

**ПРОЕКТ:**

**МОНИТОРИНГ НА ТРОШЕЊАТА ОД БУЏЕТИТЕ И ПОЛИТИЧКИТЕ ПАРТИИ ВО  
ПРЕДИЗБОРНИОТ И ИЗБОРНИОТ ПЕРИОД**

**МЕСЕЧЕН ИЗВЕШТАЈ НА TRANSPARENCY INTERNATIONAL MACEDONIA**

**ЗА ПЕРИОД : ДЕКЕМВРИ 2015**

**Поддржано од:**

**СКОПЈЕ, 13.01.2016**



Kingdom of the Netherlands

**Содржина:**

<b>1. Вовед.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Активности.....</b>	<b>4</b>
- <b>Методологија.....</b>	<b>4</b>
- <b>Повик за локални набљудувачи и селекција.....</b>	<b>5</b>
- <b>Обука за подигање на капацитети на локалните набљудувачи.....</b>	<b>6</b>
- <b>Календар на активности.....</b>	<b>7</b>
- <b>Регистрирани активности на политичка кампања.....</b>	<b>8</b>
<b>3. Законска регулатива.....</b>	<b>10</b>
<b>4. Ресурси и надворешни соработници.....</b>	<b>11</b>
<b>5. Предвидени следни активности.....</b>	<b>12</b>
<b>6. Анекси.....</b>	<b>13</b>
- <b>Водич</b>	
- <b>Обуки</b>	

## 1. Вовед

Во рамките на проектот, *„Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес“* во текот на месец декември 2015 година беа реализирани следниве активности:

- Развој на методологија и алатки за следење на трошоците на политичките партии во политички маркетинг во предизборниот и изборниот процес;
- Повик за избор на локални набљудувачи и нивна селекција;
- Обука за подигање на капацитети на локалните набљудувачи;
- Изработка на *„Календар на активности“*.

## 2. Активности

- **Развој на методологија и алатки за следење на трошоците на политичките партии во политички маркетинг во предизборниот и изборниот процес**

Тимот на Transparency International Macedonia изработи посебна методологија преку која ќе се врши мониторинг на трошоците на политичките партии во политички маркетинг на локално и национално ниво.

При изработката на методологијата земени се во предвид: број на жители во населеното место, површината која ја зафаќа населеното место, бројот на избирачки места и бројот на гласачи заведени во избирачкиот список.

Методологијата е составена од два дела:

1. Мониторинг на трошоци за маркетинг активности на политичките партии во предизборен и изборен процес на национално ниво.
2. Мониторинг на трошоци за маркетинг активности на политичките партии во предизборен и изборен процес на локално ниво.

Според оваа методологија ќе се врши мониторинг на следните маркетинг активности на политичките партии:

Национално ниво	Локално ниво
ТВ кампања	Локална ТВ кампања
Радио кампања	Локална Радио кампања
Кампања во печатени медиуми	Кампања во локални печатени медиуми
Интернет (online) кампања	Надворешно (outdoor) рекламирање
Надворешно (outdoor) рекламирање	Митинзи на политички партии
Собири на граѓани	Собир на граѓани
Митинзи на политички партии	Пропагандни материјали
Пропагандни материјали	Закуп на партиски простории

За потребите на развиената методологија креирани се повеќе алатки (документи, бази на податоци, excel алатки), прашалници и формулари за мониторинг на локално и национално ниво, кои ќе овозможат платформа за следење на трошоците за маркетинг активностите на политичките партии.

- **Повик за избор на локални набљудувачи и нивна селекција**

Повикот за пријавување на заинтересирани постоечки невладини организации беше објавен на 05.12.2015 година.

ТИ-М и ЦЕА спроведоа идентификација и селекција на локални мониторинг организации, при што беа избрани 8 локални организаци и 16 набљудувачи.

На овој начин во секој од планираните 8 региони избрани се 8 набљудувачи задолжени за мониторинг на трошоците за маркетинг активности на политичките партии и 8 набљудувачи задолжени за мониторинг на буџетските трошоци.

