

Як рахувати виборчі кошти?

Про посібник

I. Навіщо рахувати гроші в політиці? Замість вступу

II. Оцінка політичного фінансування: складнощі та перспективи спроб виміряти обсяг айсберга

III. Законодавче регулювання виборчих фінансів

IV. Чи можна дізнатися про статки партій та кандидатів? До питання про декларації про доходи

V. З чого складається вартість виборчої кампанії?

VI. Почім кампанія? Приблизний цінник

VII. Як пахнуть гроші в політиці?

Тести для вимірювання рівня прозорості виборчого фінансування у країні

VIII. Гроші і вибори. Висновки та пропозиції

Про посібник

Посібник з оцінки фінансування виборчої кампанії для допитливих виборців, аналітиків і політичних конкурентів

Посібник з оцінки фінансування виборчої кампанії та витрат політичних партій і блоків на її ведення спирається на норми чинного законодавства, зокрема законів України "Про вибори народних депутатів України" та "Про політичні партії", а також на експертні оцінки стандартних бюджетів виборчих кампаній (згідно з категоріями, зазначеними в офіційних фінансових звітах партій та блоків за виборчу кампанію 1998 року). Посібник дасть політичним активістам та виборцям можливість зробити власні висновки щодо рівня прозорості фінансування конкретних партій і блоків.

Це видання було підготовлено Фондом "Європа XXI" за підтримки Агентства міжнародного розвитку США та Міжнародного фонду "Відродження" (угода № 2201341 від 26.03.2002 р.). Всі висновки та інтерпретації, викладені в цій книзі, відображають виключно точку зору авторів і можуть не збігатися з політикою чи точками зору Агентства міжнародного розвитку США та Міжнародного фонду "Відродження".

Передрук матеріалів Фонду "Європа XXI" повністю чи частково можливий за умови отримання згоди. Цитування та використання наведених у книзі даних вітається за умови зазначення джерела.

I. Навіщо рахувати гроші в політиці? Замість вступу

Серед найбільш проблемних і водночас замовчуваних з ряду об'єктивних та суб'єктивних причин питань виборчого процесу сховалася й досі "глуха" тема політичних фінансів. Надто коли йдеться про контроль за фінансовими потоками, задіяними у виборчій кампанії. До числа недосконалостей чинного законодавства у цій сфері, до проблем, створюваних партіям і їх потенційним та реальним спонсорам неоднозначним ставленням до дотримання чинного податкового законодавства, тут додається ще й ставлення до грошей як до чогось винятково "інтимного", що не можна розглядати й обговорювати відкрито. Однак на хвилі загальної дискусії про підвищення прозорості влади тема партійних фінансів привертає дедалі більшу увагу аналітиків і пересічних спостерігачів, які час від часу стають виборцями.

Чому питання про джерела фінансування виборчих зусиль політичних партій (блоків) і

окремих кандидатів повинно турбувати громадськість?

- Прозорість надходжень до виборчих фондів продемонструє, що, по-перше, саме цій партії (цьому блоку) нема чого приховувати від своїх виборців, що саме ці політики, відкриваючи для суспільства "найінтимнішу" сторону політичного процесу, тим самим запрошують співгромадян розділити свої цінності і програмні цілі та показують, що "цим хлопцям" можна довіряти.
- Прозорість надходжень до виборчих фондів допоможе зменшити соціальну апатію, розчарування і недовіру громадян до "куплених" політиків та законотворчого процесу загалом.
- Прозорість надходжень до виборчих фондів і обмеження рівня витрат на ведення кампанії скоротить можливості депутатів щодо "відбивання" витрачених коштів у ході діяльності в парламенті, що позитивно вплине на якість прийнятих парламентом законів.
- Прозорість надходжень до виборчих фондів скоротить можливості для позаправового лобізму (політичної корупції).
- Прозорість надходжень до виборчих фондів працюватиме як елемент протидії принципу "Хто платить той і замовляє музику", особливо зважаючи на те, що в даному випадку в кінцевому рахунку платить за все саме виборець — за настановами недолугих законів.

Винесення теми політичного фінансування на відкрите обговорення та прийняття законодавства, яке передбачатиме державне фінансування партій, а відтак і державний контроль за політичним фінансуванням, вважається ефективним методом запровадження більшої прозорості в політиці. Однак досі положення закону щодо обов'язкового надання інформації про річні бюджети та витрати політичних партій на проведення виборчих кампаній успішно ігнорувалися, тож більша частина фінансових потоків у політиці й далі залишається в "тіні". З огляду на важливість запобігання залученню тіньових коштів (як відносно "чистих", так і кримінальних) у президентську виборчу кампанію 2004 року питання потребує якнайшвидшого й ефективного розв'язання. Як саме має вирішуватися ця проблема, якщо досі включення більш жорстких норм до нового виборчого законодавства не справляло принципового впливу на підвищення прозорості партійних фінансів у виборчій кампанії? Ба навіть понад те, законодавство в даному випадку, як виявилось, можна безкарно порушувати (щоправда, лише декому з вибраних). Та безкоштовного не буває нічого, і, потрапляючи "на гачок", можна багато чого втратити. У свою чергу, виборця важко обдурити, а деякі партії вже мали змогу переконатись у тім, що не звертати на нього уваги рівнозначно політичній смерті.

Очевидно, що просто заради самозбереження і партії, й депутати-мажоритарники мають зробити крок у цьому напрямку. Хоча жодне з відомих нам опитувань не містило спроби визначити, яку саме роль відіграє відсутність прозорої і достовірної інформації про фінансування виборчої кампанії у загальному (надвисокому) рівні недовіри громадян України до Верховної Ради й інституту президентства, ймовірно, що саме реальне посилення контролю за фінансуванням виборчих кампаній допомогло б переконати широкі кола виборців у тому, що їхні обранці — це не лише "грошові мішки" чи їхні ставленики...

Як доводить світова практика, повністю відкритих і прозорих у фінансовому плані кампаній не буває. Зате є спроби такими їх зробити. Скандал із Гельмутом Кодем у Німеччині, скандали навколо особистості знов обраного президента Франції Жака Ширака свідчать про те, що проблема фінансування політики вкрай важлива для суспільства, яке хоче знати, кого

воно наймає собі на службу шляхом виборів. Зрештою, це один із показників того, що це суспільство є не керованою отарою, не загоном бійців за краще майбутнє, а співтовариством громадян. Яке має повне право знати, що саме воно обирає. Процес фінансування кампанії може красномовно довести, наскільки спроможною й самостійною у своїх рішеннях є та чи інша сила і чи варто її підтримувати. Зрештою, те, в який спосіб партія чи кандидат спочатку отримує, а потім витрачає отримані на проведення виборчої кампанії кошти, може сказати надзвичайно багато навіть початківцю у важкій справі спостереження за політичним життям. Не кажучи вже про його професійних учасників.

З іншого боку, багато про що може сказати й те, як ставиться до фінансування політичних процесів і виборів — кульмінаційних моментів суспільного життя — організм, що його ми називаємо державою. І зокрема як різні політичні сили заохочуються до прозорого проведення кампанії, наскільки повно фінансуються виборчі комісії і чи взагалі можна вкластись у виборчий бюджет, визначений законом.

У світі існує чимало методів підрахунку вартості різних виборчих кампаній — від виборів місцевого рівня аж до виборів глави держави (якщо обрання такого передбачене законодавством даної країни). Готуючи цей посібник, ми не ставили собі на меті проведення теоретичного дослідження, а натомість прагнули запропонувати зацікавленій громадськості досить простий і доступний метод аналізу виборчих фінансів. Питання про гроші, які "крутяться" в політиці, а особливо у виборчих кампаніях всіх видів і рівнів, далеко не риторичне. Громадянам, які поважають себе, не може бути байдуже, хто платить за політичні рішення і закони, що їх усім нам доводиться виконувати.

II. Оцінка політичного фінансування: складнощі та перспективи спроб виміряти обсяг айсберга

Проблеми оцінки політичного фінансування загалом і фінансування виборчих кампаній зокрема можна умовно розподілити на такі групи:

- 1) законодавчі проблеми;
- 2) методологічно-технічні проблеми;
- 3) проблеми ставлення учасників виборчого процесу до прозорості політичних фінансів;
- 4) проблеми ставлення суспільства до (не)прозорості політичних фінансів.

Законодавчі нюанси і фінансово-політична стихія

На рівні законодавства про політичні партії та про вибори складнощі починаються з того, що й досі жоден із законів про вибори, котрі приймалися в Україні з початку її незалежної державності, не зміг забезпечити належної прозорості фінансування політичних процесів. Більше того, в жодному з уже прийнятих законів не було передбачено жодного механізму забезпечення такої прозорості.

Натомість маємо:

- нечіткість викладення питання про фінансування кампанії у законі про вибори, особливо в частині контролю за витрачанням коштів та механізмів виявлення порушень;
- здійснення лівової частки витрат на ведення кампанії до її офіційного початку і навіть до

відкриття виборчого рахунку — наприклад, передоплата за рекламу в ЗМІ, роздавання різноманітних "подарунків" виборцям, проведення масових акцій та шоу за підтримки партій;

- застосування адміністративного ресурсу, яким фактично підмінюється діяльність місцевих осередків політичних партій (знову ж таки, до початку офіційної кампанії, а отже, цілком законно);

- розпорядники виборчого фонду партії чи блоку не несуть відповідальності за будь-які витрати, що здійснюються партією (блоком) чи третіми особами на її користь у рамках виборчої кампанії. Фактично вони відповідають виключно за правильне складення та вчасне подання звіту про надходження коштів на виборчий рахунок партії (блоку) і витрати з нього;

- вимога про те, що "добровільний внесок громадянина України до виборчого фонду партії (блоку) приймається установою банку або відділенням зв'язку за умови представлення громадянином документа, передбаченого у частині другій статті 2 цього закону. У платіжному документі при цьому обов'язково вказуються прізвище, ім'я, по батькові, дата народження та адреса місця проживання громадянина", різко звужує коло осіб, готових зробити "прозорий" внесок на виборчий рахунок партії (блоку), з огляду на те, що багато громадян отримують лише частину своїх доходів в офіційному секторі;

- переконаність (часто небезпідставна) в можливості тиску з боку центральних і місцевих органів влади, зокрема наглядових інстанцій, якщо внесок робиться на рахунок партії, до якої діюча влада не є прихильною;

Закон про вибори депутатів Верховної Ради (від 18 жовтня 2001 р.) — вперше в українському законодавстві — передбачає санкції за використання коштів під час виборчої кампанії поза виборчим фондом партії (блоку) — аж до зняття суб'єкта виборчих перегонів з реєстрації. Однак досвід щойно завершеної кампанії аж ніяк не свідчить про те, що це положення закону було сприйнято всерйоз.

Закон фактично дозволяє контролюючим органам вибірково ігнорувати суттєві розбіжності між дозволеним розміром виборчого фонду політичної партії, виборчого блоку чи окремого кандидата, офіційно задекларованими учасниками виборчих перегонів сумами витрат на ведення виборчої кампанії і реальною ринковою вартістю робіт, товарів та послуг, пов'язаних з веденням такої кампанії.

Методологічно-технічні складнощі

На рівні методології і технічних питань підрахунок коштів, що використовуються політичними силами для участі у виборчих кампаніях, пов'язаний з відсутністю чітких критеріїв і єдиного підходу — починаючи з того, що немає законодавчо визначеної відповіді на питання про те, що саме є "витратами на ведення кампанії", а що — поточними витратами партії. Закон про вибори 2001 року не врахував того, що фактично виборча кампанія стартувала ще навесні 2001 року і значну частину витрат було зроблено до її офіційного початку — 31 грудня 2001 року.

Отже, маємо офіційні звіти партій (блоків). Маємо також методологію оцінки вартості окремих елементів виборчої кампанії — зокрема ту, яку було застосовано в проєкті коаліції "Свобода вибору" для оцінки витрат на політичну рекламу: математичним шляхом обраховувалась тривалість використаного на неї ефірного часу (обсяг газетної площі), а отриману цифру множили на офіційні тарифи на рекламу (за законом незмінні на весь час виборчої кампанії для всіх замовників), надані телеканалами, радіостанціями та редакціями

друкованих видань. Маємо й експертні оцінки, згідно з якими суми, вказані в партійних звітах, є гранично заниженими. За законом про політичні партії ми повинні мати звіти політичних партій про всі їх доходи і видатки. Але про випадки оприлюднення таких звітів нам не відомо.

Проблеми на рівні ставлення учасників виборчого процесу до прозорості політичних фінансів

- Навіть найдемократичніші з партійців у принципі не мають нічого проти непрозорого фінансування й застосування адмінресурсу — за умови, що ці засоби застосовуються ними або на їхню користь.
- Виборча кампанія пройшла під знаком активного пошуку всіма гравцями адмінресурсу, який частково заміняє і (або) посилює фінансовий ресурс, та конкуренції за нього.
- Як "олігархічні", так і "демократичні" партії однаково не зацікавлені в оприлюдненні повної картини своїх фінансів.
- Причини — нереалістичність дозволених розмірів виборчих фондів, наявність великого "сірого" сектора економіки і можливість висунення проти політичних конкурентів, особливо опозиційних до влади, звинувачень у порушенні економічного (зокрема податкового) законодавства.
- Мотивів, які можуть спонукати партію (блок) до якнайповнішого розкриття тонкощів свого фінансування, значно менше, аніж мотивів, котрі реально спонукають їх до використання "тіньового" фінансування.

Проблеми на рівні ставлення суспільства до (не)прозорості політичних фінансів

Сьогодні наше суспільство перебуває на початковому етапі усвідомлення важливості контролю за фінансуванням політичних партій, а особливо їх виборчих кампаній.

