ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ҚҰҚЫҚ ҒЫЛЫМДАРЫ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ
SOCIO-ECONOMIC AND LEGAL SCIENCES

CENTRAL ASIAN SCIENTIFIC JOURNAL
ISSN 3135-3061
2026. №4 (32), Том 2. С. 92–101
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.24132274
Сайт журнала: https://cajournal.kz

УДК 364.054

ЦИФРОВОЙ ФАНДРАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ НКО В КАЗАХСТАНЕ

Ә.Е. Мәкіш
Алматы, Казахстан

Мәкіш Әсем Еруланқызы — Магистрант 2 курса, специальность «Социальная работа», Школа социальных и прикладных наук, Университет Нархоз, Алматы, Казахстан.

Научный руководитель: Италмасова Раушан Балтабаевна — PhD по социологии, ассоциированный профессор, руководитель образовательной программы «Социальная работа», Школа социальных и прикладных наук, Университет Нархоз, Алматы, Казахстан.

© Ә.Е. Мәкіш, 2026

Аннотация: В статье рассматривается цифровой фандрайзинг как инструмент финансовой устойчивости социальных некоммерческих организаций в Казахстане. Проанализированы основные цифровые каналы сбора средств: социальные сети, банковские приложения, краудфандинговые платформы и онлайн-пожертвования через сайты организаций. Показано, что высокая цифровая активность населения и готовность к онлайн-переводам пока в основном выражаются в разовых срочных сборах, которые не обеспечивают организациям стабильного дохода. Особое внимание уделено этическим аспектам цифрового фандрайзинга в организациях, работающих с детьми, и роли социального работника. Рассмотрен международный опыт регулярных пожертвований, проверки организаций и этических стандартов. По результатам контент-анализа 11 страниц сборов казахстанских НКО, работающих с детьми, на международной платформе GlobalGiving установлено, что возможность ежемесячного пожертвования при наличии технической возможности практически не используется, а большинство обращений сосредоточено на нуждаемости, а не на результатах. Предложена модель перехода от разовых онлайн-пожертвований к регулярной поддержке.

Ключевые слова: цифровой фандрайзинг, онлайн-пожертвования, краудфандинг, социальные сети, регулярные пожертвования, финансовая устойчивость, некоммерческие организации, контент-анализ, социальная работа, Казахстан

Введение

Финансовая устойчивость социальных некоммерческих организаций (НКО) во многом зависит от того, насколько стабильно они получают средства от граждан и бизнеса. Для организаций, работающих с детьми, оставшимися без попечения родителей, это особенно важно: их работа рассчитана на годы, а не на отдельные акции.

Казахстан обладает высоким потенциалом для цифрового фандрайзинга. В конце 2025 года интернетом пользовались 19,5 млн человек, или 93,4% населения, а число аккаунтов в социальных сетях достигло 16,9 млн, что соответствует 80,8% населения [16]. Граждане активно переводят деньги онлайн: например, в 2023 году через приложение Kaspi.kz за пять дней было собрано 165 млн тенге для пострадавших от пожара в Абайской области [3]. По оценке экспертов, объём частной благотворительности, то есть сборов граждан друг для друга, достигает около 500 млрд тенге в год, тогда как государственный социальный заказ и гранты составляют около 30 млрд тенге [4].

Однако этот потенциал лишь частично доходит до социальных НКО. Значительная часть онлайн-помощи направляется напрямую конкретным людям по номеру банковской карты, минуя организации [4; 5]. При этом доля граждан, не доверяющих благотворительным фондам, выросла с 15,9% в 2021 году до 24,8% в 2025 году [2], а государство в 2026 году начало ужесточать регулирование благотворительных сборов [1; 8].

Существующие исследования цифрового фандрайзинга в Казахстане рассматривают преимущественно правовое регулирование [7; 10] или технические решения. Вопрос о том, как цифровые инструменты влияют на финансовую устойчивость социальных НКО и какие этические задачи они ставят перед социальной работой, изучен недостаточно.

Цель статьи — проанализировать цифровой фандрайзинг как инструмент финансовой устойчивости социальных НКО в Казахстане и определить условия, при которых он может обеспечивать организациям стабильную поддержку.