	Организација	Регион (Општини)
1	ЗИП Институт-Скопје / ZIP Institute-Skopje	Аеродром, Гази баба, Центар
2	Фокус-Велес / Focus - Veles	Велес, Кавадарци, Чашка
3	ДРОМ -Куманово / DROM - Kumanovo	Куманово, Крива паланка, Кратово
4	Ехо Штип / Echo - Shtip	Штип, Кочани, Карбинци
5	ЛДА Струга /LDA Struga	Струга, Охрид, Македонски брод
6	Организација на жени-Струмица	Струмица, Гевгелија, Босилово
7	ЦСО -Тетово / CSO - Tetovo	Тетово, Гостивар, Врапчиште
8	МКЦ-Битола /МКС- Bitola	Битола, Прилеп, Новаци

- **Обука за подигање на капацитети на локалните набљудувачи**

Во периодот 22-23 декември беше реализирана заедничка обука на сите избрани набљудувачи за двете теми опфатени со мониторингот. Првиот ден, на 22.12.2015 ЦЕА ја реализираше обуката за мониторинг на буџетските трошоци на централно и на локално ниво, а на 23.12.2015 ТИМ спроведе обука за мониторингот на трошоците за маркетинг и други промотивни активности на политичките партии.

Преку овие обуки, локалните набљудувачи директно се инволвираа во процесите на мониторирање и начинот на користење на алатките.

За потребите на обуките подготвени се посебни *упатства* кои имаат за цел да им помогнат на локалните набљудувачи при користењето на алатките во тетокт на периодот предвиден за мониторинг.



- **Календар на активности**

Според законската регулатива, Изборниот законик, за потребите на проектот подготвен е календар со клучните датуми поврзани со Парламентарните избори закажани за 24.04.2016 година.

Датум	Активност
Најрано 25.01.2016 – најдоцна 14.02.2016	Распишување на Избори
Најрано 27.01.2016 – најдоцна 04.04.2016	Отварање на посебна трансакциска сметка
01.04.2016	Објавување на учесници на листи на кандидати
04.04.2016	Почеток на Изборна кампања
14.04.2016	Финансиски извештај (приходи/расходи)
22.04.2016	Предизборен молк
24.04.2016	Избори
30.04.2016	Финансиски извештај (приходи/расходи)

Согласно изборниот законик Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги извести дека од 20 декември 2015 година, во 00:00 часот, настапува забрана за емитување платено политичко рекламирање на програмите на радиодифузерите, во печатените медиуми и во електронските медиуми (интернет портали).

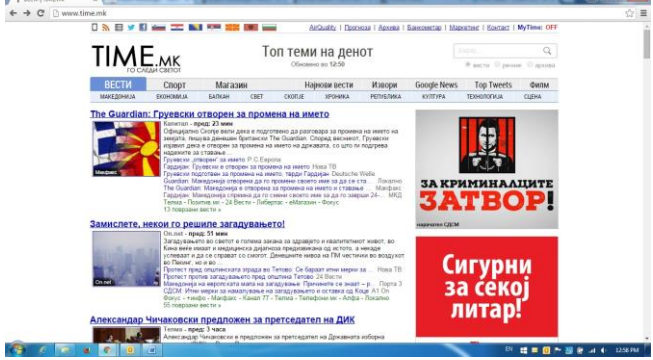
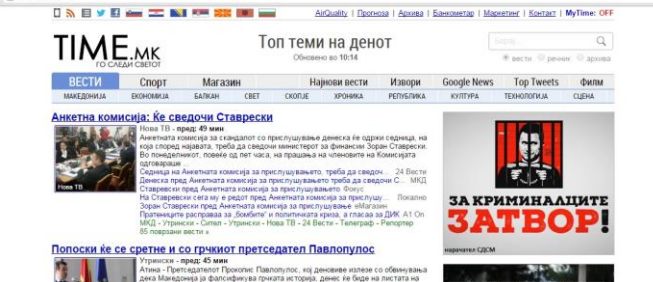

**Скопје, 18.12.2015 г.** – Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ги известува сите медиуми дека во недела, 20 декември 2015 година, во 00:00 часот, настапува забрана за емитување платено политичко рекламирање на програмите на радиодифузерите, во печатените медиуми и во електронските медиуми (интернет портали).

Забраната е пропишана во член 82 став 1 од Законот за изменување и дополнување на Изборниот законик („Службен весник на Република Македонија“ бр. 196/15) и важи до денот на почетокот на изборната кампања за предвремените парламентарни избори кои ќе се одржат во 2016 година.