"Прозорість" кампанії була досягнута — всі знали про зловживання і порушення, але ж "справедливість" не є автоматичним наслідком прозорості.

Громадськість загалом ставиться до політичного фінансування як до чогось такого, що не піддається обліку і є вибухонебезпечним предметом для ретельного вивчення. Більше того, громадськість вважає, що не має змоги впливати на процес (а можливо, не має потреби). Переконаність у тім, що влада і суспільство не можуть існувати окремо один від одного, ще не є твердою, однак з кожними новими виборами спостерігається збільшення числа людей, зацікавлених у чесних виборах.

III. Законодавче регулювання виборчих фінансів

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про вибори Президента України

(“Відомості Верховної Ради” (ВВР), 1999, № 14, ст. 81)

Із змінами, внесеними згідно із Законами № 740-XIV (740-14) від 16.06.99, ВВР, 1999, № 28, ст. 237 № 1021-XIV (1021-14) від 08.09.99, ВВР, 1999, № 44, ст. 387 № 2171-III (171-14) від 21.12.2000, ВВР, 2001, № 9, ст. 38

<...>

Глава 3

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИБОРІВ

<...>

Стаття 21. Фінансове та матеріально-технічне забезпечення виборів

1. Витрати на підготовку і проведення виборів Президента України здійснюються Центральною виборчою комісією відповідно до затвердженого нею кошторису в межах коштів, передбачених на вибори в Державному бюджеті України.
2. У разі несвоєчасного виділення бюджетних коштів для фінансування виборів Національний банк України за зверненням Центральної виборчої комісії у триденний строк надає їй безвідсоткові кредити в межах коштів, передбачених Державним бюджетом України на проведення виборів, та розмірах, визначених Центральною виборчою комісією. Гарантом повернення кредиту є Міністерство фінансів України.
3. Надані кредити повертаються Національному банку України у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, за рахунок коштів Державного бюджету України не пізніше як через три місяці після їх одержання.
4. Фінансове, матеріально-технічне забезпечення виборів Президента України здійснюється Центральною виборчою комісією.
5. Поряд з державним фінансуванням виборів Президента України кандидатом у Президенти України можуть використовуватися кошти особистого виборчого фонду, який утворюється в порядку, визначеному цим Законом, для фінансування передвиборної агітації.
6. Громадяни України, їх об'єднання, юридичні особи, зареєстровані в Україні, за винятком підприємств з іноземними інвестиціями, а також державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій, що утримуються за рахунок Державного бюджету України або бюджету місцевого самоврядування, можуть в установленому порядку вносити свої пожертвування до особистих виборчих фондів кандидатів у Президенти України.

Глава 4

ВИСУВАННЯ І РЕЄСТРАЦІЯ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ УКРАЇНИ

<...>

Стаття 29. Декларація про доходи кандидата у Президенти України

1. Декларація про майно та доходи за попередній рік кандидата у Президенти України складається особисто претендентом за формою, встановленою Міністерством фінансів України. Претендент несе відповідальність за достовірність відомостей, поданих у декларації.

<...>

Глава 5

ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ

<...>

Стаття 34. Фінансування передвиборної агітації

1. Фінансування передвиборної агітації здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету України, коштів особистих виборчих фондів кандидатів у Президенти України.
2. Використання інших коштів для передвиборної агітації забороняється.

Стаття 35. Особистий виборчий фонд кандидата у Президенти України

1. Кожний кандидат у Президенти України може мати особистий виборчий фонд.

Особистий виборчий фонд утворюється за рахунок власних коштів кандидата, коштів політичних партій, пожертвувань громадян України, юридичних осіб, зареєстрованих в Україні, за винятком державних підприємств, державних органів, установ і організацій, органів місцевого самоврядування, а також іноземців та осіб без громадянства, іноземних юридичних осіб, підприємств з іноземними інвестиціями, благодійних організацій та релігійних об'єднань, підприємств, організацій та установ, що мають заборгованість перед бюджетами всіх рівнів.

2. Будь-які умови, домовленості та угоди між пожертвувачем і кандидатом, партією (блоком) щодо коштів, які перераховуються до виборчого фонду кандидата, є недійсними.

3. Порядок відкриття і закриття банківських рахунків, надходження і використання коштів особистих виборчих фондів, а також порядок здійснення контролю визначається Центральною виборчою комісією разом з Національним банком України та Державною податковою адміністрацією України відповідно до законів України.

4. Розмір особистого виборчого фонду кандидата не може перевищувати 100000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, пожертвування однієї юридичної або фізичної особи – 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

5. За письмовою заявою кандидата у Президенти України Ощадний банк України за місцем знаходження Центральної виборчої комісії зобов'язаний відкрити рахунок з грифом "Виборчий фонд" на його ім'я.

6. Контроль за надходженням і використанням коштів особистого виборчого фонду кандидата здійснюється Центральною виборчою комісією та Державною податковою адміністрацією України. За зверненням кандидата банк надає йому повні відомості про розміри та джерела пожертвувань, що надійшли на рахунок його особистого виборчого фонду.

7. Дані про розміри і джерела надходжень до фонду, фінансові звіти про використання цих коштів публікуються Центральною виборчою комісією у газетах "Голос України" та "Урядовий кур'єр" не пізніше як на сьомий день після дня виборів.

8. Використання кандидатами для потреб виборчої кампанії будь-яких коштів, крім коштів, передбачених цим Законом, забороняється.

9. Не вважається оплатною участь громадян у передвиборній кампанії особистою працею, в тому числі з використанням власних засобів на громадських засадах у вільний від роботи або служби час.

10. Якщо кошти перераховано до особистого виборчого фонду кандидата фізичною чи юридичною особою, яка згідно з цим Законом не має права на такі пожертвування, або є анонімною чи підставною особою, або якщо адреса пожертвувача відсутня чи є такою, що за нею неможливо відшукати пожертвувача, ці кошти за рішенням Центральної виборчої комісії перераховуються до Державного бюджету України.

11. Кошти (або їх частина), які надійшли до особистого виборчого фонду кандидата понад встановлений цим Законом максимальний розмір фонду, повертаються пожертвувачу за його рахунок.

12. Кандидат має право відмовитися від коштів, що надійшли від пожертвувача, про що він подає заяву до установи, в якій відкрито рахунок його особистого виборчого фонду. Ці кошти повертаються згідно з установою пожертвувачу за його рахунок і не зараховуються при обчисленні максимально дозведеного розміру особистого виборчого фонду кандидата.

13. Не використані під час виборчої кампанії кошти особистих виборчих фондів кандидатів

після обрання Президента України перераховуються установою ощадного банку у безспірному порядку до Державного бюджету України у триденний строк після опублікування Центральною виборчою комісією результатів виборів. У разі вибуття кандидата або зняття його з балотування у встановленому порядку залишки коштів на рахунку його особистого виборчого фонду за рішенням Центральної виборчої комісії перераховуються до Державного бюджету України.

14. Кандидат у Президенти України визначає з числа довірених осіб розпорядника особистого виборчого фонду.

15. На другий день після дня виборів установа банку, в якому відкрито рахунки особистих виборчих фондів кандидатів, інформує Центральну виборчу комісію про розміри і джерела надходжень до цих фондів та подає фінансові звіти про їх використання.

16. Кошти особистих виборчих фондів використовуються виключно на потреби передвиборної агітації. Оплата робіт і послуг з особистих виборчих фондів кандидатів у Президенти України може здійснюватися лише в безготівковому порядку.

17. Використання коштів особистих виборчих фондів кандидатів у Президенти України припиняється за день до виборів.

18. Форма фінансового звіту та порядок обліку надходжень і витрат коштів особистих виборчих фондів встановлюються Центральною виборчою комісією.

<...>

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про вибори народних депутатів України

(“Відомості Верховної Ради” (ВВР), 2001, № 51–52, ст. 265)

Із змінами, внесеними згідно із Законом № 2977-III (2977-14) від 17.01.2002, ВВР, 2002, № 9, ст. 69

<...>

Розділ VI

ФІНАНСОВЕ ТА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ І ПРОВЕДЕННЯ ВИБОРІВ ДЕПУТАТІВ

Стаття 32. Фінансування виборів депутатів

1. Витрати на підготовку і проведення виборів депутатів здійснюються виключно за рахунок коштів Державного бюджету України та коштів виборчих фондів партій (блоків), кандидатів у депутати від яких зареєстровано в багатомандатному окрузі, кандидатів у депутати, зареєстрованих в одномандатних округах.

2. Партія (блок), кандидатів у депутати від яких зареєстровано в багатомандатному окрузі, кандидат у депутати, зареєстрований в одномандатному окрузі, для фінансування своєї передвиборної агітації зобов'язані утворити свої виборчі фонди, що формуються в порядку, встановленому цим Законом.

Стаття 34. Виборчий фонд партії (блоку), кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі

1. Партія (блок), кандидатів у депутати від якої зареєстровано в багатомандатному окрузі, кандидат у депутати, зареєстрований в одномандатному окрузі, зобов'язані відкрити рахунок свого виборчого фонду не пізніше ніж за 50 днів до дня виборів. Підставою для відкриття рахунку виборчого фонду партії (блоку) є копія рішення Центральної виборчої комісії про реєстрацію кандидатів у депутати в багатомандатному окрузі, включених до виборчого

списку партії (блоку), а виборчого фонду кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі, — копія рішення окружної виборчої комісії про його реєстрацію.

2. Порядок відкриття і закриття рахунку виборчого фонду партії (блоку), кандидата у депутати, зазначених у частині першій цієї статті (далі — рахунок виборчого фонду), встановлюється Національним банком України за погодженням із Центральною виборчою комісією не пізніше як за 80 днів до дня виборів.

3. Партія (блок), кандидатів у депутати від яких зареєстровано в багатомандатному окрузі, відкриває рахунок виборчого фонду в установі банку України у місті Києві. Кандидат у депутати, зареєстрований в одномандатному окрузі, відкриває рахунок виборчого фонду в установі банку України за місцезнаходженням окружної виборчої комісії. Перелік установ банку, в яких повинні відкриватися рахунки виборчих фондів, встановлюється Центральною виборчою комісією. Зазначені партія (блок), кандидат у депутати мають право відкрити лише один рахунок виборчого фонду і тільки в національній валюті.

4. Витрачання коштів з рахунку виборчого фонду здійснюється у безготівковій формі.

5. Послуги установи банку, пов'язані з відкриттям і закриттям рахунку виборчого фонду, надаються безоплатно. Установа банку за користування коштами, що знаходяться на рахунку виборчого фонду, відсотки не нараховує і не сплачує.

6. Установа банку не пізніше наступного робочого дня після дня відкриття рахунку виборчого фонду партії (блоку), кандидата у депутати, зазначених у частині першій цієї статті, повідомляє про відкриття рахунку та його реквізити відповідно Центральному виборчому комісії чи відповідну окружну виборчу комісію.

7. Інформація про відкриття рахунку відповідного виборчого фонду та його реквізити одноразово публікується Центральною виборчою комісією в газетах "Голос України" та "Урядовий кур'єр", окружною виборчою комісією — в одному з державних або комунальних місцевих друкованих засобах масової інформації за рахунок коштів Державного бюджету України, що виділяються на підготовку і проведення виборів. Подальша інформація про реквізити рахунку виборчого фонду публікується у друкованих засобах масової інформації за рахунок відповідного виборчого фонду.

8. Витрачання коштів з рахунку виборчого фонду припиняється за день до дня виборів.

9. У разі призначення повторного голосування в одномандатному окрузі використання коштів виборчих фондів кандидатів у депутати, включених до виборчих бюлетенів для повторного голосування, поновлюється з дня прийняття рішення про повторне голосування.

10. Рахунок виборчого фонду закривається установою банку на п'ятнадцятий день після дня офіційного оприлюднення результатів виборів у відповідному окрузі.

Стаття 35. Розпорядники виборчого фонду

1. Партія (блок) із числа своїх уповноважених осіб, зазначених у статті 57 цього Закону, призначає не більше двох розпорядників виборчого фонду. Кандидат у депутати, зареєстрований в одномандатному окрузі, може бути розпорядником власного виборчого фонду або призначити не більше одного розпорядника виборчого фонду з числа своїх довірених осіб, зазначених у статті 58 цього Закону. Розпорядники виборчого фонду мають виключне право на використання коштів виборчого фонду згідно із законами України. (Частина перша статті 35 із змінами, внесеними згідно із Законом № 2977-III (2977-14) від 17.01.2002 р.)

2. Розпорядники коштів виборчого фонду зобов'язані вести облік надходження та використання коштів виборчого фонду.

3. Установа банку, в якій відкрито рахунок виборчого фонду, надає розпоряднику виборчого фонду потижднево або за його зверненням відомості про розміри та джерела внесків, що

надійшли на рахунок виборчого фонду.

4. Розпорядники виборчого фонду партії (блоку) зобов'язані не пізніше як на п'ятий день після дня виборів подати до Центральної виборчої комісії фінансовий звіт про надходження та використання коштів виборчого фонду. Розпорядник виборчого фонду кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі, зобов'язаний не пізніше як на п'ятий день після дня виборів (у разі включення кандидата у депутати до виборчого бюлетеня для повторного голосування — не пізніше як на п'ятий день після дня повторного голосування) подати фінансовий звіт про надходження та використання коштів виборчого фонду до окружної виборчої комісії. Форма фінансового звіту встановлюється Центральною виборчою комісією не пізніше ніж за 60 днів до дня виборів.

Стаття 36. Формування виборчого фонду та використання його коштів

1. Виборчий фонд партії (блоку) формується за рахунок коштів партії (партій, що входять до виборчого блоку), а також добровільних внесків фізичних осіб.