Задачи исследования:

1. Раскрыть теоретические основы цифрового фандрайзинга и его связь с финансовой устойчивостью.
2. Охарактеризовать основные цифровые инструменты фандрайзинга в Казахстане.
3. Обобщить международный опыт цифрового фандрайзинга и его применимость в Казахстане.
4. Выявить проблемы и ограничения цифрового фандрайзинга для социальных НКО, в том числе на основе анализа страниц сборов казахстанских организаций.
5. Определить этические требования и роль социального работника в цифровом фандрайзинге.

Теоретические основы

Под цифровым фандрайзингом понимается привлечение средств с помощью интернета и цифровых технологий: сайтов организаций, социальных сетей, краудфандинговых платформ, мобильных банковских приложений, SMS и электронных кошельков [10]. Его главное преимущество — низкая стоимость контакта с донором и большой охват аудитории.

Для финансовой устойчивости важно различать **разовые** и **регулярные** пожертвования. Разовые пожертвования обычно связаны со срочной ситуацией: болезнью ребёнка, пожаром, стихийным бедствием. Регулярные пожертвования, например ежемесячная подписка, позволяют организации планировать бюджет и не зависеть от отдельных кампаний. А. Сарджент на основе опроса 10 тыс. доноров показал, что люди прекращают поддержку не только из-за изменения финансового положения (около каждого пятого), но и потому, что переходят к другим организациям; удержание доноров зависит от качества их обслуживания, обратной связи и представления о том, какой результат даёт их пожертвование [18]. Этот подход, ориентированный на долгосрочные отношения с донором, получил название фандрайзинга отношений.

Понять, почему онлайн-помощь чаще направляется конкретным людям, а не организациям, помогает так называемый эффект идентифицируемой жертвы. Д. Смолл, Дж. Левенштейн и П. Словик в серии полевых экспериментов показали, что люди охотнее жертвуют конкретному, узнаваемому человеку, чем на помощь группе, описанной статистически; при этом добавление статистики к истории конкретного человека снижает пожертвования, а не увеличивает их [20]. Цифровая среда усиливает этот эффект: истории отдельных детей в социальных сетях вызывают быстрый эмоциональный отклик, тогда как долгосрочная работа организации выглядит менее наглядной.

Г. Сакстон и Л. Ванг на материале пожертвований через социальные сети установили так называемый эффект социальной сети: онлайн-пожертвования зависят прежде всего от размера сети подписчиков организации, тогда как её финансовая эффективность, важная для традиционных пожертвований, на онлайн-пожертвования практически не влияет [19]. Следовательно, в социальных сетях выигрывают организации с широкой и активной

аудиторией, а не обязательно самые эффективные, и для устойчивости важно, чтобы эта аудитория превращалась в постоянных доноров.

Таким образом, цифровой фандрайзинг усиливает финансовую устойчивость НКО только тогда, когда он используется не для разовых сборов, а для построения долгосрочных отношений с донорами. Эта идея определяет аналитическую рамку статьи.

Международный опыт цифрового фандрайзинга

Международная практика позволяет выделить три направления, которые делают цифровой фандрайзинг источником устойчивого дохода: инфраструктуру регулярных пожертвований, независимую проверку организаций и этические стандарты коммуникации.

Регулярные пожертвования. В развитых благотворительных секторах значительная часть онлайн-дохода поступает от постоянных доноров. По данным исследования M+R Benchmarks, в 2024 году ежемесячные пожертвования составили 31% онлайн-дохода некоммерческих организаций США; доход от них вырос на 5%, тогда как доход от разовых пожертвований остался на прежнем уровне [17]. Регулярная поддержка является одной из опор и для международной федерации SOS Children’s Villages: в 2024 году при общем доходе около 1,72 млрд евро поступления по программам опекунства и регулярного дарения составили 340 млн евро, или около 20% дохода, а разовые пожертвования и наследства — 416 млн евро, или около 24% [21, p. 29, 31]. Таким образом, в зрелых системах регулярные и разовые пожертвования сопоставимы по объёму, и регулярные выступают устойчивой основой бюджета.

