

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

<b>PITANJE</b>	<b>PARLAMENTARNI IZBORI</b>	<b>PREDSJEDNIČKI IZBORI</b>	<b>LOKALNI IZBORI</b>
Jesu li posljednji izbori u načelu ocijenjeni kao slobodni i pošteni?	DA	DA	DA
Koji izborni sustav se primjenjuje?	Proporcionalni	Većinski	Proporcionalni
Koliko dugo traje izborna kampanja, sukladno zakonskim propisima?	Izborna kampanja (promidžba) traje od dana objave kandidatura u medijima do 24 h prije izbornog dana – u pravilu 14 dana.	Izborna kampanja (promidžba) traje od dana objave kandidatura u medijima do 24 h prije izbornog dana – u pravilu 14 dana.	Izborna kampanja (promidžba) traje od dana objave kandidatura u medijima do 24 h prije izbornog dana – u pravilu 14 dana.
Koliko dugo traje izborna kampanja u praksi – procjena?	Prosječno 45 dana.	Prosječno 30 dana.	Prosječno 30 dana.
Imaju li stranke/kandidati obvezu otvarati i voditi posebne račune za donacije u kampanji?	NE	NE	NE
Imaju li stranke/kandidati obvezu voditi razdvojene račune za redovno financiranje i ono u kampanji?	NE	NE	NE
Imaju li stranke/kandidati na raspolaganju materijalnu pomoć iz javnih izvora -državnog i lokalnih proračuna?	DA	DA	DA
Je li financiranje iz javnih izvora direktno (u novcu) ili indirektno (u dobrima i uslugama)?	Direktno – novčana sredstva. Indirektno – vrijeme za predstavljanje u javnim medijima	Direktno – novčana sredstva. Indirektno – vrijeme za predstavljanje u javnim medijima	Direktno – novčana sredstva.

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

	bez naknade.	bez naknade.	
Koji su kriteriji za dodjelu javnih sredstava?	Svaka lista koja prijeđe izborni prag i osvoji mandat u Hrvatskom saboru dobiva naknadu iz državnog proračuna sukladno broju osvojenih mandata. Vrijednost mandata određena je zakonom.	Svaki kandidat koji osvoji više od 10 % glasova birača koji su glasovali ima pravo na jednaki novčani iznos koji određuje Vlada.	Svaka lista koja prijeđe izborni prag i osvoji mandat u predstavničkom tijelu dobiva naknadu iz proračuna sukladno broju osvojenih mandata.
Jesu li kriteriji za dodjelu javnih sredstava jasni i nedvojbeni?	DA	DA	DA
Pogoduje li sistem dodjele javnih sredstava u kampanji na bilo koji način stranci/kandidatu na vlasti?	NE	NE	NE
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti podatke o prihodima (donacijama)?	NE	DA	NE
Kome su stranke/kandidati dužni dostaviti podatke o prihodima i postoji li obveza javne objave?	Ne postoji obveza.	Kandidati su dužni dostaviti financijska izvješća Državnom izbornom povjerenstvu. Ono ima obvezu javno objaviti izvješća.	Ne postoji obveza.
Ukoliko da, jesu li dužni razdvojiti podatke o prihodima iz redovnog financiranja i one iz kampanje?	NE	NE	NE
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti detaljan prikaz prihoda i koliko detaljan?	NE	NE	NE

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti visinu donacija? Iznad kojeg iznosa?	NE	DA – ne postoji minimalni iznos.	NE
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti imena donatora? Iznad kojeg iznosa?	NE	DA – ne postoji minimalni iznos.	NE
Postoje li pravila koja onemogućavaju izigravanje zakonskih odredbi tj. sprječavaju stranke/kandidate da razdijele donacije u manje iznose kako bi izbjegli objavljivanje?	NE (jer nema zakonskih odredbi).	NE (jer nema sankcija).	NE (jer nema zakonskih odredbi).
Postoji li zabrana anonimnih donacija? Iznad kojeg iznosa?	NE	NE	NE
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti donacije u dobrima i uslugama?	NE	DA	NE
Koji je vremenski okvir za objavljivanje prihoda stranaka/kandidata u kampanji?	Nije propisano.	Kandidati predaju financijska izvješća 7 dana prije dana izbora. <i>(No tih 7 dana do izbora ono ostaje neobjavljeno).</i>	Nije propisano.
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti podatke o prihodima u kampanji prije održavanja izbora?	Nije propisano.	DA – dužni su predati izvješća 7 dana prije održavanja izbora.	Nije propisano.
Koji su dozvoljeni izvori prihoda za financiranje izborne kampanje?	Nije propisano.	Vlastita sredstva, donacije domaćih fizičkih i pravnih osoba.	Nije propisano.