2. Виборчий фонд кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі, формується за рахунок його коштів та добровільних внесків фізичних осіб.

3. Гранична сума витрат виборчого фонду партії (блоку) не може перевищувати ста п'ятдесяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі, — десяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

4. Добровільний внесок (внески) фізичної особи до виборчого фонду однієї партії (блоку), одного кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі, не може перевищувати однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

5. Забороняється робити добровільні внески до виборчого фонду:

- 1) іноземним громадянам та особам без громадянства;
- 2) фізичним особам — суб'єктам підприємницької діяльності, які мають заборгованість перед бюджетом будь-якого рівня на день перерахування внеску до виборчого фонду;
- 3) анонімним жертводавцям (без зазначення в платіжному документі відомостей, передбачених у частині шостій цієї статті).

6. Добровільний внесок громадянина України до виборчого фонду приймається установою банку або відділенням зв'язку за умови подання громадянином одного із документів, передбачених у частині другій статті 2 цього Закону. У платіжному документі при цьому обов'язково зазначаються прізвище, ім'я, по батькові, дата народження та адреса місця проживання громадянина.

(Частина шоста статті 36 із змінами, внесеними згідно із Законом № 2977-III (2977-14) від 17.01.2002 р.)

7. Добровільний внесок перераховується установою банку або переказується відділенням зв'язку на рахунок виборчого фонду не пізніше наступного робочого дня з дня отримання відповідного платіжного документа. Загальний строк безготівкового перерахування внеску на рахунок виборчого фонду не повинен перевищувати двох банківських днів.

8. Розпорядник виборчого фонду має право відмовитися від внеску фізичної особи, про що він подає відповідну заяву та платіжний документ до установи банку, в якій відкрито рахунок виборчого фонду. Цей внесок повертається фізичній особі за рахунок добровільного внеску, а у разі неможливості такого повернення зараховується до Державного бюджету України.

9. У разі надходження добровільного внеску (внесків) від фізичної особи, який перевищує розмір, встановлений частиною четвертою цієї статті, сума, що перевищує встановлений розмір внеску (внесків), на підставі відповідної заяви та платіжного документа, поданих

розпорядником виборчого фонду, повертається фізичній особі установою банку, в якій відкрито рахунок виборчого фонду, за рахунок цих коштів, а у разі неможливості такого повернення — до Державного бюджету України.

10. Розпорядник виборчого фонду зобов'язаний відмовитися від внеску фізичної особи, яка відповідно до цього Закону не має права робити такого внеску. На підставі заяви розпорядника про відмову від внеску з цієї причини установа банку, в якій відкрито рахунок виборчого фонду, перераховує такий внесок до Державного бюджету України.

11. Контроль за надходженням, обліком і використанням коштів виборчих фондів здійснюється вибірково Центральною виборчою комісією, окружними виборчими комісіями та установою банку, в якій відкрито рахунок виборчого фонду відповідно до порядку, встановленого Центральною виборчою комісією разом з Національним банком України та центральним органом виконавчої влади з питань зв'язку не пізніше ніж за 60 днів до дня виборів.

12. Кошти виборчого фонду, не використані партією (блоком), за рішенням керівного органу партії (блоку), прийнятим у семиденний строк після офіційного оприлюднення результатів виборів, перераховуються на поточний банківський рахунок партії (партій, що входять до блоку) у п'ятиденний строк з дня надходження відповідного рішення партії (блоку). У разі неприйняття у цей строк партією (блоком) такого рішення невикористані кошти виборчого фонду перераховуються установою банку у безспірному порядку до Державного бюджету України на п'ятнадцятий день з дня офіційного оприлюднення Центральною виборчою комісією результатів виборів.

13. Кошти виборчого фонду, не використані кандидатом у депутати, зареєстрованим в одномандатному окрузі, перераховуються установою банку у безспірному порядку до Державного бюджету України в триденний строк з дня офіційного оприлюднення результатів виборів депутата в одномандатному окрузі або рішення про визнання виборів у цьому окрузі недійсними.

14. У разі скасування рішення про реєстрацію кандидата у депутати залишки коштів його виборчого фонду на восьмий день з дня оприлюднення відповідного рішення у безспірному порядку перераховуються до Державного бюджету України.

15. Внески, що надійшли до виборчого фонду після дня виборів (у разі включення кандидата у депутати до виборчого бюлетеня для повторного голосування — після дня повторного голосування), повертаються установою банку відповідній фізичній особі за її рахунок, а у разі неможливості такого повернення — до Державного бюджету України.

<...>

Розділ VII

ВИСУВАННЯ І РЕЄСТРАЦІЯ КАНДИДАТІВ У ДЕПУТАТИ

<...>

Стаття 43. Грошова застава

1. Партія (блок) до подання документів Центральній виборчій комісії для реєстрації кандидатів у депутати, включених до виборчого списку в багатомандатному окрузі, вносить в безготівковому порядку на спеціальний рахунок Центральної виборчої комісії грошову заставу в розмірі п'ятнадцяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

2. Кандидат у депутати, якого висунуто в одномандатному окрузі, до подання документів окружній виборчій комісії для реєстрації вносить на рахунок окружної виборчої комісії грошову заставу в розмірі 60 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

3. У разі прийняття відповідною виборчою комісією рішення про відмову в реєстрації

кандидатів (кандидата) у депутати внесена грошова застава у п'ятиденний строк після прийняття відповідного рішення перераховується на рахунок партії (блоку), повертається кандидату у депутати.

4. При скасуванні рішення про реєстрацію всіх кандидатів у депутати, включених до виборчого списку партії (блоку), висунутих у багатомандатному окрузі, кандидата у депутати, висунутого в одномандатному окрузі, грошова застава у п'ятиденний строк після дня прийняття відповідного рішення перераховується до Державного бюджету України.

5. Грошова застава повертається партіям (блокам), які взяли участь у розподілі депутатських мандатів, депутатам, обраним в одномандатних округах.

6. Грошова застава, внесена партією (блоком), яка не взяла участі у розподілі депутатських мандатів у багатомандатному окрузі, у восьмиденний строк з дня офіційного оприлюднення результатів виборів депутатів перераховується до Державного бюджету України.

7. Грошова застава, внесена кандидатом у депутати, який балотувався в одномандатному окрузі, але не був обраний депутатом, у восьмиденний строк після оприлюднення результатів виборів депутата в одномандатному окрузі або після оприлюднення рішення про визнання виборів у цьому окрузі недійсними перераховується до Державного бюджету України.

Стаття 44. Декларація про майно та доходи кандидата у депутати та членів його сім'ї

1. Декларація про майно та доходи кандидата у депутати та членів його сім'ї за попередній рік заповнюється ним власноручно за формою, затвердженою Міністерством фінансів України.

2. Достовірність відомостей, внесених до декларації, зазначеної у частині першій цієї статті, перевіряється за зверненням Центральної виборчої комісії, окружних виборчих комісій органами Державної податкової адміністрації України не пізніше як за 30 днів до дня виборів. Про виявлені порушення у цей же строк повідомляється відповідна виборча комісія.

<...>

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим

(“Відомості Верховної Ради”(ВВР), 1998, № 6-7, ст. 24)

Із змінами, внесеними згідно із Законами № 134/98-ВР від 03.03.98, ВВР, 1998, № 8, ст. 29 № 2171-III (2171-14 від 21.12.2000, ВВР, 2001, № 9, ст. 38 № 2979-III (2979-14) від 17.01.2002 р.

<...>

Розділ IV

ВИСУВАННЯ І РЕЄСТРАЦІЯ КАНДИДАТІВ У ДЕПУТАТИ

<...>

Стаття 23. Порядок реєстрації кандидатів у депутати

1. Для реєстрації кандидата у депутати до окружної виборчої комісії подаються:

<...>

5) декларація про доходи і майно за попередній рік, складена за встановленою законодавством України формою;

<...>

Розділ VI

ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ

Стаття 32. Фінансування роботи виборчих комісій

Фінансування роботи виборчих комісій здійснюється за рахунок коштів республіканського бюджету Автономної Республіки Крим, що передаються у розпорядження виборчої комісії Автономної Республіки Крим. Ці кошти використовуються виборчою комісією Автономної Республіки Крим відповідно до ухваленого нею кошторису витрат.

Стаття 33. Фінансування передвиборної агітації

1. Фінансування передвиборної агітації здійснюється за рахунок коштів республіканського бюджету Автономної Республіки Крим, а також коштів кандидатів у депутати, пожертвувань фізичних та юридичних осіб.

2. Виборча комісія Автономної Республіки Крим, окружні виборчі комісії оплачують у випадках, передбачених цим Законом:

- 1) друкування передвиборних плакатів кандидатів у депутати;
- 2) публікацію в газетах передвиборних програм кандидатів у депутати;
- 3) час мовлення на радіо і телебаченні;
- 4) користування спорудами, приміщеннями, устаткуванням для проведення зустрічей виборців з кандидатами у депутати, організованих виборчими комісіями.

3. Власний виборчий фонд кандидата у депутати утворюється за рахунок коштів кандидата у депутати, пожертвувань фізичних та юридичних осіб України.

Органам виконавчої влади, державним підприємствам, установам і організаціям, органам місцевого самоврядування, іноземним юридичним і фізичним особам, анонімним особам, міжнародним організаціям та об'єднанням забороняється робити внески до виборчих фондів кандидатів.

4. Рахунки виборчих фондів відкриваються в установах банків за заявами кандидатів у депутати, довірених осіб кандидатів у депутати після їх реєстрації відповідними виборчими комісіями, про що повідомляються виборчі комісії. Інформація про відкриті рахунки виборчих фондів публікується у пресі. Кандидат у депутати визначає розпорядника виборчого фонду

5. Контроль за надходженням та використанням коштів власного виборчого фонду кандидата у депутати здійснюється окружною виборчою комісією, податковими органами, а також установами банків, у яких відкрито відповідний рахунок.

6. Відповідна установа банку за зверненням кандидата у депутати, його довіреної особи, які відкривали рахунок, а також окружних виборчих комісій надає їм відомості про розміри та джерела надходжень до відповідного виборчого фонду.

7. Кошти, що надійшли до власного виборчого фонду кандидата у депутати від фізичних чи юридичних осіб, які згідно з цим Законом не мають права робити такі пожертвування, або кошти, що надійшли від анонімного чи фіктивного жертувача, в тому числі жертувача, адреса якого невідома, за рішенням окружних виборчих комісій перераховуються до республіканського бюджету Автономної Республіки Крим.

8. Не використані під час виборчої кампанії кошти виборчих фондів за рішенням виборчої комісії Автономної Республіки Крим або окружних виборчих комісій перераховуються до республіканського бюджету Автономної Республіки Крим. Якщо кандидат у депутати, який балотувався на виборах депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, що були визнані недійсними, реєструється кандидатом у депутати на повторних виборах, він має право розпоряджатися коштами, що залишилися в його власному виборчому фонді, за умови,

що причиною визнання виборів недійсними не були дії цього кандидата чи його довірених осіб.

9. Кандидат у депутати має право відмовитися від коштів, що надійшли від пожертвувача, про що він подає заяву до установи банку, в якій відкрито рахунок власного виборчого фонду. Ці кошти повертаються зазначеною установою пожертвувачу за його рахунок.

10. Не пізніше як за сім днів до дня виборів кандидати у депутати або їх довірені особи зобов'язані передати до окружних виборчих комісій фінансові звіти про джерела надходжень у власні виборчі фонди. Форма фінансового звіту встановлюється виборчою комісією Автономної Республіки Крим.

11. Відомості про доходну частину власних виборчих фондів оприлюднюються окружними виборчими комісіями не пізніше як за два дні до дня виборів.

12. Кошти виборчих фондів можуть використовуватися виключно на потреби агітаційної кампанії. Використання коштів власних виборчих фондів за іншим призначенням забороняється. Розрахунки із власних виборчих фондів кандидатів у депутати можуть проводитися лише у безготівковій формі.

<...>

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів

(“Відомості Верховної Ради” (ВВР), 1998, № 3-4, ст. 15)

Із змінами, внесеними згідно із Законами № 431-XIV(431-14) від 16.02.99, ВВР, 1999, № 15, ст. 85 № 3014-III (3014-14) від 07.02.2002 р.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Основні засади місцевих виборів

<...>

2. Виборчий процес здійснюється на засадах: вільного і рівноправного висування кандидатів; рівності можливостей для всіх кандидатів у проведенні виборчої кампанії; неупередженості до кандидатів з боку органів державної влади, органів місцевого самоврядування та посадових і службових осіб цих органів; контролю за джерелами фінансування та витратами на виборчу кампанію; гласності й відкритості виборчої кампанії; свободи агітації.

<...>

Розділ VI.

РЕЄСТРАЦІЯ КАНДИДАТІВ У ДЕПУТАТИ ТА НА ПОСАДИ СІЛЬСЬКИХ, СЕЛИЩНИХ, МІСЬКИХ ГОЛІВ

Стаття 30. Порядок реєстрації кандидатів

<...>

2. Рішення про реєстрацію кандидатів приймається окружною (територіальною) виборчою комісією за наявності таких документів:

<...>

4) декларації про майно та доходи кандидата за попередній рік, складеної за формою, визначеною Міністерством фінансів України;

<...>

Розділ XII

ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧОЇ КАМΠΑНІЇ

Стаття 51. Фінансування місцевих виборів

1. Чергові та позачергові місцеві вибори, призначені Верховною Радою України, проводяться за рахунок коштів Державного бюджету України. Відповідні витрати передбачаються у Державному бюджеті окремим рядком. В усіх інших випадках, передбачених цим Законом, вибори проводяться за рахунок коштів відповідних місцевих бюджетів.