Независимая проверка организаций. Международные краудфандинговые платформы решают проблему доверия за счёт проверки организаций. Платформа GlobalGiving, работающая с организациями из более чем 175 стран, изучает юридические и финансовые документы, состав руководства и потенциал организации, повторяет проверку каждые два года и требует ежеквартальных отчётов о ходе проектов, которые рассылаются донорам и публикуются открыто [14]. Другой инструмент — знаки доверия, выдаваемые независимыми экспертными организациями. В Германии знак DZI Spenden-Siegel после комплексной проверки имеют около 230 организаций, которые ежегодно получают около 2,2 млрд евро пожертвований [12].

Этические стандарты. Для организаций, работающих с уязвимыми группами, разработаны профессиональные кодексы коммуникации. Кодекс поведения ирландской ассоциации НКО Dóchas в отношении изображений и сообщений, принятый в 2007 году, требует уважать достоинство людей, использовать изображения только с их информированного согласия, избегать стереотипных и сенсационных образов и давать людям возможность рассказывать собственные истории; в 2023 году его сменило Руководство по этичной коммуникации [11]. Аналогичные принципы в отношении детей сформулированы ЮНИСЕФ [13].

Основные международные практики и их применимость в Казахстане обобщены в таблице 1.

Таблица 1 – Международные практики цифрового фандрайзинга и их применимость в Казахстане

Практика	Пример	Применимость в Казахстане
Регулярные онлайн-пожертвования	Ежемесячные пожертвования — 31% онлайн-дохода НКО США [17]; опекунство в SOS — около 20% дохода [21]	Технически доступна через сайты и платформы; требует развития культуры регулярной поддержки
Проверка организаций платформой	GlobalGiving: проверка документов, повторная проверка раз в два года, ежеквартальные отчёты [14]	Отсутствие подобных национальных платформ; частично компенсируется единым цифровым ресурсом с 2027 года [1]

Практика	Пример	Применимость в Казахстане
Знаки доверия	DZI Spenden-Siegel в Германии — около 230 организаций [12]	Может стать инициативой ассоциаций НКО
Этические кодексы коммуникации	Кодекс Dóchas [11], принципы ЮНИСЕФ [13]	Может быть закреплён во внутренних правилах организаций

Методология

Исследование носит качественный характер и сочетает четыре метода.

1. **Анализ аналитических и правовых материалов** о фандрайзинге в Казахстане, подготовленных Международным центром некоммерческого права (ICNL) [7; 10], а также законодательных инициатив 2026 года [1; 8].

2. **Вторичный анализ данных** о цифровой активности населения, доверии к благотворительности и публичных экспертных оценках практики онлайн-сборов [2–6; 16].

3. **Сравнительный анализ международного опыта** по материалам исследований, отчётов и стандартов зарубежных организаций [11; 12; 14; 17; 21].

4. **Контент-анализ страниц сборов.** Объектом стали страницы проектов казахстанских организаций, работающих с детьми, на международной краудфандинговой платформе GlobalGiving [15]. Выбор платформы обусловлен тем, что она публикует сопоставимые сведения о каждом сборе: собранную сумму, цель, число доноров, наличие ежемесячной подписки и отчёты о ходе проекта. В выборку включены все проекты, найденные по запросам о детях в Казахстане на дату сбора данных (10 ноября 2026 года): 11 проектов семи организаций. Каждая страница оценивалась по критериям: статус сбора, собранная сумма и цель, число доноров, наличие ежемесячной подписки и число ежемесячных доноров, наличие результатов в цифрах, упоминание конкретных детей по имени, преобладающий акцент обращения (нуждаемость или результаты).

Ограничения исследования. Международная платформа ориентирована преимущественно на зарубежных доноров, поэтому выборка отражает лишь часть цифровых каналов казахстанских НКО и не охватывает сборы через социальные сети, банковские приложения и собственные сайты организаций. Сведения о некоторых закрытых проектах опубликованы на платформе не полностью. Результаты контент-анализа носят пилотный характер и не могут быть распространены на весь сектор.

Результаты

1. Цифровые инструменты фандрайзинга в Казахстане

Правовая основа для онлайн-фандрайзинга в Казахстане существует: НКО могут принимать пожертвования через собственные сайты, банки, платёжные системы, мобильных операторов и терминалы [7, с. 5]. При этом специального регулирования краудфандинга нет, и он подчиняется общим нормам гражданского законодательства [7, с. 7]. По оценке ICNL, наиболее популярными остаются пожертвования через банки и благотворительные фонды, а краудфандинговые платформы находятся на начальной стадии развития [7, с. 43–44]. Возможности и ограничения основных инструментов обобщены в таблице 2.

