затоки у 2005 році, надходили протягом більш тривалого часу. Їх обсяг збільшився майже вдвічі – з 2.2 млрд доларів на другий місяць після урагану до 3.7 млрд доларів на шостий місяць³.

На благодійну діяльність американських домогосподарств під час катастроф впливають різні фактори, включаючи масштаби лиха (наприклад, кількість постраждалих), особисті зв'язки з місцем катастрофи, а також висвітлення події у ЗМІ. Такі характеристики як стать, освіта і дохід також впливають на приватні пожертви, спрямовані на подолання наслідків катастроф. Жінки і особи з вищим рівнем доходів і освіти частіше робили такі пожертви у 2017 і 2018 роках⁴.

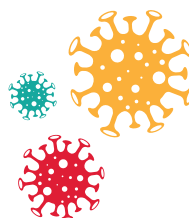
Благодійність під час економічних спадів

Дослідження показує, що благодійна діяльність у США тісно пов'язана із загальним станом економіки. В цілому, загальна сума пожертвувань росла в середньому на 3.3% на рік (з урахуванням інфляції) протягом останніх 64 років. Але ця сума скорочувалась в середньому на 0.5% (з урахуванням інфляції) у роки, коли США зазнавали економічного спаду. Велика рецесія, під час якої загальна сума пожертвувань скоротилася на 7.2% у 2008 році і 8.0% у 2009 році, є крайнім прикладом такої моделі⁵. Велика рецесія мала особливий вплив на приватні пожертвування, оскільки частка домогосподарств, які робили благодійні внески, скоротилася з 66% у 2008 році до 61% у 2010 році⁶.

Зниження рівнів доходу і достатку зазвичай згадуються серед основних причин зменшення обсягів благодійності під час економічних спадів. Однак дослідження 2016 року встановило, що зменшення благодійної допомоги з боку домогосподарств під час Великої рецесії не можна повністю пояснити змінами у рівнях доходу і достатку; було висловлено припущення, що результатом цього також могла стати зміна у ставленні до благодійності, а також посилення невизначеності щодо майбутнього⁷. Тим не менш, під час Великої рецесії також можна було виділити яскраві приклади благодійної діяльності. У той час як загальні показники благодійності знизилися, допомога організаціям, які забезпечують харчуванням та іншими предметами першої необхідності, виросла на 8.5% у 2008 році і 1.8% у 2009 році. Це говорить про те, що люди, які продовжують жертвувати гроші під час економічних спадів, можуть віддавати перевагу благодійності, спрямованої на задоволення збільшеного попиту на основні послуги⁸.

Благодійність у перші місяці пандемії

Хоча пандемія все ще триває, вже були проведені попередні дослідження щодо впливу COVID-19 на благодійну допомогу з боку домогосподарств та благодійні організації у перші місяці кризи, які показали неоднозначні результати. Опитування неприбуткових організацій наприкінці квітня 2020 року виявило, що майже дві третини (63%) з них відчували зменшення доходів від фандрейзингу з початку пандемії, тоді як одна четверта відчувала значне зменшення⁹.



Галузеве дослідження благодійності з боку приватних осіб, які у 2019 році пожертвували принаймні 1 000 доларів, було більш оптимістичним. Опитування, яке проходило у березні 2020 року, виявило, що більш ніж половина таких осіб (54%) не збиралися змінювати свої благодійні звички у 2020 році внаслідок кризи, тоді як 25% планували збільшити свої пожертви, і тільки 9% – зменшити.ⁱⁱ Ті, хто збирався збільшити обсяги допомоги, найчастіше називали серед причин такого рішення наявність нагальних потреб (63%) і бажання допомогти (61%). Серед тих, хто планував зменшити свої пожертви, найчастіше звучали такі причини, як невизначеність щодо їхніх доходів і занепокоєння щодо рецесії і загального стану економіки (обидві по 58%)¹⁰.

У цьому ж дослідженні було виявлено, що рішення приватних осіб змінити обсяги своєї допомоги у 2020 році залежали від віку, причому більш молоді донори зазвичай збиралися їх збільшити. Майже половина міленіалів (46%) повідомили, що збираються жертвувати більше внаслідок пандемії COVID-19, у порівнянні з 25% бебі-бумерів і 14% представників покоління X¹¹. Інше дослідження, яке опитувало молодих американців (віком 18-30 років) у квітні 2020 року, показало, що вони залучалися до різних видів діяльності, щоб допомогти іншим під час кризи. Найчастіше така діяльність включала купівлю або збільшення обсягів придбання місцевих товарів чи послуг (26%), передачу товарів чи послуг у вигляді благодійної допомоги (24%) і публікацію або поширення контенту щодо профілактики COVID-19 у соціальних мережах (21%)¹².

У цій роботі на основі існуючих досліджень висвітлюється участь американських домогосподарств у благодійній допомозі у відповідь на пандемію COVID-19 у перші місяці кризи та обсяги їх пожертв. Також розглядаються форми благодійності, до яких вони залучалися, і те, як за цей час змінилася благодійність внаслідок пандемії. Дослідження визначає вплив окремих пов'язаних із кризою факторів на благодійну діяльність і висвітлює відмінності між домогосподарствами, приділяючи окрему увагу факторам статі і сімейного статусу.

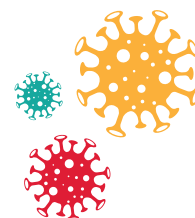
ⁱⁱЦі результати слід трактувати з обережністю, оскільки опитування проводилося на самому початку кризи та серед людей, схильних до благодійності.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дане дослідження використовує дані опитування Інституту жіночої благодійності щодо благодійної реакції американських домогосподарств на пандемію COVID-19. Опитування проводилося в Інтернеті в середині травня 2020 року серед вибірки загального населення, яка склала 3 405 респондентів. Враховуючи час проведення опитування та тривалий характер пандемії, результати представляють скоріше короткий огляд, а не повну картину благодійної реакції домогосподарств на кризу. Хоча пандемія поширилася по всьому світу, результати дослідження обмежуються ситуацією у США.