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

Jesu li dozvoljene donacije iz stranih izvora?	Nije propisano - DA	NE	Nije propisano - DA
Jesu li dozvoljene donacije iz trgovačkih društava u vlasništvu države / lokalne ili područne samouprave?	Nije propisano - DA	Dozvoljene su donacije trgovačkih društava koja nisu u VEĆINSKOM vlasništvu države ili jedinica lokalne i područne samouprave.	Nije propisano - DA
Jesu li dozvoljene donacije od strane humanitarnih organizacija, nevladinih udruga, zaklada, ustanova, sindikata i sl?	Nije propisano - DA	NE	Nije propisano - DA
Postoji li mogućnost da pravna ili fizička osoba – nedozvoljeni donator – osnuje organizaciju / udruhu preko koje će donirati kampanju?	Nije propisano - DA	Nije propisano - DA	Nije propisano - DA
Jesu li fizičke ili pravne osobe dužne prikazati donaciju za kampanju u svojim poreznim prijavama, godišnjim izvješćima ili nekom drugom dokumentu?	Nije propisano - NE	Nije propisano - NE	Nije propisano - NE
Postoje li porezne olakšice i/ili poticaji fizičkim i pravnim osobama za donacije u kampanjama?	Trgovačka društva imaju pravo na 2 % odbitka od poreza na dobit.	Trgovačka društva imaju pravo na 2 % odbitka od poreza na dobit na donacije svim neprofitnim organizacijama.	Trgovačka društva imaju pravo na 2 % odbitka od poreza na dobit na donacije svim neprofitnim organizacijama.
Postoji li gornji limit na iznos pojedinačne donacije ili na ukupan iznos donacija koje stranka/kandidat može prikupiti u kampanji?	NE	NE	NE

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

Postoje li pravni propisi koji reguliraju zabranu korištenja državnih resursa u aktivnostima kampanje?	NE	DA	NE
Imaju li stranke/kandidati obvezu objaviti troškove učinjene u kampanji i u kojem vremenu?	NE	DA – dužni su predati izvješća 15 dana nakon izbora.	NE
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti detaljan prikaz troškova i koliko detaljan?	NE	NE	NE
Jesu li stranke/kandidati dužni objaviti visinu pojedinog troška? Iznad kojeg iznosa?	NE	NE	NE
Imaju li stranke/kandidati obvezu objaviti troškove njihove kampanje učinjene od strane trećih, a za njihove potrebe (npr. zaklada, udruga, trgovačkih društava...)?	NE	NE	NE
Postoji li gornji limit na potrošnju pojedine stranke/kandidata u kampanji?	NE	NE	NE
Postoje li zabranjene vrste troškova u kampanji?	NE	NE	NE
Koliki postotak kućanstava posjeduje televizor / radio?	93,7% kućanstava u RH ima TV u boji - podatak Zavoda za statistiku iz 2004. godine.		

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

Koliki je udio medijske kampanje u izornoj kampanji – procjena?	Opća je procjena da najmanje 50% kampanje čini medijska kampanja, no to ovisi o stranci i sredstvima te vrsti izbora.
Ima li država direktan utjecaj i/ili kontrolu nad javnim medijima?	NE
Imaju li stranke/kandidati slobodan i jednak pristup medijima za vrijeme kampanje?	DA
Je li "skriveno reklamiranje" stranaka/kandidata u medijima definirano propisima?	NE
Je li "skriveno reklamiranje" stranaka/kandidata u medijima zabranjeno propisima?	NE
Postoji li određen broj trgovačkih društava u vlasništvu države?	DA
Jesu li upravna tijela trgovačkih društava u vlasništvu države imenovana po političkom ključu?	DA – imenovanja vrši Vlada Republike Hrvatske
Je li financijsko poslovanje trgovačkih društava u vlasništvu države podložno kontroli i reviziji?	DA
Jesu li poznati slučajevi davanja donacija određenoj stranci/kandidatu u kampanji od strane trgovačkih društava u vlasništvu države?	DA