Таблица 2 – Цифровые инструменты фандрайзинга и их значение для финансовой устойчивости НКО

Инструмент	Возможности	Ограничения для устойчивости
Социальные сети (Instagram, TikTok и др.)	Большой охват: Instagram — 13,1 млн пользователей [16]; истории, видео, прямой контакт с аудиторией	Поддерживают в основном короткие кампании; сборы часто идут по номеру карты без отчёта о результате [4]
Мобильные банковские приложения	Быстрые переводы, высокое доверие к банкам [7, с. 43]; эффективны в срочных сборах [3]	Преобладают разовые пожертвования на срочные нужды

Инструмент	Возможности	Ограничения для устойчивости
Краудфандинговые платформы	Видимая цель, прозрачный ход сбора, закрытие сбора после достижения суммы [4]	Мало распространены, нет специального регулирования [4; 7, с. 7]
Сайт НКО с онлайн-оплатой и подпиской	Возможность регулярных ежемесячных пожертвований и прямых отношений с донором	Требует посещаемости сайта, технических ресурсов и постоянной коммуникации
SMS, электронные кошельки, терминалы	Простота и доступность для разных групп населения [10]	Небольшие суммы, слабая связь донора с организацией

Как видно из таблицы 2, большинство популярных в Казахстане инструментов лучше подходят для разовых срочных сборов, чем для регулярной поддержки. Наиболее подходящий для устойчивости инструмент — регулярные пожертвования через сайт организации — требует от НКО ресурсов, которыми располагают далеко не все организации.

2. Проблемы цифрового фандрайзинга для социальных НКО

Анализ позволяет выделить пять ключевых проблем.

1. **Конкуренция с адресными сборами.** Сборы граждан на личные нужды через социальные сети глубоко укоренены в культуре взаимопомощи, и их полный запрет эксперты считают нереалистичным [6]. Такие сборы привлекают значительные средства, но отвлекают внимание доноров от организаций, которые работают системно. Эффект идентифицируемой жертвы [20] делает срочный сбор для конкретного ребёнка более привлекательным для донора, чем поддержка постоянной работы с детьми.

2. **Недоверие и мошенничество.** Сборы на личные карты затрудняют отличие добросовестных организаций от мошенников; при этом мошенники используют фотографии детей и реквизиты чужих счетов [5]. Среди причин недоверия к фондам граждане чаще всего называют непрозрачность и слабый контроль [2]. Онлайн-доноры, как правило, не видят, сколько уже собрано и достигнута ли цель сбора [4].

3. **Слабая техническая и кадровая база НКО.** По экспертным оценкам, в Казахстане зарегистрировано около 27 тыс. НКО, из которых активно работают около 9 тыс.; многие организации ведут учёт вручную, в таблицах и бумажных журналах [4]. У небольших социальных НКО, как правило, нет отдельных специалистов по цифровому маркетингу и фандрайзингу, хотя эффективность онлайн-сборов напрямую зависит от активности организации и её медиаплана [7, с. 43].

4. **Меняющееся регулирование.** С 1 января 2027 года благотворительные организации обязаны размещать сведения о себе и годовые отчёты на едином цифровом ресурсе [1]. В октябре 2026 года на обсуждение вынесен законопроект, который распространяет требования об отчётности на граждан, открывающих сборы, и обязывает фиксировать административные расходы в договорах с благотворителями [8]. Эти меры повышают прозрачность, но увеличивают нагрузку на небольшие организации.

5. **Преобладание разовой помощи.** В совокупности перечисленные факторы приводят к тому, что цифровая щедрость граждан выражается главным образом в разовых срочных переводах. Социальные НКО получают от цифровых каналов внимание аудитории, но значительно реже — регулярный доход, необходимый для финансовой устойчивости.