Результати опитування були співставлені з результатами загального перепису населення щодо таких змінних як вік, дохід, раса, етнічна приналежність та регіон країни. Представлені у цьому дослідженні висновки мають описовий характер, якщо не зазначено інше. Однак, для перевірки того, що результати є статистично значущими для контролю за доходами та іншими демографічними змінними використовувалися регресійні моделі.ⁱⁱⁱ

ⁱⁱⁱТакими змінними є раса, етнічна приналежність, вік, географічний регіон, стать, сімейний стан, а також наявність дітей віком до 18 років. Статистична значимість означає, що певний результат не є ймовірним через випадковість. Значущість - це статистичний термін, який визначає рівень впевненості у існуванні відмінності чи зв'язку.



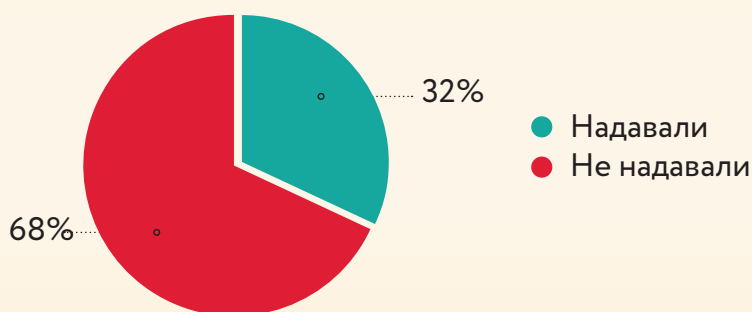
ВИСНОВКИ

У відповідь на проблеми у сфері охорони здоров'я і економічний спад, викликаний пандемією COVID-19, більшість американських домогосподарств (56.1%) залучалися до прямих чи непрямих форм благодійної діяльності у перші місяці кризи. Висновки цього дослідження детально описують масштаби і спрямованість такої діяльності. Також аналізується, яким чином змінювалася благодійність з боку домогосподарств, і які пов'язані з пандемією фактори впливали на це.

Висновок 1: Близько третини американських домогосподарств надавали пряму допомогу благодійним організаціям, приватним особам або підприємствам у відповідь на пандемію COVID-19 у перші місяці кризи.

Для охоплення усього спектру благодійної діяльності до якої залучалися домогосподарства протягом перших місяців пандемії COVID-19 в опитуванні містилися запитання щодо різних форм благодійності. Вони включали надання прямої грошової допомоги або передачу товарів безпосередньо благодійним організаціям, приватним особам або підприємствам. Результати опитування свідчать про те, що у цей період значна кількість американських домогосподарств надавали пряму благодійну допомогу у відповідь на пандемію.

Графік 1: Відсоток американських домогосподарств, які надавали пряму допомогу благодійним організаціям, приватним особам і підприємствам у перші місяці пандемії COVID-19

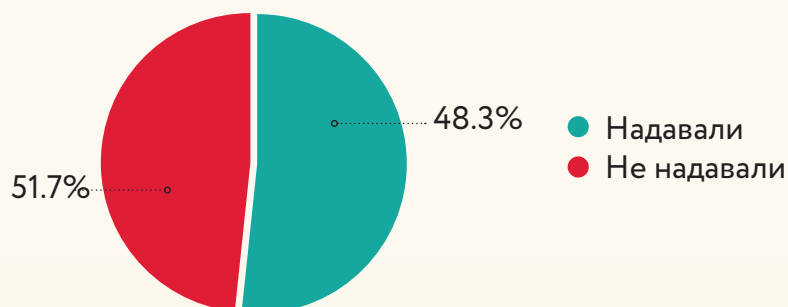


Як можна побачити на Графіку 1, протягом перших місяців пандемії COVID-19 у визначених видах прямої благодійної допомоги взяли участь 32.0% домогосподарств. У грошовому вираженні домогосподарства в середньому пожертвували 347 доларів. Для порівняння, ці цифри дещо вищі як за часткою домогосподарств (28.5%), так і середньою сумою пожертв (314 доларів), ніж показники допомоги, спрямованої на подолання наслідків катастроф у 2018 році¹³. Однак вони не відображають усього обсягу благодійної допомоги з боку приватних осіб у відповідь на кризу протягом цього часу, оскільки домогосподарства також залучалися і до інших видів благодійної діяльності.

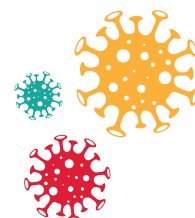
Висновок 2: Майже половина домогосподарств надавали непряму допомогу у відповідь на пандемію COVID-19 у перші місяці кризи (наприклад, замовляючи їжу на виніс для підтримки ресторанів і їх працівників, або продовжуючи платити приватним особам і підприємствам за послуги, які ті не могли постачати)

Окрім прямої допомоги благодійним організаціям, приватним особам або підприємствам, опитування також досліджувало участь американських домогосподарств у непрямих формах благодійної допомоги, які поширилися внаслідок обставин, що існували у перші місяці пандемії COVID-19. Прикладами таких непрямих форм благодійної допомоги включали замовлення їжі на виніс для підтримки ресторанів і їх працівників, а також продовження оплати послуг приватних осіб і підприємств, які ті не могли постачати через запровадження локдаунів і соціального дистанціювання (наприклад, перукарні послуги або прибирання осель). Результати свідчать про те, що частка домогосподарств, які брали участь в унікальних формах благодійної допомоги, які поширилися внаслідок пандемії, переважає частку домогосподарств, які надавали пряму допомогу, як це показано на Графіку 1.