**Регистрирани активности на политичка кампања**

Претходно, до 20 декември забележано е интензивна платена политичка кампања во вид на огласи и видео спотови од страна на сите политички субјекти.

Кампањата беше застапена на повеќе електронски медиуми (телевизии), интернет портали, вклучително и на социјалната мрежа Facebook.

 <p>The Guardian: Грвевски отворен за промена на името Замислете, некои го решите загадувањето! Александар Чичковски предложен за претседател на ДИК</p>	<p><b>Видео спот</b> <b>time.mk</b></p> <p><b>16.12.2015</b></p>
 <p>Анкетна комисија: Ке сведочи Ставревски Попоски ќе се сретне и со грчкиот претседател Павлопулос</p>	<p><b>Видео спот</b> <b>time.mk</b></p> <p><b>17.12.2015</b></p>
 <p>БОРЕЧНИ ВЕШТИНИ ОД ТРЕНИНГ КАМПОТ НА СДСМ ЗА БОРЕЧНИ ВЕШТИНИ</p>	<p><b>Видео спот</b> <b>facebook.com</b></p> <p><b>17.12.2015</b></p>

Инцидент на протестот се движелата „Ево герои“ и „Мара и дете“

**СЕ ОДРЖА ГРАЃАНСКИ МАРШ ЗА ПОДДРШКА НА БЕГАЛЦИТЕ**  
Маршет почна од Влпата, а потоа продолжи до седиштето на Делегација на Европска Комисија во Скопје.

**СДСМ ПОЛИТИКИТЕ НА НИКОЛА ГРУЕВСКИ ГО УНИШТУВААТ ЗДРАВЈЕТО НА ГРАЃАНИТЕ**  
„Никола Груевски потроши 630 милиони евра за споменици во Скопје а граѓаните се гушат во мизант воздух. Гласниците од загадениот воздух по задрешо на граѓаните се сериозно опасни.“

**ЗА КРИМИНАЛЦИТЕ ЗАТВОР!**

Видео спот  
fokus.mk

18.12.2015

Обид за пресметка со Фрцкоски

Итно покажување од 35 насто на гласите на обвинителите и судиите. Груевски ги чисти!

(ВИДЕО) Странски служби и го честиваа докторатот на Јанкулоска - Ало, Горде, кај се испратиле милијарди?

**НАЈНОВИ ВЕСТИ**

(ВИДЕО) Инсталација од бодликава жица и пред ЕУ инфо-центарот  
Со бодликава жица денеска Беше отворено седиштето на Делегацијата на Европската комисија во Македонија, како имитација на оградите кои се

СДСМ ветува до 9.000 евра субвенции за комунални трошоци за градење куќа  
СДСМ ветува до 9.000 евра субвенции за комунални трошоци за граѓаните кои ќе градат индивидуална

СДСМ ветува до 9.000 евра субвенции за комунални трошоци за граѓаните кои ќе градат индивидуална

ФОТО: Владата не го прими симболичниот подарок завиткан во бодликава жица

Со гласот за **ВИРО-ДОМИЕ** ти стануваш соучесник во овие **ЗЛОДЕЛА!**

Видео спот  
libertas.mk

18.12.2015

НАСЛОВНА МАКЕДОНИЈА БИЗНИС СКОПЈЕ КУЛТУРА СВЕТ ИЗБОР СЦЕНА МАГАЗИН ЗДРАВЈЕ СПОРТ ИГРИ

**ТОП ТЕМА**

Томе Ашев пак ровари за да го избрка Фрцкоски од Правен факултет  
Барането на Ашев, како и првото испратено пред една година до деканот на Правниот факултет е незаконско, затоа што со Законот за лустрација не се опфатени јавните служби како професијата, која е професија, а не јавна функција

СДСМ ветува до 9.000 евра субвенции за комунални (ВИДЕО)  
Ако се тргне од тоа дека вредноста на комуналниот надоместок е од 20 до 120 евра за метар квадратен, тоа значи дека на своја граѓанска државата ќе му помолне да плати помалку за комунални од 1.500 евра до 9.000 евра.