3. Сборы казахстанских НКО на платформе GlobalGiving

Результаты контент-анализа 11 страниц сборов представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Сборы казахстанских организаций, работающих с детьми, на платформе GlobalGiving

Организация и направление проекта	Статус	Собрано (цель), долл. США	Доноры (из них ежемесячные)	Акцент обращения
Фонд «Дара»: наставники для подростков из детских домов	Активен	33 036 (50 000)	153*	Результаты

Организация и направление проекта	Статус	Собрано (цель), долл. США	Доноры (из них ежемесячные)	Акцент обращения
Фонд «Қасиетті Жол»: реабилитация детей с ДЦП	Закрыт	22 162 (—)	471 (0)	Результаты
ОФ «Устойчивое развитие местных сообществ»: оборудование для выхаживания новорождённых	Активен	18 029 (680 937)	13*	Нуждаемость
Фонд «Эльданы»: кабинет терапии для детей с инвалидностью	Закрыт	более 5 000 (—)	н/д	Нуждаемость
Фонд «Аяла»: лечение желтухи новорождённых	Завершён	2 875 (—)	н/д	Нуждаемость
Фонд «Аяла»: обучение врачей-неонатологов	Активен	1 624 (10 000)	13 (0)	Результаты
Фонд «Аяла»: помощь детям, пострадавшим от паводков	Завершён	1 035 (—)	6 (0)	Нуждаемость
ОФ «Үміт үзбеу» (Павлодар): помощь детям с инвалидностью	Закрыт	227 (—)	3 (0)	Нуждаемость
ОФ Teach for Qazaqstan: инклюзивное обучение	Активен	1 (1 000)	2	Нуждаемость
Фонд «Аяла»: оборудование для недоношенных детей	Активен	0 (5 000)	0 (0)	Нуждаемость
Фонд «Аяла»: сохранение зрения новорождённых	Завершён	н/д	н/д	Нуждаемость

Примечание: составлено автором по данным страниц проектов на платформе GlobalGiving [15]; «н/д» — сведения на странице не опубликованы; «—» — цель не указана; * — указано число пожертвований, число доноров не опубликовано.

Обобщённые результаты анализа по критериям приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Обобщённые результаты контент-анализа страниц сборов (n = 11)

Критерий	Число проектов
Ежемесячная подписка доступна (из активных проектов)	5 из 5
Есть хотя бы один ежемесячный донор (среди проектов, где это указано)	0 из 5
Обращение сосредоточено на результатах, а не на нуждаемости	3 из 11
Достигнутые результаты для детей приводятся в цифрах	2 из 11
Конкретные дети упоминаются по имени	1 из 11
Доля двух крупнейших сборов в общей собранной сумме	около 66%

Примечание: составлено автором.

Анализ позволяет сделать четыре вывода.

Во-первых, **техническая возможность регулярной поддержки не превращается в регулярную поддержку**. Платформа предлагает ежемесячную подписку на всех активных проектах, однако ни на одной из пяти страниц, где публикуется число ежемесячных доноров, их нет. Даже наиболее успешный по числу доноров сбор фонда «Қасиетті Жол» (471 донор) не привлёк ни одного постоянного жертвователя. Это подтверждает, что наличие инструмента само по себе не формирует отношений с донором, о которых пишет А. Сарджент [18].

Во-вторых, **средства распределены крайне неравномерно**: два сбора из одиннадцати («Дара» и «Қасиетті Жол») привлекли около двух третей всей суммы, тогда как три проекта собрали менее 300 долларов каждый, причём один из них не получил ни одного пожертвования. Оба успешных сбора объединяет то, что их обращения построены на демонстрации результатов, а отчёты содержат конкретные цифры: число детей, получивших наставников или реабилитацию.

В-третьих, **большинство обращений (8 из 11) сосредоточено на нуждаемости**: нехватке оборудования, масштабе проблемы, тяжёлом положении детей. Отчёты многих проектов описывают закупки, а не изменения в жизни детей. Это ограничивает возможность показать донору, к какому результату привело его пожертвование, что, по данным А. Сарджента, является одним из факторов удержания донора [18].

В-четвёртых, **личные истории детей используются редко**: только в отчётах фонда «Дара» дети упоминаются по именам при описании их достижений. В остальных случаях организации говорят о детях обобщённо. С одной стороны, это соответствует этическим принципам [11; 13], с другой — показывает, что организации пока не нашли формы рассказа о результатах, которая была бы одновременно этичной и вовлекающей.