Графік 2: Відсоток американських домогосподарств, які надавали непряму допомогу приватним особам або підприємствам у перші місяці пандемії COVID-19

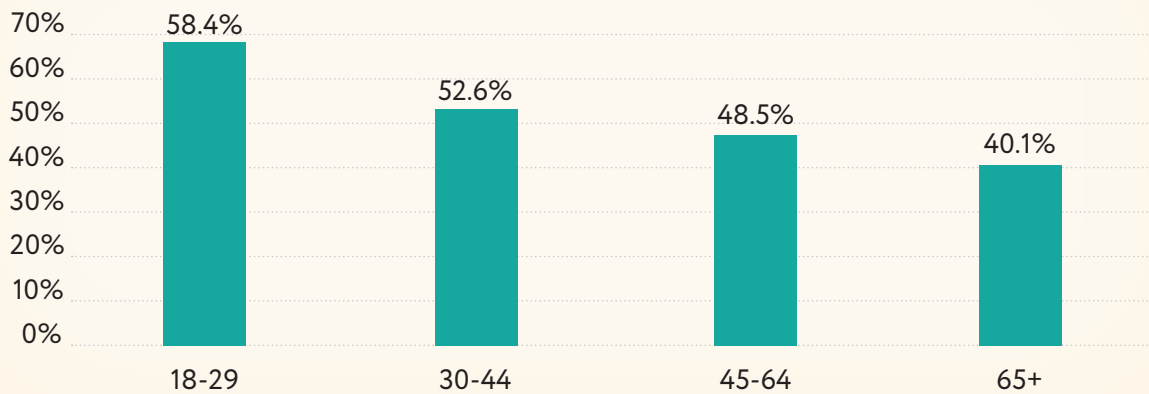


На Графіку 2 можна побачити, що 48.3% американських домогосподарств залучалися до вказаних форм непрямої благодійної допомоги у перші місяці пандемії COVID-19, що перевищує частку домогосподарств, які протягом цього періоду надавали пряму допомогу благодійним організаціям, приватним особам або підприємствам у відповідь на кризу. Цей висновок узгоджується з нещодавнім дослідженням, яке показує, що деякі люди, включаючи молодь та інші групи донорів, схильні більш широко трактувати благодійність і брати участь в інших видах благодійної діяльності окрім надання грошових пожертв¹⁴.



Насправді, регресійний аналіз виявляє, що вік є статистично значущим фактором ймовірності участі американських домогосподарств у непрямих формах благодійної допомоги, які виникли в обставинах перших місяців пандемії COVID-19. Як можна побачити на Графіку 3, протягом цього часу молодь частіше брала участь у таких видах благодійної діяльності у відповідь на кризу. Ця закономірність не поширюється на прямі форми благодійності, до яких загалом частіше залучаються люди старшого віку¹⁵.

Графік 3: Відсоток американських домогосподарств, які надавали непрямую допомогу приватним особам або підприємствам у перші місяці пандемії COVID-19, розподіл за віком



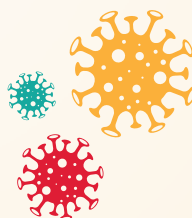
ЗВ'ЯЗОК МІЖ РИЗИКОМ ЗАРАЖЕННЯ COVID-19 ТА ОБСЯГАМИ ДОПОМОГИ У ПЕРШІ МІСЯЦІ ПАНДЕМІЇ

Як згадувалося вище, молодь частіше за більш старших людей залучалася до унікальних форм допомоги, які поширилися внаслідок пандемії COVID-19 у перші місяці кризи. Крім того, протягом цього періоду особи старше 65 років рідше брали участь у прямих формах благодійної допомоги у відповідь на COVID-19, ніж за часи, які охоплювали попередні дослідження. Подальший аналіз показує, що на такі результати міг вплинути ризик зараження коронавірусом.

Результати опитування показують відсутність прямої залежності між рівнем прямої благодійної допомоги у відповідь на пандемію і тим, наскільки постраждали від вірусу конкретні штати. Це не узгоджується з дослідженнями щодо благодійності під час катастроф, згідно яких з більшою вірогідністю таку допомогу надають люди, які проживають поблизу місць, які постраждали¹⁶.

Однак ці закономірності змінюються при контролі за комбінаціями показників місцевого рівня зараження COVID-19 і віку. При цій комбінації спостерігається відповідність між вищим рівнем зараження і збільшенням благодійної допомоги у конкретних штатах. Однак аналіз взаємозв'язку кількості випадків COVID-19 і віку показує негативний результат щодо останнього: старші люди у штатах, які більше постраждали від вірусу, з меншою вірогідністю залучалися до благодійної допомоги у відповідь на пандемію у перші місяці кризи.

Хоча для пояснення цього результату необхідні додаткові дослідження, це може бути через те, що оскільки старші люди перебувають під більшою загрозою зараження COVID-19, показник віку насправді співвідноситься з показником ризику в аналізі. Тож могло статися так, що особи, які перебували під більшою загрозою зараження, були менш схильними надавати благодійну допомогу через невизначеність щодо можливої хвороби.



Висновок 3: Обсяги благодійної допомоги з боку американських домогосподарств залишалися на тому ж рівні протягом перших місяців пандемії COVID-19, однак ті, хто повідомляв про їх зміни, частіше вказували на їх зменшення, а не збільшення внаслідок кризи.

Крім запитання про те, чи брали участь домогосподарства у благодійній допомозі і якими були її обсяги, метою опитування також було дізнатися про зміни у їх благодійній діяльності у перші місяці пандемії COVID-19. Це питання більше стосується прямих форм благодійності, описаних у Висновку 1, ніж специфічних для періоду пандемії форм непрямої допомоги, описаних у Висновку 2, які виникли в результаті обставин, що існували навесні 2020 року.