2. Фінансове забезпечення підготовки і проведення місцевих виборів за рахунок коштів Державного бюджету України здійснюється Центральною виборчою комісією, яка є головним розпорядником цих коштів. Фінансування виборчих комісій здійснюється в порядку, встановленому Центральною виборчою комісією разом з Міністерством фінансів України. (Частина друга статті 51 із змінами, внесеними згідно із Законом № 3014-III(3014-14) від 07.02.2002 р.)

Стаття 52. Власні виборчі фонди кандидатів та порядок їх утворення

1. Кандидати мають право утворювати власний виборчий фонд, з коштів якого буде здійснюватися оплата витрат на ведення виборчої кампанії.

2. Власні виборчі фонди утворюються за рахунок коштів кандидата. До цих фондів можуть вноситися пожертвування громадянами України, а також юридичними особами, крім визначених у частині четвертій цієї статті.

3. Розмір власного виборчого фонду кандидата не може перевищувати 50 неоподатковуваних мінімумів заробітної плати.

4. Забороняється робити внески до власного виборчого фонду кандидата місцевим органам виконавчої влади, органам місцевого самоврядування, державним підприємствам, організаціям і установам, юридичним особам з участю іноземного капіталу, іноземним державним, міжнародним організаціям і об'єднанням, а також анонімним особам або під псевдонімом.

5. Відповідні рахунки власних виборчих фондів відкриваються в установах Національного банку України за грифом "Власний виборчий фонд" за заявами кандидатів після їх реєстрації відповідними виборчими комісіями.

6. Розпорядниками коштів власних виборчих фондів є кандидати або за їх дорученням довірені особи кандидатів. Розпоряднику власного виборчого фонду видається чекова книжка на всю суму виборчого фонду.

Стаття 53. Контроль за формуванням і використанням виборчих фондів

1. Контроль за формуванням і використанням коштів власних виборчих фондів кандидатів здійснюється відповідною територіальною виборчою комісією, податковими органами, а також банківськими установами, в яких відкрито відповідний рахунок.

2. Кошти власних виборчих фондів використовуються виключно на потреби виборчої кампанії кандидата. Використання коштів виборчих фондів за іншим призначенням забороняється.

3. Кошти, що надійшли до власного виборчого фонду від фізичних чи юридичних осіб, які згідно з частиною четвертою статті 52 цього Закону не мають права вносити пожертвування, або коли відсутня адреса жертвувача, за рішенням територіальної виборчої комісії перераховуються до відповідного місцевого бюджету.

4. Кошти власних виборчих фондів, які не були використані на потреби виборчої кампанії, за

рішенням територіальної виборчої комісії перераховуються до відповідного місцевого бюджету.

<...>

***Затверджено постановою Центральної виборчої комісії
від 10 січня 2001 року № 37***

ПОРЯДОК

обліку надходження та використання коштів виборчих фондів політичних партій, виборчих блоків політичних партій, кандидатів у народні депутати України та звітності із цих питань

1. Цей Порядок визначає процедуру здійснення обліку надходження та використання коштів виборчих фондів, утворених політичними партіями, виборчими блоками політичних партій (далі — партії, блоки), кандидатами у народні депутати України (далі — кандидати у депутати), розпорядниками виборчих фондів партій (блоків), кандидатів у депутати (далі — виборчі фонди).

2. Розпорядники коштів виборчих фондів зобов'язані вести облік надходження та використання коштів виборчого фонду за такими формами, встановленими Центральною виборчою комісією:

форма 1 "Фінансовий звіт про надходження та використання коштів виборчого фонду" (додаток 1);

форма 2 "Фінансовий звіт про поточний рух коштів на рахунку виборчого фонду" (додаток 2).

У полі реквізиту "Джерело надходження коштів" форми 2 при надходженні коштів від політичної партії зазначаються назва партії та код Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (далі — ЄДРПОУ); при надходженні коштів від кандидата у депутати зазначаються повністю прізвище, ім'я, по батькові та ідентифікаційний номер згідно з Державним реєстром фізичних осіб (далі — ДРФО); при надходженні добровільних внесків від фізичних осіб — прізвище, ім'я, по батькові, дата народження, адреса місця проживання, при надходженні інших коштів — усі відомості про джерела надходження, вказані у платіжному документі.

Коди надходження коштів, що надійшли на рахунок виборчого фонду, проставляються у формі 2 відповідно до кодів, визначених у формі 1.

У полі реквізиту "Кому сплачено кошти" форми 2 при сплаті коштів юридичній особі обов'язково зазначаються: її назва, код ЄДРПОУ, за що сплачені кошти, номер і дата рахунка або номер і дата платіжного доручення; при сплаті коштів фізичній особі — прізвище, ім'я, по батькові, ідентифікаційний номер згідно з ДРФО, номер і дата рахунка або номер і дата платіжного доручення.

Коди витрат коштів з рахунка виборчого фонду проставляються у формі 2 відповідно до кодів, визначених у формі 1.

3. Для обліку витрат коштів виборчих фондів за статтями витрат розпорядники виборчих фондів зобов'язані заповнювати в платіжних документах поле реквізиту "Призначення платежу" згідно з Вимогами про порядок заповнення платіжних документів (додаток 3).

4. Розпорядник виборчого фонду зобов'язаний не пізніше як на п'ятий день після дня виборів (у разі включення кандидата у депутати до виборчого бюлетеня для повторного голосування — не пізніше як на п'ятий день після дня повторного голосування) подати до відповідної виборчої комісії фінансовий звіт про надходження та використання коштів виборчого фонду, який повинен містити:

форму 1 "Фінансовий звіт про надходження та використання коштів виборчого фонду";
 форму 2 "Фінансовий звіт про поточний рух коштів на рахунку виборчого фонду";
 довідку установи банку про залишок коштів на рахунку виборчого фонду;
 пояснювальну записку до фінансового звіту.

Пояснювальна записка до фінансового звіту має відображати:

- відомості щодо джерел надходжень коштів до виборчого фонду та роз'яснення у разі надходження коштів з порушенням вимог Закону України "Про вибори народних депутатів України";
- розшифровку суми коштів рядка "Інші надходження" форми 1 за їх джерелами надходження;
- розшифровку суми коштів статті витрат "Інші витрати на передвиборну агітацію" форми 1 за призначеннями витрат та отримувачами коштів ;
- пояснення щодо неможливості повернення коштів відповідній фізичній особі.

Крім того, в пояснювальній записці до фінансового звіту обов'язково повинні бути надані пояснення фактів нецільового використання коштів виборчого фонду, якщо такі мали місце.

5. Розпорядник виборчого фонду до здачі фінансового звіту вирішує питання щодо обов'язкового повернення на рахунок фонду всіх невикористаних коштів, перерахованих виконавцям за угодами (договорами).

Секретар Центральної виборчої комісії Я. ДАВИДОВИЧ

Додаток 1

до Порядку обліку надходження та використання коштів виборчих фондів політичних партій, виборчих блоків політичних партій, кандидатів у народні депутати України та звітності з цих питань

Форма 1

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ про надходження та використання коштів виборчого фонду

Код надходження коштів	Джерело надходження коштів	Сума (грн.)
10	Кошти партії (партій, що входять до виборчого блоку), кандидата у депутати	
20	Добровільні внески фізичних осіб	
30	Інші надходження	
	Усього надійшло коштів (10+20+30)	

(Назва виборчого фонду)

Код витрат коштів	Стаття витрат	Сума (гри.)

1000	Сума витрат виборчого фонду: (1100+1200+1300+1400+1500)
1100	Виготовлення матеріалів передвиборної агітації (1110+1120+1130+1140)
1110	Виготовлення друкованих матеріалів
1120	Виготовлення відеозаписів
1130	Виготовлення аудіозаписів
1140	Придбання канцтоварів, паперу, інших предметів і матеріалів
1200	Використання засобів масової інформації (1210+1220)
1210	Оплата ефірного часу, наданого телерадіо-організаціями (1211+1212)
1211	Оплата ефірного часу на телебаченні
1212	Оплата ефірного часу на радіо
1220	Оплата публікування агітаційних матеріалів у друкованих засобах масової інформації
1300	Оплата інших послуг для ведення передвиборної агітації (1310+1320+1330+1,340)
1310	Оплата транспортних послуг та утримання транспортних засобів
1320	Оренда (плата за оренду приміщень, обладнання тощо)
1330	Оренда технічних засобів для ведення передвиборної агітації
1340	Послуги зв'язку
1350	Оплата банківських послуг
1400	Інші витрати на передвиборну агітацію
1500	Використано не за цільовим призначенням
2000	Повернуто внесків відповідним фізичним особам (2100+2200+2300+2400)
2100	Добровільні внески фізичних осіб, від яких відмовився розпорядник виборчого фонду
2200	Суми, що перевищують установлений розмір внеску (внесків) від

	фізичних осіб	
2300	Внески, що надійшли до виборчого фонду після дня виборів	
2400	Оплата банківських послуг за повернення добровільних внесків	
3000	Перераховано до Державного бюджету України (3100+3200+3300+3400)	
3100	Добровільні внески фізичних осіб, які не мають права робити внески до виборчих фондів (3110+3120+3130)	
3110	Добровільні внески іноземних громадян та осіб без громадянства іноземних громадян та осіб без громадянства	
3120	Добровільні внески фізичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності, які мають заборгованість перед бюджетом будь-якого рівня на день перерахування внеску до виборчого фонду	
3130	Добровільні внески анонімних жертводавців (без зазначення в платіжному документі передбачених законом відомостей)	
3200	Внески, що перераховуються до Державного бюджету України (у разі неможливості їх повернення відповідній фізичній особі) (3210+3220+3230)	
3210	Добровільні внески фізичних осіб, від яких відмовився розпорядник виборчого фонду (у разі неможливості їх повернення відповідній фізичній особі)	
3220	Суми, що перевищують установлений розмір внеску (внесків) від фізичних осіб (у разі неможливості їх повернення відповідній фізичній особі)	
3230	Внески, що надійшли до виборчого фонду після дня виборів (у разі неможливості їх повернення установою банку відповідній фізичній особі)	
3300	Внески від осіб, не зазначених у рядку 3100, які не мають права робити внески до виборчих фондів (юридичні особи, громадські організації, господарські суб'єкти без створення юридичної особи тощо)	
3400	Оплата банківських послуг за перерахування коштів до Державного бюджету України	
	Усього витрачено коштів (1000+2000+3000)	

1. Надходження коштів на рахунок виборчого фонду

2. Витрати коштів з рахунку виборчого фонду

Залишок коштів на рахунку виборчого фонду станом на _____ грн. (дата) (сума)

Звіт подано _____ 2002 року

Розпорядник виборчого фонду

(підпис) (прізвище та ініціали)

Додаток 2

до Порядку обліку надходження та використання коштів виборчих фондів політичних партій, виборчих блоків політичних партій, кандидатів у народні депутати України та звітності з цих питань

Форма 2

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ

про поточний рух коштів на рахунку виборчого фонду

_____ (Назва виборчого фонду)

1. Надходження коштів на рахунок виборчого фонду

Дата надходження коштів на рахунок	№ документа	Дата документа	Джерело надходження коштів	Сума (грн.)	Код надходження коштів
			Усього надійшло коштів		

2. Витрати коштів з рахунку виборчого фонду

Дата зняття коштів з рахунка	Кому сплачено кошти	Сума (грн.)	Документ, що підтверджує витрати коштів	Код витрат коштів
	Усього витрачено коштів			

Звіт подано _____ 2002 року

Розпорядник виборчого фонду _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗАКОН УКРАЇНИ
Про політичні партії

<...>

Розділ IV

КОШТИ ТА ІНШЕ МАЙНО ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ

Стаття 14. Кошти та інше майно політичних партій

Держава гарантує політичним партіям право на кошти та інше майно для здійснення своїх статутних завдань.

Політичні партії є неприбутковими організаціями.

Політичні партії для здійснення своїх статутних завдань мають право на власне рухоме і нерухоме майно, кошти, обладнання, транспорт, інші засоби, набуття яких не забороняється законами України. Політичні партії можуть орендувати необхідне рухоме та нерухоме майно.

Стаття 15. Обмеження у фінансуванні політичних партій

Не допускається фінансування політичних партій:

- 1) органами державної влади та органами місцевого самоврядування, крім випадків, зазначених законом;
- 2) державними та комунальними підприємствами, установами і організаціями, а також підприємствами, установами і організаціями, у майні яких є частки (паї, акції), що є державною чи комунальною власністю, або які належать нерезидентам;
- 3) іноземними державами та їх громадянами, підприємствами, установами, організаціями;
- 4) благодійними та релігійними об'єднаннями та організаціями;
- 5) анонімними особами або під псевдонімом;
- 6) політичними партіями, що не входять до виборчого блоку політичних партій.

Інформація про надходження на рахунок політичної партії коштів, заборонених цим Законом, доводиться відповідною банківською установою до відома Міністерства юстиції України.

Кошти, що надійшли політичним партіям з порушенням вимог, передбачених цим Законом, перераховуються політичними партіями до Державного бюджету України або стягуються в доход держави у судовому порядку.

Стаття 16. Здійснення повноважень власника щодо майна, яке є власністю політичної партії

Повноваження власника щодо майна, в тому числі коштів, що є власністю політичної партії, здійснюються відповідно до законодавства України в порядку, передбаченому статутом політичної партії.

Стаття 17. Фінансова звітність політичної партії

Політична партія зобов'язана щорічно опубліковувати в загальнодержавному засобі масової інформації фінансовий звіт про доходи і видатки, а також звіт про майно політичної партії.

Політичні партії ведуть бухгалтерську звітність у встановленому порядку.