Кроме того, история фонда «Қасиетті Жол» показывает уязвимость организаций, зависящих от разовых сборов: в отчёте 2024 года фонд сообщил о приостановке деятельности и попросил доноров временно не направлять средства [15].

4. Цифровой фандрайзинг с позиции социальной работы

Для организаций, работающих с детьми, цифровой фандрайзинг связан с особыми этическими рисками. Стремление вызвать эмоциональный отклик подталкивает к публикации фотографий, имён и тяжёлых историй детей. Однако этические принципы ЮНИСЕФ требуют уважать достоинство каждого ребёнка, ставить его интересы выше любых других целей, получать согласие ребёнка и его законного представителя, защищать частную жизнь и не допускать дополнительной стигматизации [13]. Сходные требования содержит кодекс Dóchas, который, помимо прочего, рекомендует давать людям возможность самим рассказывать свои истории [11]. Публикация истории ребёнка-сироты в социальной сети остаётся в интернете навсегда и может повлиять на его взрослую жизнь.

Таким образом, перед социальными НКО стоит дилемма: эффект идентифицируемой жертвы делает личные истории наиболее действенным инструментом сбора средств [20], а профессиональная этика ограничивает их использование. Решением может стать смещение акцента с «нуждаемости» ребёнка на результаты работы организации: рассказы о достижениях подопечных без раскрытия личности, истории выпускников, которые сами согласились выступить, обобщённые данные о том, что изменилось благодаря помощи.

В этом контексте возрастает роль социального работника. Он обладает информацией о реальных результатах работы с детьми и семьями, которая нужна для честной коммуникации с донорами. Одновременно именно социальный работник способен оценить, не навредит ли публикация конкретному ребёнку, и выступить гарантом этических стандартов в фандрайзинговых кампаниях.

Обсуждение

Полученные результаты показывают, что проблема цифрового фандрайзинга социальных НКО в Казахстане состоит не в нехватке доноров или технологий, а в характере онлайн-помощи. Граждане охотно помогают через интернет, однако их помощь преимущественно разовая и адресная. Это согласуется с выводами о том, что онлайн-пожертвования зависят прежде всего от эмоций и сетевых связей [19; 20]. Следовательно, для финансовой устойчивости НКО важно не столько увеличивать число разовых сборов, сколько переводить разовых онлайн-доноров в регулярных, как предлагает подход фандрайзинга отношений [18]. Результаты контент-анализа подтверждают этот вывод: даже там, где ежемесячная подписка технически доступна, казахстанские организации не получают постоянных доноров, а наибольшие суммы собирают те, кто показывает результаты своей работы в цифрах. Международный опыт показывает, что регулярная

поддержка становится массовой при сочетании трёх условий: удобной инфраструктуры подписки, независимой проверки организаций и честной коммуникации о результатах [12; 14; 17].

Цифровые инструменты могут дополнять уже существующие у организаций каналы фандрайзинга, например корпоративные партнёрства. Так, фонд «SOS Детские деревни Казахстана» получает поддержку корпоративных и благотворительных партнёров, которые передавали семьям квартиры и технику [9]. Онлайн-коммуникация позволяет поддерживать отношения с такими партнёрами и с частными донорами между отдельными акциями. На основе анализа предлагается модель перехода от разового онлайн-пожертвования к регулярной поддержке (таблица 5).

Таблица 5 – Модель перехода от разового онлайн-пожертвования к регулярной поддержке

Этап	Действия организации	Роль социального работника
Привлечение	Публикации в социальных сетях о результатах работы, а не только о нуждах; ясные способы перевода на счёт организации, а не на личные карты	Предоставление обезличенных данных о результатах; проверка этичности материалов
Первое пожертвование	Простая онлайн-оплата на сайте или через банковское приложение с указанием цели	—
Благодарность и отчёт	Быстрая благодарность и короткий отчёт о том, на что пошли средства	Подготовка сведений о том, что изменилось для детей
Предложение регулярной поддержки	Предложение ежемесячной подписки на небольшую сумму	—
Удержание	Регулярные отчёты, публикации на едином цифровом ресурсе [1], приглашения на открытые мероприятия	Участие во встречах с донорами, рассказ о работе с соблюдением конфиденциальности

Рекомендации.