Більшість американських домогосподарств не змінювали рівень свого залучення у різні форми благодійності у перші місяці кризи. Домогосподарства, які повідомляли про зміну обсягів своєї допомоги у цей період, частіше вказували на те, що їх пожертви зменшилися а не збільшилися в результаті пандемії. Частка домогосподарств, які повідомили про зміну обсягів своєї допомоги, поділялися на тих, хто допомагав різним благодійним організаціям, місцевим і немісцевим приватним особам і підприємствам, а також залучався до волонтерської діяльності.

Як можна побачити на Графіку 4, більша частка домогосподарств збільшили свою допомогу благодійним організаціям, які займаються питаннями основних потреб і охорони здоров'я (18.1%), а також приватним особам і підприємствам зі своєї місцевості (17.1%) у порівнянні з іншими формами прямої допомоги. Це свідчить про те, що протягом перших місяців пандемії COVID-19 американські домогосподарства у своїй допомозі надавали пріоритет нагальним потребам представників своїх громад.

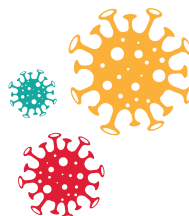
25.8% домогосподарств переважно зменшили свою участь у волонтерській діяльності у перші місяці кризи. Ймовірно, це пов'язано з обмеженнями можливостей залучатися до діяльності, яка передбачає особисту участь, внаслідок локдаунів і соціального дистанціювання, а також небажанням людей брати участь у подібних заходах через ризики для здоров'я і безпеки. Це підтверджують і останні дослідження, які виявили, що неприбуткові організації фіксували високий рівень скасування участі у волонтерських заходах навесні 2020 року¹⁷.

Графік 4: Зміни в участі американських домогосподарств у різних формах благодійності



Аналіз зміни участі домогосподарств у різних формах благодійності із застосуванням ґендерних лінз виявляє певну різницю, пов'язану зі статтю та сімейним статусом. Незаміжні жінки частіше повідомляли про зменшення своєї участі у кожному з видів благодійної діяльності внаслідок пандемії у перші місяці кризи. Однак така різниця, як правило, не була статистично значущою.

^у Допомога благодійним організаціям з будь-яких інших питань (наприклад, освіти, мистецтва або охорони навколишнього середовища) стала єдиною категорією, в якій незаміжні жінки у порівнянні з неодруженими чоловіками значно зменшували обсяги своєї допомоги внаслідок пандемії у перші місяці кризи. В інших категоріях ця різниця не була статистично значущою. Це означає, що при контролі за розміром вибірки та наявними демографічними показниками така різниця є надто малою, щоб її можна було впевнено визнати справжньою, а не випадковою.



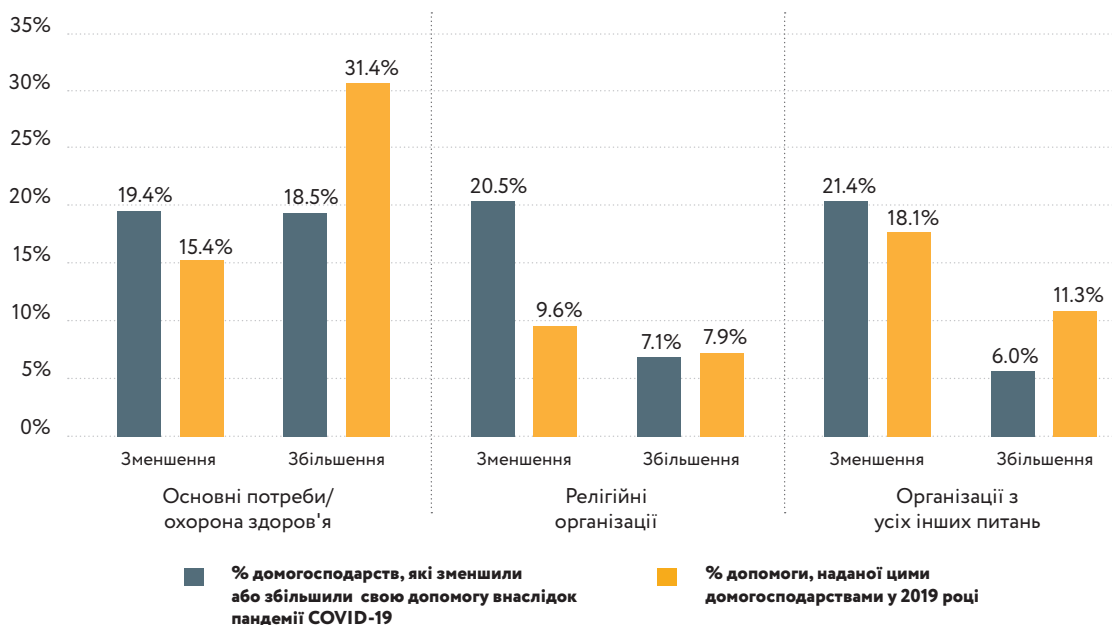
ПОРІВНЯННЯ БЛАГОДІЙНОСТІ У ПЕРШІ МІСЯЦІ ПАНДЕМІЇ ТА ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНИХ СПАДІВ

Вивчення змін обсягів благодійної допомоги з боку американських домогосподарств тільки у перші місяці пандемії COVID-19 дає розуміння того, як вони змінили таку допомогу у відповідь на кризу; більше закономірностей можна виділити, якщо дослідити попередній досвід благодійної діяльності цих домогосподарств. Такі закономірності вказують на те, що зміни у допомозі домогосподарств різним видам благодійних організацій у перші місяці кризи досить схожі з подібними змінами під час попередніх економічних спадів.