IV. Чи можна дізнатися про статки партій та кандидатів? До питання про декларації про доходи

Чинне законодавство вимагає від кандидатів у депутати всіх рівнів, кандидатів на посаду Президента України і кандидатів на посади сільських, селищних і міських голів подавати декларації про свої доходи та доходи членів своїх сімей — тобто чоловіків, дружин, батьків і неодружених дітей, які проживають разом із ними. Згідно з наказом Міністерства фінансів України "Про затвердження форми Декларації про майно та доходи кандидата у народні

депутати України і членів його сім'ї" (№ 611 від 28.12.2001 р.) у декларації вказуються:

- ідентифікаційний номер;
- прізвище, ім'я та по батькові;
- повна адреса, службовий і домашній телефони;
- місце роботи;
- заробітна плата;
- дивіденди, проценти, роялті (тобто доходи від володіння авторським правом чи торговою маркою, проценти за користування кредитом, плата за право використання патенту тощо);
- матеріальна допомога;
- призи, виграші, подарунки;
- допомога у зв'язку з безробіттям;
- аліменти;
- спадщина;
- страхове відшкодування;
- дохід від передачі грошей та майна у тимчасове користування;
- дохід від наукової, викладацької діяльності, авторська винагорода;
- дохід від провадження підприємницької та незалежної професійної діяльності;
- дохід від відчуження цінних паперів та корпоративних прав;
- дохід від передачі в оренду (строкове володіння і користування) майна, прав на використання об'єктів інтелектуальної власності;
- доходи, одержані з джерел за межами України;
- відомості про нерухоме майно, що знаходиться у приватній власності кандидата або членів його (її) сім'ї (земельні ділянки, будинки, квартири, дачі тощо);
- транспортні засоби, що знаходяться у приватній власності кандидата або членів його (її) сім'ї;
- відомості про вклади у банках, цінні папери та інші активи, що знаходяться в приватній власності кандидата або членів його (її) сім'ї (кошти на рахунках, цінні папери, пайові внески до статутних фондів підприємств тощо).

Такі ж само дані про свої статки повинні були подати кандидати у депутати місцевих рад та на посади сільських, селищних, міських голів згідно з наказом Міністерства фінансів № 65 від 29 січня 2002 року.

Кандидати на посаду Президента України згідно з наказом Міністерства фінансів № 121 від 5 травня 1999 року окрім даних, зазначених у наведеному вище списку, мали подавати ще й дані про наявну в них готівку в національній та іноземній валюті. За законом, подання неправдивих відомостей у декларації може обернутися для кандидата великими неприємностями у вигляді скасування його (її) реєстрації. Зауважимо: декларації подаються до виборчої комісії відповідного рівня, але не підлягають обов'язковому оприлюдненню. Крім того, як і деінде у частині регулювання фінансових аспектів виборчих кампаній, існує можливість вибіркового застосування санкцій за внесення недостовірних даних до декларацій. Подібну "вибірковість" неодноразово демонстрували нещодавні вибори... Так що питання про можливість дізнатися про статки вашого кандидата залишається риторичним.

V. З чого складається вартість виборчої кампанії?

Кошти з державного бюджету на діяльність виборчих комісій усіх рівнів та на гарантовану законом передвиборну агітацію

На початку січня 2002 року було оголошено, що з Державного бюджету України виділено на проведення парламентських виборів і передвиборної кампанії 291 млн. 72 тис. грн. З цих

коштів 37 млн. 310 тис. грн. мали бути витрачені на заходи, передбачені Центральною виборчою комісією — зокрема на оголошення ЦВК у ЗМІ, на оплату ефірного часу для передвиборної агітації, на публікацію передвиборних програм партій та блоків. Загалом присутність партій, блоків та ЦВК у загальнонаціональному ефірі й на сторінках преси мала обійтися платникам податків у 3 млн. 342 тис. грн. На виготовлення виборчої документації, а також інформаційних плакатів політичних партій та блоків було передбачено витратити 5 млн. 237 тис. грн. Ще 24 млн. грн. мали піти на виготовлення кабін для голосування (яких у день виборів таки забракло), виборчих урн та іншого знаряддя для виборчих комісій, а також транспортування цих кабін та урн на місця. 782 тис. грн. мали бути витрачені на розробку і впровадження програмного забезпечення, закупівлю техніки, модифікацію та розвиток інформаційно-аналітичних систем. До того ж Конгрес США на початку року надав ЦВК іще 2 млн. доларів на забезпечення проведення прозорих і чесних виборів.

Кошти, виділені на організацію та проведення парламентських виборів, мали розподілитися таким чином:

Центральна виборча комісія — 59,5 млн. грн.

225 окружних виборчих комісій — загалом 84,9 млн. грн.

Виборчі дільниці (33 тисячі) — загалом 136,6 млн. грн.

На проведення повторних виборів у округах, де вибори будуть визнані недійсними, — 10 млн. грн.

Центральна виборча комісія своєю постановою № 33 від 10 січня 2002 року затвердила середні норми видатків окружних виборчих комісій у сумі 360 тис. грн. на одну комісію і середні норми видатків окружної виборчої комісії, яка буде здійснювати організацію проведення політичними партіями, виборчими блоками політичних партій передвиборної агітації на регіональних телерадіоканалах та оплату цих послуг у сумі 128 тисяч грн. на кожен регіон. Фонд оплати праці членів кожної окружної виборчої комісії мав становити в середньому близько 18 тис. 425 грн. Питання про те, чи стимулювала така оплата праці готовність членів окружкомів протистояти можливим спокусам, залишається відкритим.

Кошти політичних партій, виборчих блоків та кандидатів у депутати: офіційні виборчі фонди і "чорний нал"

Вартість проведення виборчої кампанії залежить від цілої низки факторів, зокрема від того:

- чи належать лідери партії до еліти, що править країною, чи ні;
- чи займають вони вагомі посади в органах виконавчої влади посід;
- чи має партія, блок або кандидат доступ до "позитивного" адмінресурсу і чи застосовується проти партії, блоку чи кандидата "негативний" адмінресурс;
- чи займаються лідери або члени політичної партії крупним бізнесом;
- чи розвинула політична партія мережу місцевих представництв;
- чи має партія одну або кілька "дочірніх" НУО, ЗМІ, релігійних груп тощо;
- наскільки системно й ефективно працювала партія (кандидат) у період між виборами.

У законі про вибори сказано, що кошти виборчих фондів "можуть використовуватися виключно на потреби агітаційної кампанії політичної партії, виборчого блоку партій, кандидата у депутати. Використання коштів виборчих фондів за іншим призначенням забороняється. Розрахунки із виборчих фондів кандидатів у депутати, політичних партій, виборчих блоків партій можуть проводитися лише у безготівковій формі". Тож і не дивно, що основні витрати у вигляді "підгодовування" електорату, залучення висококласних фахівців та створення агітаційних матеріалів здійснюються ще до офіційного початку виборчої кампанії

і, природно, до відкриття виборчого рахунку. Приклад — розкуплений іще задовго до офіційного початку кампанії ефірний час (газетна площа), численні акції з роздаванням подарунків, спонсорство, меценатство, трансляції з Олімпійських ігор тощо.

Хоча в законі про вибори депутатів Верховної Ради встановлена відповідальність за використання коштів під час виборчої кампанії з інших джерел поза виборчим фондом партії (блоку), проте в березневій парламентській виборчій кампанії поточного року випадків застосування цього положення не спостерігалось.

Визначені законом максимальні витрати кожної політичної партії (блоку) на участь у виборах — 2002 становлять 2550000 грн., грошова застава — 255000 грн. Оцінки реальної вартості виборчої кампанії різняться — від 500 тисяч доларів США до безкінечності. Ще до початку кампанії найчастіше називалася сума в 4—5 мільйонів доларів. Деякі виборчі проекти, за експертними оцінками, з огляду на існуючі в Україні ринкові ціни на товари і послуги коштували близько 10 мільйонів доларів. За деякими оцінками, місце в "прохідній" частині виборчих списків могло коштувати декому з кандидатів близько 1 млн. доларів США. Зрозуміло, що ці суми не "світилися" в податкових деклараціях, звітах про витрати та інших документах. Не все можна, проте, однозначно зарахувати до "чорного налу" — сьогодні Україна вже може похвалитися певною кількістю фахівців з проведення вельми делікатних банківських операцій. Ми говоримо лише про те, що тоді як у різних європейських країнах "тіньова" складова виборчих фінансів є безумовною, але не основною, в сучасній Україні нормою стало існування піраміди, в якій лише невелика частина витрат є легальною. А відтак українська політика не може не підкорятися нормам "кругової поруки".

VI. Почім кампанія? Приблизний цінник

Вартість приходу в велику політику і просто участі у виборчих перегонях рік-у-рік зростає. Офіційно задекларований особистий виборчий фонд кандидата у Президенти України Л. Д. Кучми на червневих виборах 1994 року становив 107,4 млн. крб. З Державного бюджету 1998 року на проведення парламентських та місцевих виборів (виключаючи витрати на місцеві вибори в Києві та Севастополі) було виділено 255000 тисяч гривень (близько 134200 тисяч дол. США за курсом, чинним на січень 1998 року). Восени 1999 року президентські вибори обійшлися платникам податків у 154377,2 тисячі гривень (45405 тисяч доларів за тодішнім курсом).

Питання про фінансування виборчої кампанії під час парламентських виборів 1998 року та проблема досягнення прозорості фінансування лише побіжно згадуються в "Огляді парламентських виборів в Україні 29 березня 1998 року", опублікованому ОБСЄ вже після виборів. Зокрема йшлося про понад 400 скарг на те, що окремі кандидати надавали виборцям продукти харчування та товари повсякденного вжитку безкоштовно або за нереально низькими цінами. На жаль, у заяві ЦВК нічого не повідомлялося про санкції щодо порушників. Розділ "Фінансування" займає всього вісім рядків звіту, в якому зазначається, що з 30 партій та блоків, які брали участь у виборах 1998 року, лише 23 періодично інформували ЦВК про стан своїх рахунків. За цього невідомо, як відреагувала ЦВК на дії тих семи партій і блоків, які на порушення закону такої інформації не надавали. "Рекордну" суму виборчих витрат у 1998 році задекларувала НДП — 1915936 грн., а також ПЗУ — 1128487 грн., тоді як КПУ офіційно витратила лише 24934 грн.

Таблиця 1. Офіційні фінансові звіти деяких політичних партій та блоків на ведення виборчої кампанії на парламентських виборах 1998 року*

НП	ЗБ	ОПП	ОКС	ОФО
"Громада"	190132.00	190132.00	-	-

ПЗУ**	1128487.50	-	1127487.50	1000.00
КПУ	24934.60	-	2491.10	22443.50
Блок ПП та ЛПУ	705935.00		705935.00	Немає інформації
СДПУ(о)	529900.00	-	529,900.00	-
ПРВУ	793568.90	-	754802.90	38766.00
АПУ	125000.00	11000.00	101000.00	13000.00
НДП	1915936.30	1000.00	1915936.00	-
ВПТ	56558.10	220.00	56338.10	-
НФ	7401.00	-	-	7401.00
Блок СПУ— СелПУ	106967.00	-	20000.00	86967.00

* НП — назва партії, ЗБ — загальний бюджет, ОПП — отримано від політичних партій, ОКС — отримано від комерційних структур, ОФО — отримано від фізичних осіб.

** ПЗУ — Партія зелених України, КПУ — Комуністична партія України, блок ПП та ЛПУ — блок Партії праці та Ліберальної партії України, СДПУ(о) — Соціал-демократична партія України (об'єднана), ПРВУ — Партія регіонального відродження України, АПУ — Аграрна партія України, НДП — Народно-демократична партія, ВПТ — Всеукраїнська партія трудящих, НФ — Національний фронт, блок СПУ—СелПУ — блок Соціалістичної партії України — Селянської партії України.

Джерело: Центральна виборча комісія, "Голос України", № 57 (1807), 26 березня 1998 р.

Питанню фінансування виборчої кампанії під час президентських виборів 1999 року (31 жовтня і 14 листопада) та прозорості фінансування приділено дещо більше уваги в Заключному звіті ОБСЄ та Бюро демократичних інститутів прав людини, опублікованому 2 березня 2000 року в Варшаві. Згідно зі звітом, кандидати витратили 71% своїх виборчих фондів на рекламу в ЗМІ, в тому числі на телебаченні — 53%. За цього навіть найгрубші підрахунки вартості рекламного часу і газетної площі доводять, що цифри, зафіксовані в офіційному звіті, опублікованому ЦВК 26 березня 1998 року в газеті "Голос України", не відображають реальних витрат, що свідчить про наявність додаткового фінансування з боку "третьох сторін". Тож у звіті ОБСЄ й говориться, що "загальне покращення прозорості і звітності перед громадськістю, досягнуте завдяки запровадженню особистих виборчих фондів, контрастувало із значними і не заявленими сумами на підтримку або проти кандидатів. Ці витрати не були враховані, хоч вони надавали отримувачам цих коштів значну перевагу". Приклад — діяльність широко відомого громадського об'єднання "Злагода" — рекламні акції, концерти, реклама на кшталт "Президент за "Злагоду", "Злагода" за Президента", а також діяльність Фонду "Соціальний захист". Інший приклад — із зрозумілих причин ніким і ніяк не враховані витрати на публікацію численних анонімних статей, "фальшивих" випусків газет (наприклад, "Фактів", "Сільських вістей", "Голосу України",

"Сільського комуніста"), листівок тощо.