– **социальным НКО:** принимать пожертвования только на счета организации, развивать регулярные онлайн-пожертвования через сайт, использовать социальные сети для демонстрации результатов, а не только для срочных сборов;

– **социальным работникам:** систематически фиксировать результаты работы с подопечными и участвовать в подготовке фандрайзинговых материалов, следя за соблюдением прав и достоинства детей;

– **государственным органам и банкам:** поддержать развитие краудфандинговых платформ с прозрачным ходом сбора и предусмотреть методическую помощь небольшим НКО при внедрении новых требований к отчётности.

Заключение

Казахстан обладает высоким потенциалом цифрового фандрайзинга: большинство населения пользуется интернетом и социальными сетями, а граждане активно помогают через онлайн-переводы. Однако этот потенциал реализуется главным образом в разовых и адресных сборах, которые не обеспечивают социальным НКО стабильного дохода.

Контент-анализ страниц сборов казахстанских НКО, работающих с детьми, на платформе GlobalGiving показал, что техническая возможность ежемесячной подписки не используется донорами, средства концентрируются в немногих сборах, а большинство обращений сосредоточено на нуждаемости, а не на результатах. Основными препятствиями также являются конкуренция с личными сборами, недоверие и мошенничество, слабая техническая и кадровая база организаций, а также меняющееся регулирование. Для организаций, работающих с детьми, цифровой фандрайзинг дополнительно связан с этическими рисками использования личных историй детей.

Цифровой фандрайзинг становится инструментом финансовой устойчивости тогда, когда организация использует его для построения долгосрочных отношений с донорами: от первого онлайн-пожертвования через благодарность и отчёт к регулярной поддержке. Важную роль в этом процессе играет социальный работник, который обеспечивает честную коммуникацию о результатах и защиту интересов детей. Перспективным направлением дальнейших исследований является эмпирическое изучение цифровых практик конкретных социальных НКО и мотивации их онлайн-доноров.

Список литературы:

1. В Казахстане создадут единую базу благотворительных фондов: что изменится с 2027 года [Электронный ресурс] // Tengrinews.kz. 2026. 20 окт. URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/blagotvoritelnyie-fondyi-kazahstane-obyajut-raskryivat-611250/ (дата обращения: 10.11.2026).

2. Каждый четвертый не верит: как скандалы с благотворительностью в Казахстане ударили по доверию [Электронный ресурс] // Inbusiness.kz. 2026. 18 марта. URL: https://www.inbusiness.kz/ru/last/kazhdyj-chetvertyj-ne-verit-kak-skandaly-s-blagotvoritelnostyu-v-kazahstane-udarili-po-doveriyu (дата обращения: 10.11.2026).

3. Казахстанцы собрали 200 млн тенге вместе с Kaspi.kz для пострадавших от пожара [Электронный ресурс] // Bizmedia.kz. 2023. 15 июня. URL: https://bizmedia.kz/2023-06-15-kazahstanczy-sobrali-200-mln-tenge-vmeste-s-kaspi-kz-dlya-postradavshih-ot-pozhara/ (дата обращения: 10.11.2026).

4. «Мы можем сделать честность измеримой» – эксперт о цифровизации некоммерческого сектора Казахстана [Электронный ресурс] // Digitalbusiness.kz. 2026. 22 июля. URL: https://digitalbusiness.kz/2026-07-22/mi-mozhem-sdelat-chestnost-izmerimoy-ekspert-o-tsifrovizatsii-nekommercheskogo-sektora-kazahstana/ (дата обращения: 10.11.2026).

5. «Однозначно, тем, кто ходят с коробками на базарах, на улицах города, я бы не доверял». Благотворительные фонды о проблемах [Электронный ресурс] // BES.media. 2024. 9 сент. URL: https://bes.media/news/odnoznachno-tem-kto-hodyat-s-korobkami-na-bazarah-na-ulitsah-goroda-ya-bi-ne-doveryal-blagotvoritelnie-fondi-o-problemah/ (дата обращения: 10.11.2026).

6. Почему запретить сборы невозможно, несмотря на кейс Перизат Кайрат [Электронный ресурс] // Tengrinews.kz. 2024. 14 нояб. URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/pochemu-zapretit-sboryi-nevozmojno-nesmotrya-keys-perizat-554034/ (дата обращения: 10.11.2026).