Дослідження Giving USA виявило, що під час економічного спаду пожертви організаціям з питань основних потреб мають тенденцію до зростання, пожертви релігійним організаціям залишаються приблизно на тому ж рівні, а обсяги допомоги організаціям з питань освіти та мистецтва зазвичай зменшуються¹⁸.

На Графіку 5 порівнюється відсоток американських домогосподарств, які збільшили або зменшили свою допомогу різним видам благодійних організацій у перші місяці пандемії COVID-19, з часткою допомоги у 2019 році, яку надали ці домогосподарства. Таке порівняння дає можливість детальніше проаналізувати зв'язок допомоги різним видам благодійних організацій у минулому зі змінами в обсягах такої допомоги у перші місяці кризи і зробити висновок щодо можливого існування подібної тенденції в епоху COVID-19.

Графік 5: Зміни у допомозі американських домогосподарств різним видам благодійних організацій у перші місяці пандемії COVID-19 у порівнянні з їх допомогою у 2019 році



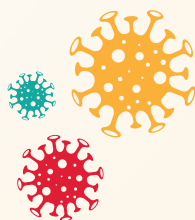
Сині стовпчики на Графіку 5 показують частку американських домогосподарств, чия допомога трьом видам благодійних організацій зросла або зменшилася у перші місяці пандемії COVID-19. Жовті стовпчики представляють відсоток від допомоги, яку надали ці домогосподарства у 2019 році. Наприклад, стовпчики «Збільшення» допомоги організаціям з питань основних потреб і охорони здоров'я свідчать про те, що тільки 18.5% домогосподарств вказали, що обсяги такої допомоги з їх боку зросли внаслідок пандемії. Але ці 18.5% домогосподарств надали 31.4% усієї допомоги цим організаціям у 2019 році, що свідчить про те, що такі домогосподарства жертвують більші суми грошей.

Якщо загалом дивитися на допомогу організаціям з питань основних потреб і охорони здоров'я, то можна побачити відносно рівномірний розподіл між домогосподарствами, які збільшили або зменшили обсяги такої допомоги у перші місяці пандемії COVID-19 (приблизно по 19%). Тим не менше, домогосподарства, які повідомили про збільшення своєї допомоги у цей період, пожертвували майже вдвічі більше грошей у 2019 році (31.4%) ніж домогосподарства, які зменшили свою допомогу (15.4%), що свідчить про хороші перспективи допомоги цим організаціям.

Значно більше домогосподарств (20.5%) повідомило про зменшення своєї допомоги релігійним організаціям у порівнянні з тими, хто її збільшив (7.1%) у перші місяці кризи. Однак суми пожертв, які надавали у 2019 році як домогосподарства, які засвідчили зменшення допомоги (9.6%), так і ті, хто повідомив про її зменшення (7.9%) у перші місяці пандемії, були приблизно однаковими, що натякає на те, що допомога цим організаціям може залишитися на відносно стабільному рівні.

Значно більше домогосподарств (18.1%) повідомило про зменшення обсягів їх допомоги благодійним організаціям, які займаються питаннями, не пов'язаними з основними потребами, охороною здоров'я чи релігією (наприклад, освіти, мистецтва та охорони навколишнього середовища), у порівнянні з тими, хто повідомив про збільшення такої допомоги (6.0%) у перші місяці пандемії COVID-19. Крім того, більша частина пожертв для цих організацій у 2019 році надходила від домогосподарств, які в результаті зменшили (18.1%), а не збільшили (11.3%) обсяги своєї допомоги у перші місяці кризи. Ця закономірність свідчить про більш неоднозначні перспективи допомоги організаціям з інших питань у порівнянні з тими, які займаються питаннями основних потреб, охорони здоров'я і релігії.

З огляду на тривалий характер пандемії, необхідні подальші дослідження, щоб визначити, чи збережуться ці тенденції в довгостроковій перспективі. Однак перші дані показують, що як і під час попередніх економічних спадів, організації, які займаються базовими потребами та охороною здоров'я, можуть отримувати більше допомоги, ніж релігійні організації, і значно більше, ніж ті, які займаються усіма іншими питаннями.



Висновок 4: Домогосподарства найчастіше зменшували обсяги своєї благодійної допомоги внаслідок специфічних обставин, у яких вони перебували у перші місяці пандемії (таких як, наприклад, невизначеність щодо подальшого поширення вірусу і його можливих економічних наслідків).

Окрім дослідження змін у благодійній допомозі американських домогосподарств у перші місяці пандемії COVID-19, опитування також намагалося визначити конкретні пов'язані із пандемією фактори, які вплинули на їх благодійні звички у цей період часу. Як і в ситуації, описаній у Висновку 3, більшість американських домогосподарств не змінювали обсяги своєї допомоги внаслідок специфічних обставин, у яких вони перебували у перші місяці пандемії. Ті ж, хто повідомляв про зміну обсягів допомоги внаслідок таких обставин, частіше вказували на їх зменшення, а не збільшення у цей період часу.

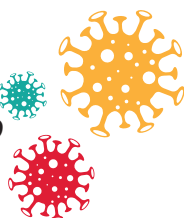
Графік 6: Вплив різних пов'язаних із пандемією COVID-19 факторів на обсяги благодійної допомоги з боку американських домогосподарств



На Графіку 6 можна побачити, що більшість американських домогосподарств назвали основними пов'язаними із пандемію факторами, які вплинули на збільшення їх благодійної допомоги навесні 2020 року зараження особисто відомих їм людей і невизначеність щодо подальшого поширення вірусу (10.4% і 10.2% відповідно).