На президентських виборах 1999 року основна частина офіційно переведених коштів потрапила на виборчий рахунок Леоніда Кучми (загалом 1007211 гривень, витрачено 44000 гривень). Усі інші кандидати зібрали:

Петро Симоненко — 244721 грн. (витрачено 208839 грн.);

Євген Марчук — 77116 грн. (витрачено 48241 грн.);

Олександр Ткаченко — 553504 грн. (витрачено 367488 грн.);

Олександр Мороз — 511401 грн. (витрачено 325299 грн.);

Юрій Костенко — 41026 грн. (витрачено 38147 грн.);

Наталія Вітренко — 123600 грн. (витрачено 75884 грн.);

Василь Онопенко — 11600 грн. (витрачено 5629 грн.);

Олександр Ржавський — 22700 грн. (витрачено 20982 грн.);

Віталій Кононов — 3400 грн. (витрат не було);

Юрій Кармазін — 10809 грн. (витрачено 3560 грн.);

Геннадій Удовенко — 25 грн. (витрат не було).

З вищезазначених сум 76% було перераховано на офіційні виборчі рахунки кандидатів фізичними особами, 13% — політичними партіями й 11% — підприємствами та організаціями. За офіційними даними, кандидати в президенти витратили гроші зі своїх рахунків на політичну рекламу в ЗМІ та на друк листівок для кампанії. Гроші на рахунки трьох кандидатів у президенти взагалі не надходили. Згідно із законом, гроші, що надійшли на виборчі рахунки кандидатів у президенти, є єдиними коштами, що можуть бути використані на фінансування витрат, пов'язаних з проведенням кампанії. Список офіційно задокументованих операцій наводить на думку, що кандидати або не починали кампанію взагалі, або ж використовували на покриття витрат, пов'язаних з проведенням кампанії, якісь інші кошти. Основну частину грошей, перерахованих до виборчих фондів кандидатів в президенти (71%) було витрачено на рекламу в ЗМІ, виготовлення плакатів, листівок, брошур та тому подібне. 20% було сплачено за розповсюдження агітаційної літератури, а 9% було витрачено на підготовку зустрічей із виборцями.

Згідно з фінансовими звітами, опублікованими Центральною виборчою комісією в офіційній парламентській газеті 5 листопада 1999 року, витрати на проведення президентської кампанії склали (в гривнях):

№	ДФ	НВ	ЛК	ОМ	ЄМ	ОТ	ЮК	ПС	ГУ
1	ВРК	0.00	0.00	0.00	0.00	17(Ю	0.00	0.00	0.00
2	ПДВ	17952	1034605.49	1002283.6	36580.48	667501,39	328489.05	69971.45	98588
3	ДВКС	575000	280460	5,325	359830	222160	5200	392518.63	1700
4	ВКП	575000	0.00	2000	358110	215700	0.00	392223.50	0.00
5	Всього	592952	1362253.49	1016583.6	398210.48	923401.74	338189.05	462899.08	100258

	отримано								
Витрати на кампанію									
1	РР	37205.36	131729.93	165539.03	18748,63	107695.18	59900.67	24748.16	0.00
2	ТР	429896.48	334659.71	514726.08	199234.99	510980.18	248976.74	41389.63	96262.36
3	РГ	2784.27	182772.73	80116.2	13941.82	29497.80	20574.33	45865.40	240.00
4	др	108165.5	63984.4	62439.41	60785.36	139140	5604	224975.41	0.00
5	ІВ	6548	98.00	180479.52	103404,98	319.61	93.00	125141.26	3995.05
6	МЗ	4984	0.00	2,400	0.00	109183.07	240.00	0.00	0.00
7	Всього витрат	589583.61	727,354.77	1007550,24	39909.78	918169.66	338188.74	462213.86	100257.41

* ДФ — джерело фінансування, ВРК — власні ресурси кандидата, ПДВ — приватні добровільні внески, ДВКС — добровільні внески від комерційних структур, ВКП — включаючи кандидата, партії (партій), РР — реклама на радіо, ТР — телереклама, РГ — реклама в газетах, ДР — друк та розповсюдження агітаційної літератури, ІВ — інші витрати, МЗ — мітинги з виборцями, масові заходи.

** НВ — Наталія Вітренко (ПСПУ), ЛК — Леонід Кучма, чинний президент, позапартійний, підтриманий центристами та деякими націонал-демократичними партіями, ОМ — Олександр Мороз (СПУ), ЄМ — Євген Марчук, позапартійний, підтриманий блоком націонал-демократичних партій, ОТ — Олександр Ткаченко, ЮК — Юрій Костенко (частина НРУ), ПС — Петро Симоненко (КПУ), ГУ — Геннадій Удовенко (частина НРУ)

Джерело: Центральна виборча комісія, "Голос України", № 207 (2209), 5 листопада 1999 р.

На минулих президентських виборах більшість із кандидатів використали майже всі наведені нижче методи, хоча їхні кампанії й відрізнялися за обсягом та якістю, а звідси, й за цінами, які на 1999 рік були такими:

Національні ЗМІ

Транслявання 30-секундного відео кліпу (5 разів протягом 30 днів національним телеканалом) — 150000 дол. США*

Виробництво радіозаставки (Київ) — від 200 до 800 дол. США

Виробництво відеокліпу — від 1500 до 3500 дол. США

Комп'ютерна графіка — від 4500 до 6000 дол. США

Фотоматеріали — від 200 до 8000 дол. США

Виробництво 10-хвилинного відеофільму — від 2000 до 10000 дол. США

Регіональні ЗМІ

Виробництво телереклами — від 100 дол. США за 1 хв.

Виробництво та транслявання радіореклами — від 60 дол. США

Транслявання 30-секундного радіо ролика 8 разів на день (12 разів на день за кілька днів до дня голосування) протягом 30 днів мережею радіостанції, що покриває від 3 до 15 міст, — від 20000 до 30000 дол. США

Транслявання 30-секундного радіоролика місцевою радіостанцією протягом 30 днів — від 7000 до 15000 дол. США

Телереклама (60 сек.) — від 16 дол. США (Львів), 55 дол. США (Херсон) до 275 дол. США ("Інтер", Дніпропетровськ)

Велика агітаційна стаття в регіональній пресі — від 600 до 1200 дол. США

1 см² газетної смуги — від 0,7 дол. США

Плакат формату А1 — 0,5—1,5 дол. США за примірник

Плакат формату А2 — 0,3—1,0 дол. США за примірник

Буклет формату А4 — 0,2—0,9 дол. США за примірник, 150000 дол. США за мільйон примірників

Листівка формату А4 — 0,01—0,03 за примірник, 100000 дол. США за мільйон примірників

Кишеньковий календар — від 0,03 дол. США за примірник

Оренда рекламного щита (30 днів) — 250—700 дол. США за штуку

Плакат для рекламного щита — 100—600 дол. США за примірник

Послуги вуличного "агітатора" — від 2,5 дол. США на день

Листи до виборців — від 0,1 дол. США за лист

Джерело: "Політика і Культура", № 25, 15—21 жовтня 1999 р.

Таблиця 3. Відомості про використання коштів з рахунків виборчих фондів партій (блоків) на виборах 2002 року

№	Найменування виборчих блоків (партій)	Всього надійшло коштів до ВФ	Всього використано коштів виборчого фонду	Загальні витрати ВФ на передвиборну агітацію
	"Єдність"	2 706 243.00	2 703 524.19	
1.	"За єдину Україну!"	2 560 250.00	2 560 093,61	2 549 839.61
2.	СДПУ (о)	2 550 000.00	2 549 996.63	2 549 996.63
3.	"Жінки за майбутнє"	2 549 950.00	2 547 515.05	2 547 463.05
4.	Команда озимого покоління	2 548 237.00	2 512 220.71	2 512 220.77
5.	ПЗУ	2 545 200.00	2 544 683.62	2 544 481.62
6.	Блок Віктора Ющенка	2 533 204.00	2 416 878.90	2 396 674,90

	Наша Україна			
7.	КПУ(о)	2 424 450.00	2 424 126.92	2 424 196 49
8.	"Яблуко"	2 417 899.00	2 417 404 44	2 417 409.43
9.	"Нова генерація України"	2 243 500.00	2 238 050.52	2 238 050.52
10	Блок Наталії Вітренко	1 317 900.00	1 317 888.62	1 317 888.62
11.	Всеукраїнське Об'єднання Християн	1 049 669.57	1 043 281.03	1 043 281.03
12	Виборчий блок Юлії Тимошенко	874 110.00	873 848.84	873 848.84
13	СПУ	779 490.00	779 489.50	776 593.50
14	ЗУБР	695487.75	695 120.79	695 120.79
15	КПУ	644 049.15	638 035,55	638 035.55
16	Українська морська партія	493 987.00	493 370.42	489381.42
17	Демократична партія України - партія "Демократичний союз"	490 508.75	490 508.75	490 508. 75
18	Руський блок	222 142.00	222 118.78	172 116.78
19	Народний Рух України	138 401.00	137 274.34	137 274.34
20	"Проти всіх"	122 440.00	122 436 24	122 436.24
21	"Нова сила"	109 100.00	107 607.73	107 607.73

22	КПРС	82 252.00	82 246.42	82 246.42
23	"Справедливість"	79 091.00	79 040 48	79 090.98
24	СПУ	72 070.00	71 084 17	71 484 17
25	УНА	64 500.00	64 499.06	64 499.06
26	Всеукраїнська партія трудящих	59 370,00	58 204.00	58 204.00
27	Християнський рух	23 340.00	23 327.19	23 327.19
28	"Новий світ"	10 170.00	10 120.15	8 618.15
29	Партія реабілітації тяжкохворих	3 250.00	3 047.24	3 047.24
30	СДПУ	3 100.00	2 126.15	2 126.15
31	ЛПУ(о)	777.77	232.60	232.50
32	Народна партія вкладників та соціального захисту			
33	Всього	32 414 138.99	32 230 357.19	31 973 811.09

Типовий бюджет кампанії включає витрати на різні види матеріалів, обладнання та послуг, включаючи листівки,

буклети, календарі, інші агітаційні матеріали, що може поглинути до 10% бюджету кампанії. Багато коштів витрачається на зарплатню персоналу кампанії (від 100 до 1000 гривень на місяць для членів місцевого персоналу і значно більша сума для членів вищого персоналу національної кампанії, що зазвичай сплачується в доларах США готівкою) та гонорари для спеціалістів-піарників й аналітиків, вуличних "агітаторів" і вербувальників, членів персоналу, які відповідають за розклеювання листівок та плакатів і "прибирання" листівок та плакатів конкурентів. Витрати на доставку літератури складають у середньому 8 гривень за 1 кг. Частина бюджету асигнується на поштові листівки-"подяки" для потенційних виборців, які підписалися "в підтримку кандидата" (плюс поштові послуги — 0,4 гривні за один конверт із маркою). Бюджет також повинен включати витрати на подорожі кандидата та персоналу для

проведення мітингів з виборцями, а також оплату за технічне забезпечення мітингів і найманців. Однак найбільша частина бюджету кампанії витрачається на політичну рекламу на національному, регіональному та місцевому телебаченні, радіо та в газетах. До того ж витрати на проведення кампанії включають недозволені "подарунки": від основних продуктів харчування для найбідніших, зазвичай найстарших за віком виборців, до ремонту школи у виборчому окрузі, спонсорування будівництва системи постачання газу до якогось села чи підвищення пенсій з метою перевищити середній розмір по країні приблизно на 25 відсотків (подібно до того, як заявляла про це "Громада" Павла Лазаренка напередодні парламентських виборів 1998 року).

У параграфі 12 ст. 37 попереднього закону "Про вибори народних депутатів України" (1997 р.) указувалося, що "кошти виборчих фондів можуть використовуватися виключно на потреби агітаційної кампанії політичної партії, виборчого блоку партій, кандидата у депутати. Використання коштів виборчих фондів за іншим призначенням забороняється". Однак у цьому законі не було визначено законодавчих механізмів для реагування на можливі порушення даної статті. Розміри виборчих фондів також не обговорювались. І вже після березня 1998 року один депутат-мажоритарник зізнався, що кошти, які були затрачені на його виборчу кампанію, сягали далеко за мільйон доларів.

У новому законі про вибори відповідні питання виписані більш чітко. Наприклад, у пункті 3 ст. 36 зазначається, що "гранична сума витрат виборчого фонду партії (блоку) не може перевищувати ста п'ятдесяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а кандидата у депутати, зареєстрованого в одномандатному окрузі, — десяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян".

У параграфі 5 пункту 2 ст. 52 виборчого закону вказується, що в разі доведення судом того, що партія (блок) витратила на свою кампанію кошти у розмірі, більшому від установленої цим Законом граничної суми витрат виборчого фонду партії (блоку)", рішення про реєстрацію може бути скасовано ЦВК. Та поки що українська історія не знає прикладів застосування цієї норми.

Судити про приблизний розмір бюджету виборчої кампанії можна на підставі середніх розцінок на деякі послуги. Наприклад, 5000 екземплярів кольорових листівок коштують у середньому 570 дол. США, тоді як друкування 5000 екземплярів чорно-білих листівок становить 45 американських дол. Чотирьохсторінкова газета формату А3 обходиться в 200 доларів США за 5000 екземплярів. Агітаційні наклейки коштують у середньому 870 дол. США за 5000 штук, а 5000 примірників кольорових буклетів формату А4 — 625 дол. США, тоді як вартість такої ж самої кількості буклетів формату А3 складає 1050 дол. США. Беручи до уваги той факт, що в Україні майже 38 мільйонів громадян мають право голосу, а отже, 5 тисяч умовних комплектів агітаційних матеріалів вочевидь недостатньо для досягнення рекламної мети, середня політична партія мала б витратити значно більше коштів, щоб донести свої думки до електорату.