7. Салибекова Р. Регулирование фандрайзинговой деятельности НКО с использованием безналичных платёжных систем в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. Международный центр некоммерческого права (ICNL), 2018. 46 с. URL: https://www.icnl.org/wp-content/uploads/Research-on-Crowdfunding-KZ_rus_FINAL-11-26.pdf (дата обращения: 10.11.2026).

8. Сборы денег на личные нужды в соцсетях будут контролировать в Казахстане [Электронный ресурс] // Informburo.kz. 2026. 22 окт. URL: https://informburo.kz/novosti/sbory-deneg-na-licnye-nuzdy-v-socsetiax-budut-kontrolirovat-v-kazaxstane (дата обращения: 10.11.2026).

9. Тридцать лет заботы и тепла: итоги и планы фонда «SOS Детские деревни Казахстана» [Электронный ресурс] // Forbes Kazakhstan. 2024. 25 окт. URL: https://forbes.kz/articles/tridtsat-let-zaboty-i-tepla-itogi-i-plany-fonda-sos-detskie-derevni-kazahstana-3f3e93 (дата обращения: 10.11.2026).

10. Digital Fundraising in Kazakhstan [Electronic resource] // International Center for Not-for-Profit Law (ICNL). 2020. URL: https://www.icnl.org/post/news/the-legal-regulation-of-noncommercial-organizations-on-fundraising-with-the-use-of-electronic-means (accessed: 10.11.2026).

11. Dóchas. The Dóchas Guide to Ethical Communications [Electronic resource]. 2023. URL: https://dochas.ie/resources/communications-pe/ethical-communications (accessed: 10.11.2026).

12. DZI Spenden-Siegel: Pressemitteilung vom 25.11.2025 [Electronic resource] // Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI). 2025. URL: https://www.dzi.de/wp-content/uploads/2025/11/DZI_PM_25Nov2025.pdf (accessed: 10.11.2026).

13. Ethical reporting guidelines [Electronic resource] // UNICEF. URL: https://www.unicef.org/media/reporting-guidelines (accessed: 10.11.2026).

14. GlobalGiving. How It Works: Vetting [Electronic resource]. URL: https://www.globalgiving.org/aboutus/how-it-works/vetting/ (accessed: 10.11.2026).

15. GlobalGiving. Project pages of Kazakhstan organizations [Electronic resource]. URL: https://www.globalgiving.org/projects/ (projects: gift-personal-mentors-to-100-orphans-in-kazakhstan;

support-26-000-children-with-palsy-in-kazakhstan; help-newborn-nicu-in-rural-areas-of-kazakhstan; pain-relief-for-155-disabled-children; help-to-cure-newborns-from-jaundice-in-kazakhstan; saving-babies-training-doctors-in-kazakhstan; help-1000-children-affected-by-flood-in-kazakhstan; rublic-fund-ymit-yzbeu-18307; inclusive-learning-in-kazakhstans-regional-school; breath-life-saving-premature-babies-in-kazakhstan; help-newborns-preserve-their-vision-in-kazakhstan) (accessed: 10.11.2026).

16. Kemp S. Digital 2026: Kazakhstan [Electronic resource] // DataReportal. 2025. 8 Nov. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2026-kazakhstan (accessed: 10.11.2026).

17. M+R Benchmarks 2025: Key Findings [Electronic resource] // M+R. 2025. URL: https://2025.mrbenchmarks.com/key-findings.html (accessed: 10.11.2026).

18. Sargeant A. Relationship fundraising: How to keep donors loyal // Nonprofit Management and Leadership. 2001. Vol. 12, no. 2. P. 177–192.

19. Saxton G.D., Wang L. The social network effect: The determinants of giving through social media // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 2014. Vol. 43, no. 5. P. 850–868.

20. Small D.A., Loewenstein G., Slovic P. Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 2007. Vol. 102, no. 2. P. 143–153.

21. SOS Children’s Villages International. Annual Report 2024 [Electronic resource]. 2025. URL: https://www.soschildrensvillages.ca/sites/default/files/2025-12/Intl_Annual_Report_2024_EN.pdf (accessed: 10.11.2026).

© Central Asian Scientific Journal, 2026