Значно більша частина домогосподарств назвала невизначеність щодо можливих економічних наслідків пандемії (32.8%) і подальшого поширення COVID-19 (28.1%) в якості факторів, які вплинули на зменшення благодійної допомоги у цей період часу. Це вказує на те, що відсутність розуміння щодо подальшого розповсюдження вірусу і впливу пандемії на економіку було в основі міркувань американських домогосподарств при прийнятті рішення щодо надання благодійної допомоги у перші місяці кризи. Це також узгоджується з результатами попереднього дослідження, які вказують, що невизначеність шкодить благодійності¹⁹. Вплив соціального дистанціювання і локдаунів на доходи домогосподарств (27.7%) і взаємодію з громадою (27.1%) наближаються за своїм впливом на зменшення допомоги у цей період до факторів, пов'язаних з невизначеністю.

Більш детальний аналіз американських домогосподарств, які повідомили про зменшення своєї допомоги у перші місяці пандемії через відповідні фактори, дає можливість прослідкувати різні тенденції серед незаміжніх жінок, неодружених чоловіків, а також подружніх пар чи партнерів.



Висновок 5: Протягом перших місяців кризи незаміжні жінки були більш схильними до зменшення обсягів своєї благодійної допомоги ніж подружні пари/партнери внаслідок деяких специфічних особливостей пандемії COVID-19.

Хоча незаміжні жінки частіше за неодружених чоловіків і одружених пар чи партнерів повідомляли про зменшення благодійної діяльності у кожній з категорій, перерахованих у Висновку 3, різниця між ними загалом не була статистично значущою. Однак були статистично значущі відмінності між тим, як ці групи визначали пов'язані з пандемією фактори, які вплинули на зміну в обсягах їх благодійної допомоги у перші місяці кризи (Висновок 4).^{vi}

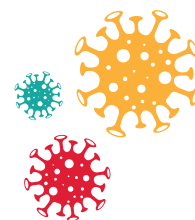
Як можна побачити на Графіку 7, незаміжні жінки з більшою вірогідністю ніж неодружені чоловіки і одружені пари вказували на зменшення обсягів своєї благодійної допомоги у перші місяці кризи внаслідок пов'язаних із пандемією факторів. Регресійний аналіз показує, що різниця між показниками незаміжних жінок і неодружених чоловіків є статистично значущими при контролі за іншими демографічними показниками, які пов'язують з наданням благодійної допомоги. Ця тенденція не співвідноситься з результатами попередніх досліджень, які послідовно показували, що незаміжні жінки частіше і в більших обсягах надають благодійну допомогу ніж неодружені чоловіки, які перебувають у подібних обставинах²⁰.

Хоча для повноцінного розуміння цього висновку необхідне подальше вивчення теми, нещодавні дослідження свідчать про те, що жінки зазнали більшого впливу пандемії та пов'язаного з нею падіння економіки, що могло вплинути на їх можливість брати участь у благодійності²¹. Така тенденція відрізняється від тієї, що спостерігалася під час Великої рецесії, яка мала величезний вплив саме на чоловіків.

Іншим поясненням може бути те, що жінки надають перевагу колективним пожертвам. Саме відсутністю тісної соціальної комунікації в перші місяці пандемії можна пояснити зниження пожертв від жінок.

^{vi} Вони не включають непрямі економічні наслідки, які не відображені на Графіку 7.

Графік 7: Частка американських домогосподарств, які зменшили обсяги своєї благодійної допомоги у перші місяці кризи внаслідок пов'язаних з пандемією факторів, розподіл за статтю і сімейним статусом



ОБГОВОРЕННЯ

Пандемія COVID-19 – це комплексна криза, і її широкий соціальний і економічний вплив сформував безпрецедентне середовище для благодійної діяльності навесні 2020 року. Такі обставини мали значний вплив на благодійність, на те, чи надавали допомогу американські домогосподарства, які були її обсяги, на які ініціативи чи яким організаціям вона спрямовувалася. Тим не менше, домогосподарства активно залучалися до подолання наслідків пандемії на їх громади, майже третина з них зробили прямі пожертви благодійним організаціям, приватним особам чи підприємствам і майже половина надавала непряму допомогу у відповідь на COVID-19 протягом перших місяців кризи. Домогосподарства, особливо представники молодших вікових груп, добре сприйняли непрямі форми благодійної допомоги, що повторює тенденції, які загалом спостерігаються у сфері благодійності.

У перші місяці пандемії відсоток американських домогосподарств, які долучалися до благодійності був дещо вищим, ніж при нещодавніх катастрофах, те ж саме стосується і обсягів допомоги. Пандемія по-різному вплинула на отримання допомоги різними видами благодійних організацій. Ті з них, які займаються вирішенням проблем, які виникли або загострилися внаслідок кризи, могли отримати більші обсяги благодійної допомоги, яка надавалася у зв'язку з COVID-19; ті ж, чия ціль безпосередньо не пов'язується з вирішенням таких проблем, отримували меншу частку допомоги. Крім того, неприбутковим організаціям, які великою мірою розраховують на волонтерську діяльність, довелося компенсувати зменшення часу, який приділяли їм люди, оскільки локдауни і соціальне дистанціювання значно обмежили можливість займатися такою діяльністю особисто²³.

На допомогу з боку американських домогосподарств більший вплив мали пов'язані з пандемією фактори ніж інші причини. Через тривалий характер кризи та пов'язаного з нею економічного спаду, фактор невизначеності відіграв важливу роль при прийнятті рішення щодо зменшення обсягів благодійності. Ті ж, хто збільшив свою допомогу, найчастіше робили це оскільки особисто зіткнулися з впливом кризи, наприклад, через хворобу родичів або друзів. Вплив пандемії також відрізнявся в залежності від статі. Жінки опинилися на передовій кризи на роботі і вдома – вони складалі більшість незамінних працівників, а також брали на себе більше обов'язків по піклуванню за дітьми і старшими родичами. Можна зробити висновок, що такі ролі залишали мало можливостей для грошових пожертв і приділення свого часу, незважаючи на те, що багато досліджень вказують на більшу схильність жінок до такої поведінки.