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

Postoje li pravni propisi koji reguliraju zabranu sudjelovanja državnih dužnosnika / službenika (koji nisu kandidati) u aktivnostima kampanje?	NE		
Jesu li poznati slučajevi sudjelovanja državnih dužnosnika / službenika (koji nisu kandidati) u aktivnostima kampanje?	DA		
Koje tijelo provodi odredbe o financiranju kampanja?	Nije propisano.	Državno izborno povjerenstvo kao <i>ad hoc</i> tijelo.	Nije propisano.
Postoji li tijelo koje direktno nadzire poštivanje pravnih propisa o financiranju kampanja od strane stranaka/kandidata?	NE	NE	NE
Koje su ovlasti tijela za nadzor?	Nije propisano.	Prikupljanje i objava financijskih izvještaja kandidata.	Nije propisano.
Postoje li propisi o sadržaju i formatu financijskih izvješća stranaka/kandidata o financiranju kampanja?	NE	NE	NE
Ima li tijelo za nadzor (ili neko drugo tijelo) ovlasti provesti/ zatražiti reviziju financijskih izvješća stranaka/kandidata?	Nije propisano – NE	NE	Nije propisano - NE
Postoje li sankcije za nepoštivanje odredbi o financiranju kampanja i koje su?	NE	NE	NE

Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

Ima li tijelo za nadzor ovlasti izreći sankcije za nepoštivanje odredbi o financiranju kampanja?	NE	NE	NE
Koje resurse i stručnjake tijelo za nadzor ima na raspolaganju radi provedbe nadzora nad financiranjem kampanja?	Nije propisano.	Nema resurse i stručnjake.	Nije propisano.
Je li tijelo za nadzor neovisno – procjena?	Nije propisano.	DA u okviru svog djelovanja.	Nije propisano.
Jesu li poznate dosad izrečene sankcije za nepoštivanje propisa o financiranju kampanja i koje su?	NE	NE	NE
Objavljuje li tijelo za nadzor svoj izvještaj o poštivanju propisa o financiranju kampanja?	Nije propisano - NE	NE	Nije propisano - NE
Koja je procjena troškova financiranja izbornih kampanja po stavkama?	Sukladno predanim izvješćima za predsjedničke izbore 2005. godine, ukupni troškovi kampanje kreću se i do 7 milijuna kuna, no postoje procjene da su troškovi nekih kandidata (za te iste izbore) dosegli preko 10 milijuna kuna. Za ostale vrste izbora nije poznat niti opći iznos troškova.		
Povećavaju li se troškovi financiranja kampanja - procjena?	DA		
Koji dijelovi kampanje nose najveći dio troškova – procjena?	Medijska kampanja kandidata za parlamentarne i predsjedničke izbore koji iza sebe imaju potporu jačih, uglavnom, parlamentarnih političkih stranaka uz iznimke bogatijih nezavisnih kandidata. Za lokalne izbore najveći dio troškova odnosi se na lokalne medije, uglavnom kandidata iza kojih stoje veće političke stranke uz iznimke bogatijih nezavisnih kandidata.		
Koji su glavni izvori prihoda za financiranje kampanja stranaka/kandidata i poveznice	Osobna poznanstva, velika privatna trgovačka društva kao donatori.		



Ocjena stanja financiranja izbornih kampanja u Republici Hrvatskoj (*screening*)

između donatora i stranaka/kandidata - procjena?	
Koji je omjer prikupljanja sredstava na centralnoj i lokalnoj stranačkoj razini – procjena?	Informaciju nije moguće dobiti od političkih stranaka.
U kojoj mjeri stranke/kandidati povjeravaju osmišljavanje i vođenje izborne kampanje profesionalnim agencijama - procjena?	U posljednjih nekoliko kampanja stranke i kandidati s više financijskih sredstava počinju koristiti usluge profesionalnih agencija za vođenje kampanje. Veće stranke/kandidati većih stranaka češće koriste usluge agencija.