Повторимось: однією з основних ознак виборчої кампанії 2002 року (і парламентських, і місцевих виборів) стало різке зростання вартості як "входження в політику", так і утримання мандата на новий термін. Основне зростання вартості участі у виборах та основні витрати виборчих штабів "забезпечили" ціни на:

- послуги "імпортних" політичних технологів;
- гонорари акторам, співакам та іншим працівникам шоу-бізнесу;
- операційні й адміністративні витрати на роботу штабу;
- "подарунки" виборцям — від продуктових наборів до будівництва об'єктів соціально-культурної сфери;
- забезпечення "позитивного" або "неворожого" адміністративного ресурсу;

- виготовлення і поширення (розміщення) політичної реклами;
- агітацію — акції, марші, збори, створення "громадських об'єднань", пікети тощо, зокрема оренду приміщень, транспорту, оплату послуг агітаторів (учасників);
- виготовлення і поширення рекламно-агітаційної продукції;
- виготовлення і випуск безкоштовної або дуже субсидованої партійної преси;
- підтримку власного медіа-ресурсу і "замовні" публікації та сюжети в ЗМІ.

Ще в серпні 2001 року експерти Комітету виборців України прогнозували, що виборча кампанія 2002 року "стане рекордною за коштами, які партії та кандидати витратять на проведення агітаційних заходів", значною мірою через зростання витрат на місцевих виборах. Крім того, повернення депутатської недоторканності депутатам місцевих рад викликало нову хвилю інтересу до депутатських мандатів у заможних представників ділових і тіньових кіл. Говорилося про те, що за включення фінансово потужних кандидатів у виборчі списки "просили" внесок під 2 млн. доларів, для проведення кампанії "по повній програмі" партії (блоку) було б потрібно близько 10—12 мільйонів доларів, а "провідні" олігархічні сили могли витратити на вибори 40—60 млн. доларів. Хоча однозначно підтвердити або спростувати ці оцінки неможливо, реальні витрати на підготовку й проведення виборчої кампанії (за наведеними вище категоріями) цілком можуть сягати цієї суми.

На думку експертів КВУ, приблизний бюджет виборчої кампанії партії або партійного блоку (в доларах США) міг би виглядати таким чином:

- Оплата праці партійних членів виборчих комісій (по дві особи на кожну з 33 тисяч місцевих виборчих дільниць) — 66 тис. чоловік по 20 дол. — 1320 тис.
- Оплата праці спостерігачів — 33 тис. чоловік по 10 дол. — 330 тис.
- Оплата праці агітаторів — 33 тис. чоловік по 50 дол. — 1650 тис.
- Витрати на підтримку центрального штабу — в середньому 100 тис. на місяць протягом 6 місяців — 600 тис.
- Витрати на підтримку обласних штабів — близько 5 тис. на місяць протягом 6 місяців — 750 тис.
- Друк 20 млн. примірників агітматеріалів — від 1 млн.
- Організація роботи із ЗМІ в центрі та на місцях — від 1 млн.
- Роздача хабарів для заохочення адмінресурсу — від 1 млн.
- Роздача "гуманітарної допомоги" виборцям — від 1 млн.

Усього: від 8 млн. доларів

Оскільки, на думку тих же експертів КВУ, відсоток крадіжок коштів на всіх рівнях використання і розподілу фінансів під час виборчої кампанії може сягати 40—60%, то прогнозувалося, що необхідний мінімум для виборчого фонду, який за сприятливих обставин міг би дати прохідний результат, мав бути не меншим за 12 млн. доларів.

У мажоритарному окрузі витрати, відповідно, могли бути скромнішими, зате й проконтролювати їх було набагато складніше — що можна вважати це одним аргументом на користь переходу до пропорційної виборчої системи. Отже, за висновками КВУ, бюджет виборчої кампанії кандидата по мажоритарному округу на виборах до Верховної Ради (у доларах США) міг би виглядати приблизно так:

- Оплата праці членів виборчих комісій — 300 чоловік по 20 дол. — 6 тис.
- Оплата праці спостерігачів — 150 чоловік по 10 дол. — 1,5 тис.

- Оплата праці агітаторів — 150 чол. по 100 дол. — 15 тис.
- Витрати на підтримку центрального штабу — в середньому 10 тис. на місяць протягом 6 міс. — 60 тис.
- Друк 200 тисяч примірників агітаційних матеріалів — від 15 тис.
- Організація роботи із ЗМІ — від 50 тис.
- Роздача хабарів адмінресурсу (інколи в негрошовій формі) — від 100 тис.
- Роздача “гуманітарної допомоги” виборцям — від 100 тис.

Усього: від 350 тис. доларів

Відсоток крадіжок під час мажоритарної кампанії менший, бо замовник знаходиться ближче до виконавців, і становить 15—25%. Отже, необхідний “прохідний” мінімум для кандидата має бути не меншим за 400 тис. доларів.

Бюджети виборчих кампаній на виборах депутатів та голів місцевих рад, за прогнозами, були такими:

- депутат міської ради обласного центру 1—15 тис. дол. США, в Києві — до 50 тис.;
- міський голова обласного центру 500 тис. — 5 млн.;
- міський голова районного центру — 50—500 тис.

Джерело: КВУ, серпень 2001 р., "Політична Україна", www.polit.com.ua

* * *

Уже після виборів у рамках цього проекту було проведене пілотне дослідження, в основу якого були покладені експертні оцінки витрат політичних партій, блоків та найуспішніших кандидатів-мажоритарників у Львівській області. Зокрема, опитування прес-секретарів виборчих штабів та відповідальних працівників редакцій засобів масової інформації і подальше зіставлення їх даних із даними моніторингу інформації, яку можна вважати політичною рекламою, показало, що частка офіційного фінансування (через виборчі рахунки) становила в середньому 80%, а неофіційного — 20%. Орієнтовні видатки по даній статті, знову-таки, за даними опитувань прес-секретарів, становили в окремих кандидатів від 5 до 50 тисяч доларів. Опитування відповідальних працівників друкарень та виборчих штабів щодо вартості наочної агітації показало, що офіційні витрати на друк плакатів, листівок, календарів тощо складала близько 20%, а от неофіційні — від 80%. Орієнтовна вартість видатків на поліграфію сягала від 5 до 20 тисяч доларів на одного кандидата. Опитування працівників штабів дало можливість оцінити обсяги коштів, які витрачалися на пряме й опосередковане подання допомоги і дарування подарунків виборцям (церкві, школам, будинкам для людей похилого віку тощо), а також на умовно-комерційні проекти (наприклад, кредитування виробників сільськогосподарської продукції міндобривами, насінням, молодняком худоби, кормами, нафтопродуктами). В середньому "прохідний" кандидат витрачав на такі заходи 100—150 тисяч доларів, а оскільки закон забороняє підкуп виборців, майже 100% видатків по цій статті були оплачені з неофіційних джерел фінансування.

Експертне опитування показало, що оплата праці виборчого штабу (в середньому по 20—50 осіб на один штаб), зв'язок, транспорт, представницькі витрати становили від 50 до 100 тисяч доларів. Ще 10—30 тисяч доларів (100-відсотково неофіційно) коштували послуги агітаторів та спостерігачів. Від 25 до 50 тисяч доларів (також 100-відсотково неофіційно) йшло на оплату праці членів виборчих комісій. Нарешті, вартість "спецпроектів", спрямованих проти конкурентів, а також на залучення адмінресурсу, оцінюються експертами в розмірі від 10 до 50 тисяч доларів. Ця стаття витрат не була характерна для всіх учасників. Узагальнення експертних оцінок показує, що сума видатків на одного кандидата, який вважався прохідним, становила від 180 до 800 тисяч доларів. Хоча кожен кандидат по мажоритарному округу мав

право сформувати виборчий фонд у розмірі до 170 тисяч гривень (близько 32 тисяч доларів), жодних офіційних повідомлень про перевищення цього ліміту якимсь із кандидатів не було. Експертні ж дані показують, що нижня межа неофіційних витрат основних кандидатів-мажоритарників Львівської області становить усього 60—65%, а верхня — до 96% від реальної суми витрат на ведення кампанії. Вважається, що під час виборів 1998 року частка неофіційного фінансування складала 70—80%. Особливо велика кількість неофіційних витрат припадає на вибори мерів міст, та вибори до міської ради — з огляду на нереально низький ліміт дозволеного виборчого фонду (50 неоподатковуваних мінімумів, або близько 800 гривень). Наведені вище дані можна вважати аргументом на користь перегляду встановлених законодавством обсягів виборчих фондів.

VII. Як пахнуть гроші в політиці? Тести для вимірювання рівня прозорості виборчого фінансування у країні

Дослідження, проведене нещодавно Агентством міжнародного розвитку США, показало, що в 118 країнах світу менш ніж один із п'яти народних обранців мусить звітувати про джерела надходження коштів, які він витратив на свою виборчу кампанію. Лише в 31% досліджених країн існують вимоги щодо розкриття імен осіб, котрі робили пожертви на ведення певних виборчих кампаній. Хоча майже в 60% охоплених дослідженням країн існують певні вимоги щодо звітності про виборчі фінанси, насправді такі звіти дають лише дуже поверхове уявлення про реальний стан справ з фінансуванням політики. У переважній більшості країн звіти про кошти, залучені й витрачені на ведення виборчої кампанії, подаються як загальні цифри без детальної інформації про розміри та джерела надходжень і витрат, а отже, аудит таких звітів практично неможливий! У 20% країн інформація про джерела й розміри надходжень та витрат на ведення виборчої кампанії збирається встановленими органами влади, проте є недоступною для громадськості. 40% досліджуваних країн узагалі не мають законодавчих норм, які вимагали б прозорості фінансування виборчих кампаній, а отже, в них тема прозорості виборчих фінансів не є предметом публічного обговорення.

Пропонуємо вашій увазі кілька простих тестів і питань, за допомогою яких можна виміряти рівень сприйнятливості середовища для розкриття джерел політичних фінансів і зробити попередню оцінку рівня "готовності" країни до сприйняття технічної допомоги з питань фінансування виборчих кампаній з боку АМР США. Мета цього простого і дуже недорогого тесту — залучити політичних лідерів, неурядові організації, ЗМІ, науковців та працівників відділів з питань демократії АМР США до розгляду проблеми і навчити їх виявляти "темні місця" в питаннях фінансування виборчих кампаній, не витрачаючи зайвого часу і коштів на ґрунтовні дослідження.

Тест на залякування і насильство

Принцип відкритості спрацьовує не надто добре в тих країнах, де насильство є звичною справою, а розкриття інформації про те, що певна особа фінансувала якусь політичну кампанію, може поставити під загрозу фізичну безпеку цієї особи. Наприклад, особи, що робили пожертви на користь Соціалістичної чи Комуністичної партії Америки, отримали від Верховного Суду США дозвіл не розкривати свої імена через побоювання щодо можливого тиску на них. Цей тест — спроба виміряти поширеність таких явищ.

- Чи є викрадення людей або фізичне насильство методом, до якого іноді вдаються для вирішення політичних проблем у вашій країні? ("Так" — 0, "Ні" — 5)
- Чи потерпають дрібніші політичні партії чи "невладні" кандидати від залякувань, перевірок або несправедливого ставлення з боку влади перед виборами, під час чи після виборів?

(“Так” — 0, “Ні” — 5)

- Чи вважається, що у вашій країні існує прямий або непрямий зв'язок між кримінальними елементами і примусом до внесення коштів на виборчу кампанію певних сил? (“Так” — 0, “Ні” — 5)
- Оцініть (за шкалою від 1 — "часто" до 5 — "ніколи"), наскільки часто особи, що роблять пожертви на ведення виборчої кампанії, зазнають погроз і тиску за те, що "дали не тій партії чи кандидату"? 1 2 3 4 5

Підрахунок результатів тесту на залякування і насильство: максимум 20 балів.

Ваш результат: _____

Тест на наявність законодавчої бази та забезпечення дотримання законодавства

Метою цього тесту є встановлення наявності у вашій країні законодавства, яке передбачало б регулювання фінансування виборчої кампанії та механізми забезпечення дотримання такого законодавства.

- Чи існують у вашій країні закони і норми, які регулюють фінансування виборчих кампаній? (“Так” — 10, “Ні” — 0)
- Чи забезпечують суди і (або) виборчі трибунали виконання законодавства про регулювання фінансування виборчих кампаній? (“Так” — 5, “Ні” — —20)
- Чи система фінансування виборчої кампанії або окремі політики були коли-небудь об'єктом журналістських розслідувань, чи висвітлювались ці теми у пресі або обговорювались публічно якимось іншим чином? (“Так” — 5, “Ні” — 0)

Підрахунок результатів тесту на законодавчу базу та забезпечення дотримання законодавства: максимум 20 балів.

Ваш результат: _____

Тест на готовність до побудови коаліції

Цей тест має відповісти на питання, чи є у вашій країні сили, зацікавлені в розкритті інформації про джерела фінансування виборчих та політичних процесів, і наскільки їх цікавить тема виборчих фінансів. Такими силами можуть бути члени громадянського суспільства, засоби масової інформації, політики-реформатори.

- Наскільки, на вашу думку, цікавляться проблемою фінансування виборчої кампанії у вашій країні неурядові організації або організації громадянського суспільства загалом, чи беруть вони активну участь у забезпеченні розкриття його джерел? (Зазначте одну відповідь — від 0 — "нульова активність" до 5 — "високий рівень активності".)

1 2 3 4 5

- Наскільки уважно, на вашу думку, ставляться до проблем фінансування виборчої кампанії у вашій країні газети, радіо чи телебачення, чи беруть вони активну участь у забезпеченні розкриття його джерел? 1 2 3 4 5
- Чи є, на вашу думку, в вашій країні обрані посадові особи або депутати, які активно цікавляться чи беруть активну участь у забезпеченні розкриття джерел фінансування виборчої кампанії? (Зазначте одну відповідь — від 0 — "нульова зацікавленість" до 10 — "високий рівень зацікавленості".) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Підрахунок результатів тесту на готовність до побудови коаліції: максимум 20 балів.