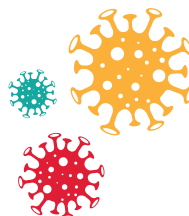
ОБМЕЖЕННЯ

Хоча у цьому дослідженні приділяється особлива увага змінам у благодійній допомозі з боку американських домогосподарств у перші місяці пандемії COVID-19, той факт, що більшість з них не змінювала її обсяги, може вважатися позитивним сигналом для благодійності. Це говорить про те, що благодійність є вкоріненою звичкою багатьох домогосподарств, яка не зникне незалежно від зміни їх особистого становища, а також те, що основні принципи фандрейзингу все ще працюють. Щоб заохотити людей продовжувати надавати допомогу, неприбуткові організації та фахівці з фендрейзингу повинні пам'ятати про важливість прямо і чітко повідомляти про свою діяльність, спрямовану на протидію і подолання наслідків COVID-19, а також, чому саме їх ініціативи потребують підтримки.

Взаємодія з донорами онлайн також є надзвичайно важливою під час та після завершення пандемії. Навіть після того, як буде вважатися безпечним проводити живі заходи, деякі особи, особливо літнього віку, або ті, що мають проблеми зі здоров'ям, можуть продовжувати з обережністю ставитися до соціальних взаємодій. Тому важливо знайти творчі шляхи залучення донорів і включити такі методи до фандрейзингових стратегій, які будуть реалізовуватися після завершення пандемії. Віртуальні події дають можливість розширити коло прихильників організації за межами основної аудиторії – наприклад, за рахунок людей, які за звичайних умов не можуть відвідувати живі зустрічі, тому що дуже зайняті або далеко живуть. Такі стратегії можуть поширюватися на фандрейзингові і волонтерські заходи, а також процеси залучення донорів і їх супроводження, а також можуть набувати гібридного формату при пом'якшенні обмежень. Дослідження показують, що створення почуття спільноти, на живих заходах чи в Інтернеті, особливо важливо для тих, хто прагне залучити жінок-донорів.

На благодійність жінок у перші місяці кризи впливали різні пов'язані з пандемією фактори – особливо невизначеність щодо економічних наслідків і обмеження, викликані локдаунами і соціальним дистанціюванням. Дослідження показують, що навіть при хорошому стані економіки жінки-донори схильні обирати негрошові форми допомоги. Фахівці з фандрейзингу можуть звертатися до жінок, які нещодавно зменшили суми своїх пожертв, щоб визначити інші способи, якими вони могли б надавати допомогу, написанням листа з подякою іншим донорам, допису у блозі про те, чому вони підтримують саме цю організацію, або навіть створенням благодійного гуртка.

Донори-жінки схильні притримуватися концепції, що колективна допомога приносить більший результат, а благодійні гуртки під час пандемії змогли надати найнеобхідніші ресурси завдяки знанню місцевих громад і кмітливості.



Нарешті, донори і неприбуткові організації повинні пам'ятати, що ситуація з часом покращиться. Навіть коли донори змушені призупинити свої внески, вони повинні залишатися частиною спільноти благодійників, а також отримувати повідомлення і оновлення від організації, яку вони підтримують. Підтримка зв'язку з такими донорами значно сприятиме тому, щоб вони поновили або навіть збільшили обсяги своєї допомоги, коли у них для цього будуть фінансові можливості. Коли у світі знову буде більше впевненості, зусилля щодо зміцнення стосунків з донорами у цей складний час приноситьимуть свої плоди ще довгі роки.



СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

¹ Erin K. Stokes, Laura D. Zambrano, Kayla N. Anderson, Ellyn P. Marder, Kala M. Raz, Suad El Burai Felix, Yunfeng Tie, and Kathleen E. Fullerton, "Coronavirus Disease 2019 Case Surveillance—United States, January 22–May 30, 2020." Morbidity and Mortality Weekly Report 2020. 69:759–765. <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/69/wr/mm6924e2.htm>

² U.S. Household Disaster Giving in 2017 and 2018, Indiana University Lilly Family School of Philanthropy, Center for Disaster Philanthropy, and Candid, 2019, <https://www.issuelab.org/resources/34757/34757.pdf>

³ Patrick Rooney, "American generosity after disasters: 4 questions answered," The Conversation, September 11, 2017, <https://theconversation.com/american-generosity-after-disasters-4-questions-answered-83277>

⁴ U.S. Household Disaster Giving in 2017 and 2018, Indiana University Lilly Family School of Philanthropy, Center for Disaster Philanthropy, and Candid, 2019, <https://www.issuelab.org/resources/34757/34757.pdf>

⁵ Patrick Rooney and Jon Bergdoll, "What happens to charitable giving when the economy falters?" The Conversation, March 23, 2020, <https://theconversation.com/what-happens-to-charitable-giving-when-the-economy-falters-133903>

⁶ Changes to the Giving Landscape, Indiana University Lilly Family School of Philanthropy and Vanguard Charitable, 2019, <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/21217/vanguard-charitable191022.pdf>

⁷ Jonathon Meer, David H. Miller, and Elisa Wulfsberg, The Great Recession and Charitable Giving, National Bureau of Economic Research Working Paper, 2020, <https://www.nber.org/papers/w22902>

⁸ Eden Stiffman, "What Happened to Giving After Past Disasters," The Chronicle of Philanthropy, March 24, 2020, <https://www.philanthropy.com/article/This-Downturn-May-Be-Worse-for/248308>

⁹ Nonprofit Fundraising Survey: Fundraising Impact of COVID-19 April 20 – May 1, 2020, CCS Fundraising, 2020, <http://go2.ccsfundraising.com/CCSPhilanthropicClimateSurvey-1stEdition.html>

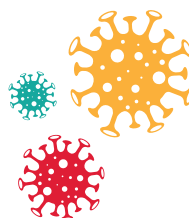
¹⁰ COVID-19 and Philanthropy: How Giving Behaviors are Shifting Amid Pandemic, Fidelity Charitable, 2020, <https://www.fidelitycharitable.org/content/dam/fc-public/docs/insights/covid-19-and-philanthropy-survey.pdf>

¹¹ COVID-19 and Philanthropy: How Giving Behaviors are Shifting Amid Pandemic, Fidelity Charitable, 2020, <https://www.fidelitycharitable.org/content/dam/fc-public/docs/insights/covid-19-and-philanthropy-survey.pdf>

¹² Influencing Young America to Act: Special COVID-19 Research Report – April 2020, Cause & Social Influence, 2020, <https://www.causeandsocialinfluence.com/research-april2020>

¹³ U.S. Household Disaster Giving in 2017 and 2018, Indiana University Lilly Family School of Philanthropy, Center for Disaster Philanthropy, and Candid, 2019, <https://www.issuelab.org/resources/34757/34757.pdf>

¹⁴ "How the Next Generation is Changing Charitable Giving," Knowledge@Wharton, University of Pennsylvania Wharton School of Business, February 13, 2018, <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/generation-impact/>; Women Give 2019: Gender and Giving Across Communities of Color, Women's Philanthropy Institute, 2019, <https://scholarworks.iupui.edu/handle/1805/18629>; Women Give 2020 – New Forms of Giving in a Digital Age: Powered by Technology, Creating Community, Women's Philanthropy Institute, 2020, <https://scholarworks.iupui.edu/handle/1805/18629>



- ¹⁵ The Next Generation of American Giving: The Charitable Habits of Generation Z, Millennials, Generation X, Baby Boomers, and Matures, Blackbaud Institute, 2018, <https://institute.blackbaud.com/asset/the-next-generation-of-american-giving-2018/>
- ¹⁶ U.S. Household Disaster Giving in 2018 and 2017, Indiana University Lilly Family School of Philanthropy, Center for Disaster Philanthropy, and Candid, 2019, <https://www.issueab.org/resources/34757/34757.pdf>
- ¹⁷ VolunteerMatch, The Impact of COVID-19 on Volunteering: A Two-Month Comparison, 2020, <https://info.volunteermatch.org/the-impact-of-covid-19-on-volunteering>
- ¹⁸ Giving USA 2020: The Annual Report on Philanthropy for the Year 2019. (2020). Chicago: Giving USA Foundation.
- ¹⁹ Eden Stiffman, "What Happened to Giving After Past Disasters," The Chronicle of Philanthropy, March 24, 2020, <https://www.philanthropy.com/article/This-Downturn-May-Be-Worse-for/248308>; Barbara Hagenbaugh, "Uncertainty is the enemy of philanthropy," USA Today, October 7, 2008, https://usatoday30.usatoday.com/news/nation/charity/2008-10-07-charity-economy_N.htm
- ²⁰ Do Women Give More? Findings from Three Unique Datasets on Charitable Giving, Women's Philanthropy Institute, 2015, <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/6984/Do%20Women%20Give%20More%20-%20Working%20Paper%201%20-%20Sept%202015.pdf>; How and Why Women Give: Current and Future Directions for Research on Women's Philanthropy, Women's Philanthropy Institute, 2015, <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/6983/How%20and%20Why%20Women%20Give%20-%20Literature%20Review%20-%20May%202015.pdf>
- ²¹ Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women, United Nations, 2020, <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/policy-brief-the-impact-of-covid-19-on-women-en.pdf?la=en&vs=1406>; Titan M. Alon, Matthias Doepke, Jane Olmstead-Rumsey, and Michèle Tertilt, The Impact of COVID-19 on Gender Equality, National Bureau of Economic Research Working Paper, 2020, <https://www.nber.org/papers/w26947.pdf>; Clare Wenham, Julia Smith, Sara E. Davies, Huiyun Feng, Karen A. Grépin, Sophie Harman, Asha Herten-Crabb, and Rosemary Morgan. "Women are most affected by pandemics—lessons from past outbreaks," Nature, July 8, 2020, <https://www.nature.com/articles/d41586-020-02006-z>; Jessica Grose, "'They go to mommy first,' How the pandemic is disproportionately disrupting mothers' careers," The New York Times, July 16, 2020, <https://www.nytimes.com/2020/07/15/parenting/working-moms-coronavirus.html>; Chabeli Carrazana, "America's first female recession," The 19th, August 2, 2020, <https://19thnews.org/2020/08/americas-first-female-recession/>
- ²² The Landscape of Giving Circles/Collective Giving Groups in the U.S., The Collective Giving Research Group, 2017, <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/14527/giving-circles2017-2.pdf>
- ²³ COVID-19 Survey Results, Nonprofit Finance Fund, 2020, <https://nff.org/covid-19-survey-results#Staff>



IUPUI ІНСТИТУТ ЖІНОЧОЇ БЛАГОДІЙНОСТІ

ШКОЛА БЛАГОДІЙНОСТІ РОДИНИ ЛІЛЛІ

ДОСЛІДЖЕННЯ, ЩО РОЗВИВАЮТЬ ЖІНОЧУ БЛАГОДІЙНІСТЬ

301 University Boulevard, Suite 3000

Indianapolis, IN 46202-3272

317-278-8990

wpiinfo@iupui.edu

@WPlinsights

#womensphilanthropy