Ваш результат: _____

Тести на взаємозв'язок грошей і політики

Цей тест дозволяє визначити наявність або відсутність відповідності між кількістю грошей, витрачених на виборчу кампанію, і результатом, здобутим партією на виборах. Крім того, тест дає можливість виміряти рівень політичної волі до змін.

- Наскільки рівномірно, на вашу думку, розподілявся загальний обсяг коштів, що були витрачені на останні вибори, між партіями чи кандидатами? (Зазначте одну відповідь — від 0 — "дуже нерівномірно" до 5 — "цілковито рівномірно".) 1 2 3 4 5
- Чи перемогли на минулих виборах партії або кандидати, які витратили найбільше грошей? ("Так" — 0, "Ні" — 5)
- Як ви оцінюєте рівень політичної волі до реформування системи фінансування виборчих кампаній у вашій країні? (Зазначте одну відповідь — від 0 — "низький" до 10 — "високий".) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Підрахунок результатів тесту на взаємозв'язок грошей і політики: максимум 20 балів.

Ваш результат: _____

Тест на наявність законодавства про розкриття джерел фінансування виборчих кампаній

Цей тест допомагає виявити наявність чи відсутність законодавства, що передбачає розкриття джерел фінансування виборчої кампанії.

- Чи вимагає законодавство вашої країни від політичних партій, кандидатів або осіб, що надають пожертви на їх користь, розкриття такої інформації?
 - 1) Інформація про розмір пожертви і (або) дохідну частину фонду має бути доступною для громадськості ("Так" — 5, "Ні" — 0)
 - 2) Інформація про витрати має бути доступною для громадськості ("Так" — 5, "Ні" — 0)
 - 3) Інформація про імена (назви) жертводавців мають бути доступною для громадськості ("Так" — 10, "Ні" — 0)
 - 4) Інформація про імена осіб та назви компаній, що надавали послуги, оплачені з виборчого фонду, мають бути доступною для громадськості ("Так" — 5, "Ні" — 0)

Підрахунок результатів тесту на законодавство про розкриття джерел фінансування кампаній: максимум 25 балів.

Ваш результат: _____

Як проводити підрахунок балів і читати результати тестів на "запах грошей"

Крок № 1: визначте загальну кількість балів, набраних по всіх тестах.

Максимальний результат: 105 балів.

Ваш загальний результат: _____

Крок № 2: прочитайте результати тестів на рівень прозорості політичних фінансів:

60—105 балів — високий результат,

20—59 балів — середній результат,

10—19 балів — низький результат.

Тест	Максимум балів	Ваш результат
На залякування і насильство	20балів	
На наявність законодавчої бази та забезпечення дотримання законодавства	20балів	
На готовність до побудови коаліції	20балів	
На взаємозв'язок грошей і політики	20балів	
На наявність законодавства про розкриття джерел фінансування кампаній	25балів	

Високий результат (60—105 балів) означає, що гроші в політиці вашої країни пахнуть "приємно". Цей "приємний запах" засвідчує, що ваша країна є або незабаром стане ліберальною демократією, де існують прозорість і відкритість фінансування виборчої кампанії. У цьому випадку важливо зіставити ваші висновки з реальністю, особливо в частині забезпечення дотримання законодавства. Перш ніж зробити остаточні висновки, варто зіставити ваші результати тесту "Як пахнуть гроші в політиці?" з показниками Індексу корупції, складеного організацією "Transparency International" (www.transparency.org).

Середній результат (20—59 балів) означає, що гроші в політиці вашої країни пахнуть "кисло". "Кислий запах" політичного фінансування і фінансування виборчої кампанії вказує на потребу в проведенні більш детального дослідження і, ймовірно, на необхідність проведення певних реформ. Наприклад, у країні можуть бути відсутні закони, які передбачали б належне розкриття джерел фінансування виборчих кампаній, може бути закрито доступ до інформації про джерела надходжень коштів і видатки з виборчих фондів, можуть бути відсутні механізми забезпечення дотримання вимог щодо регулювання фінансів виборчих кампаній, може бракувати контролю з боку засобів масової інформації та неурядових організацій. Крім того, певні реальні і потенційні проблеми і загрози прозорості фінансування виборчих кампаній можуть містити ситуації, виявлені за допомогою тесту на залякування та насильство.

Низький результат (10—19 балів) означає, що гроші в політиці вашої країни просто-таки "смердять", а отже, існують серйозні перешкоди в забезпеченні регулювання і прозорості фінансування виборчих кампаній. Кожен з п'яти наших тестів, можливо, має певні слабкі місця, особливо в частині, що стосується політичних "гравців", індикаторів корупції та критеріїв політичної волі. Та все ж ці тести можна використовувати для виявлення нагальних потреб, визначення сприятливого клімату для реформ та з'ясування того, на що саме потрібно спрямовувати ці реформи.

За матеріалами д-ра Джина Варда, Бюро демократії, Агентство міжнародного розвитку США: "Money and Politics Handbook: A Guide to Increasing Transparency in Emerging Democracies"; див. також: gward@usaid.gov, USAID, Office of Democracy, DCHR.

VIII. Гроші і вибори. Висновки та пропозиції

Загалом політичні партії безвідносно до власного демократизму і фінансового становища

схильні зберігати в таємниці як свої реальні витрати на поточну діяльність та особливо на виборчу кампанію, так і імена спонсорів, "творчо" підходити до вимог чинного законодавства і загалом сприймати гроші, що "крутяться" в політиці, як щось винятково "інтимне". Однак від виборів до виборів політичні фінанси привертають дедалі більшу увагу громадян, яким доводиться зводити до ролі справжніх виборців, а не довічних статистів, котрі приходять на дільниці лише засвідчити свою лояльність до влади. Доказом цього можна вважати хоча б те, що Ви, шановний читачу, ще й досі держите в руках цю книгу.

Якими були наслідки порушень у фінансуванні кампанії 1998 року? Ніякими. Хоча багато кандидатів подали скарги на своїх конкурентів, стверджуючи, що ті сплачували за політичну рекламу в ЗМІ готівкою, а не з виборчих фондів, як того вимагає закон, Центральна виборча комісія була неспроможна застосувати санкції до "зловмисників" й обмежилася надсиланням порушникам листів з попередженнями, оскільки не мала повноважень ужити хоч яких заходів. Цілком імовірно, так станеться і цього разу. Сам хід цієї кампанії, а зокрема й відсутність судових позовів від політичних партій, блоків та окремих кандидатів щодо порушення іншими партіями, блоками чи кандидатами законодавства саме в частині регулювання виборчих фінансів, доводиться сприймати як опосередковане визнання всіма учасниками виборчого процесу того факту, що чинні норми законодавства про фінансове регулювання політичного життя можна порушувати практично безкарно. Згідно з ухваленим у травні 2001 року законом "Про політичні партії" партії зобов'язані опублікувати звіти про свою фінансову діяльність за минулий рік. Отже, до травня 2002 року мали б бути опубліковані дані про джерела фінансування політичних партій, статті витрат, прізвища осіб та назви організацій, котрі надавали партії фінансову підтримку. Поки що цього не сталося. Відсутність вимог щодо забезпечення прозорості фінансування виборчого процесу з боку суспільства не сприяє пошуку відповіді на запитання: "Хто платить за нашу політику?"

Отже, на рівні **закону, процесу, механізмів та органів контролю** за політичними фінансами ми маємо ситуацію, схожу на ситуацію в бізнесі:

Закон не враховує всіх нюансів політичного фінансування.

Процес контролю є складним, невизначеним, зарегульованим, суперечливим, необ'єктивним (тобто вибірковим) і потенційно репресивним.

Механізми є неефективними, а вибірковість їх застосування **органами** контролю перетворює їх на механізми тиску і впливу, а не контролю.

Справі підвищення загальної прозорості політичного фінансування не сприяє поділ, у тому числі і в законодавстві, на норми прозорості і звітності, що застосовують під час виборчої кампанії, і на питання партійного фінансування "в мирний час" між виборчими кампаніями.

Гостро бракує методик оцінки політичних фінансів, досвіду такого оцінювання і сил, які бажали б цим займатися.

Як корупція існує в усіх країнах, хоч і різною мірою, так і тіньове фінансування політичних партій не є чимось типовим лише для України та інших посттоталітарних держав. Питання тут не в наявності чи відсутності цього явища, а в готовності суспільства осудити його і протистояти йому.

Відповідь на наївне запитання "Чому так важко рахувати політичні фінанси?" в контексті викладеного вище не викликає надмірного оптимізму: тому що ні партії, ні окремі політики, ні суспільство в цілому сьогодні не зацікавлені в розкритті результатів таких підрахунків. Чи означає це, що спроби "врегулювати айсберг" чи принаймні забезпечити "чистоту" тієї речовини, з якої він складається, і навчитися вимірювати його обсяги є марними? Звичайно ж, ні. Хоча тема встановлення контролю за політичними фінансами ще не привертає достатньої уваги українського політикуму і суспільства загалом, окремі дослідники і (що показово) неурядові інституції працюють над виробленням методик аналізу фінансово-

політичних потоків та контролю за цими коштами, а також над розробкою законодавства, яке забезпечило б дієвий, ефективний і недискримінаційний контроль.

Серед засобів підвищення прозорості політичного фінансування можна виділити ключові:

1. Запровадження змін до законодавства

- збільшення дозволених обсягів виборчих фондів;
- розширення бази потенційних надходжень з одночасним обмеженням максимального розміру надходжень з одного джерела;
- посилення відповідальності за порушення одночасно із запровадженням механізмів контролю;
- усунення можливостей їх вибіркового застосування.

2. Державне фінансування політичних партій

У низці демократичних країн застосовується метод посилення прозорості політичного фінансування, який водночас є методом стимулювання масового членства в політичній партії й участі політичної партії у виборах. Державні субсидії надаються політичним партіям і розподіляються між ними відповідно до результатів виборів (тобто числа зібраних ними голосів та отриманих мандатів). У ряді країн політична партія, яка на кількох виборах підряд не виборола жодного мандата, взагалі втрачає право на отримання державних субсидій.

Сьогодні існують три основні моделі загального державного фінансування політичних партій:

- фінансуються лише тільки ті політичні партії, які представлені в парламенті, причому субсидії розподіляються між ними або пропорційно числу мандатів, або в рівних сумах на кожний мандат;
- державні субсидії розподіляються з урахуванням числа отриманих на останніх виборах голосів, причому враховуються голоси лише в тих виборчих округах, де партія набрала не менше певного (достатньо високого) відсотка;
- фінансуються всі політичні партії, що взяли участь у виборах і відповідають законодавчо визначеним умовам, причому незалежно від того, чи представлені вони в парламенті, чи ні. У Німеччині, наприклад, право на отримання державної субсидії мають усі політичні партії, що зібрали не менше 0,5% голосів на федеральних і європейських виборах або 10% у виборчому окрузі, однак розмір субсидії визначається двома критеріями: числом отриманих голосів та розміром надходжень до власного фонду партії.

Незважаючи на популістські твердження про "бідність" українського бюджету і недоречність державного фінансування політичних партій в умовах масового зубожіння населення серйозний підхід до контролю за політичними фінансами вимагатиме прийняття реальних рішень з цього питання вже від нинішнього складу парламенту. Який саме підхід до державного фінансування є найбільш доцільним в Україні? Відповідь на це питання пов'язана з перспективами переходу на пропорційну систему виборів усіх рівнів.

3. Просвіта виборців

З огляду на вирішальне значення наявності "суспільного попиту" на прозорість політики і її фінансування саме створення такого "суспільного попиту" шляхом просвіти виборців видається найголовнішим завданням.

Як удосконалити законодавче регулювання фінансування виборчої кампанії? Як перший крок варто включити до закону "Про вибори народних депутатів України" положення, які регулювали б ключові аспекти фінансування:

- слід законодавчо визначити механізми запобігання використанню держслужбовцем-

кандидатом свого службового становища у цілях виборчої кампанії й установити сувору відповідальність за порушення — аж до зняття з виборчих перегонів і звільнення з посади;

- необхідно встановити правила фінансування виборчої кампанії таким чином, щоб збільшити обсяг допустимих надходжень на виборчий рахунок, з одного боку, й обмежити можливості значних витрат на "на підтримку свого кандидата чи партії" з боку "третіх сторін" (наприклад, громадських організацій та об'єднань), запровадивши контроль за виборчими витратами "третіх осіб";
- потрібно законодавчо визначити, що витрати на ведення виборчої кампанії — це вартість усіх товарів, робіт та послуг (за реальними ринковими цінами), використаних партією (блоком) чи кандидатом протягом кампанії з метою підвищення власних виборчих шансів чи зниження виборчих шансів конкурентів;
- слід установити верхню межу витрат на ведення виборчої кампанії з розрахунку певної кількості гривень на одного виборця в одномандатному (для кандидата-мажоритарника) чи багатомандатному (для партії чи блоку) окрузі;
- політична реклама має бути законодавчо визначена, означена як така і фінансована виключно з виборчого рахунку. Поява політичної реклами, фінансованої не з виборчого рахунку, свідчить про наявність недозволеного фінансування, а отже, про порушення виборчого законодавства, і має бути підставою для вжиття санкцій проти партії (кандидата), які повинні бути визначені в законі;
- доцільно встановити обмеження на розмір пожертви (внеску), що може надійти від однієї юридичної та від однієї фізичної особи, які згідно із законом мають право робити такі пожертви. Необхідно також законодавчо обумовити, що ці обмеження поширюються на пожертву (внесок) як у грошовій, так і в негрошовій формі (товари, послуги), — такий захід допоможе скоротити можливості для прихованого фінансування.