plazma  
Сј што ти треба

Со гласот за **ВИРО-ДОМИЕ** ти стануваш соучесник во овие **ЗЛОДЕЛА!**

Видео спот  
plusinfo.mk

18.12.2015

www.time.mk

Top temi на денот  
Обновено во 16:36

ВЕСТИ Спорт Магазини Најнови вести Извори Google News Top Tweets Филм

(ВИДЕО) Жичена ограда пред седиштето на ЕУ во знак на солидарност со сите бегалци  
Нова ТВ - пред: 1 час  
Да се обезбеди безбедна рута во Медитеранот за сите луѓе кои претрпуваат во името „новина на ЕУ, да се рамнесат на отворени граници на сите држави без дискриминација на национална основа или статус бегалци и економски мигранти, да се заштити

Мигрантите прекале за државата Телма  
Синска е одржан митинг од бегалците Урнис со  
Иницијатива на објудинаот за состојбата во центри за мигранти. Виној  
Нема брза реакција за мигрантската криза Р. С. Европа  
ВИДЕО: Владата го одби како небезбеден подарокот за поддршка на ми.  
Нарден преобработен: Лоша услуга и дискриминација на мигрантите «инфо  
Блиц» - МТВ - МТВ - Капитал - МТВ - МТВ - 365  
42 поврзани вести

Тетовци со ултиматум до властите за чист воздух  
Груевски - пред: 31 мин  
Тетовка - Бегалци да запре производството во „Јуторхол“ се додека не се постават

Со гласот за **ВИРО-ДОМИЕ** ти стануваш соучесник во овие **ЗЛОДЕЛА!**

Видео спот  
time.mk

18.12.2015

### 3. Законска регулатива

При реализација на проектот земени се во предвид позитивните законски прописи во Република Македонија, со посебен осврт на:

- **Изборен законик на РМ**
- **Одредбите во Законот за изменувања и дополнувања на Изборниот законик од аспект на изборна кампања, медиумско претставување и финансирање на изборите** (Сл. Весник на Р. Македонија, бр.196 од 10.11.2015 година)
- **Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги** („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/2013, 13/2014, 44/2014, 101/2014 и 132/2014).

#### 4. Ресурси и надворешни соработници

Во реализацијата на проектот, покрај тимовите на ТИ-М и ЦЕА вклучени се и ќе земат учество надворешни соработници:

- Press Clipping MKD

Агенција која врши услуги во делот на press clipping и доставува извештај на дневна основа за медиумски објави според предходно дефинирани клучни зборови.

- Д-р Жанета Попеска,

Редовен професор на Факултетот за информатички науки и компјутерско инженерство (ФИНКИ)

Агенција за мониторинг и мерење на емитување на пропагандни материјали. Покрај ова ќе се користат и извештаите од мониторинг на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

## 5. Предвидени следни активности

Мониторирањето започна на 01.01.2016 година.

-Според активностите предвидени во проектот произлегуваат следните активности:

- - Билтен (неделен извештај од мониторирањето);
  - - Месечен извештај;
  - - Конференција за медиуми (два пати месечно).
- Писма за известување и соработка на проектот испратени до:
- Единиците на локална самоуправа;
  - ДЗР (Државен завод за ревизија);
  - ДИК (Државна изборна комисија);
  - ДКСК (Државна комисија за спречување на корупција);
  - Политички партии.

## 6. Анекси



## **Следење на трошоци за рекламна кампања на политички партии**

### **Обука за локални набљудувачи**

#### **Проект:**

**“Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес”**

Обучувачи:

Проф. Др Слаѓана Тасева, Дарко Дисоски  
ТИ Македонија

*Транспаренси Интернешнел Македонија го спроведува проектот „Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес“, поддржан од Амбасадата на Кралството Холандија*



Работилница на тема

**“МОНИТОРИНГ НА ТРОШЕЊАТА ОД БУЏЕТИТЕ И ПОЛИТИЧКИТЕ ПАРТИИ  
ВО ПРЕДИЗБОРНИОТ И ИЗБОРНИОТ ПРОЦЕС”**

23 декември 2015, (среда), Хотел Дувет, Скопје

**ДНЕВЕН РЕД**

<b>09.30 - 11.00</b>	Законска рамка и позитивни прописи  Трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес  <i>Проф. Д-р Слаѓана Тасева, Претседател на ТИ- Македонија</i>
<b>11.00 - 11.30</b>	<b>Пауза за кафе</b>
<b>11.30 – 13.30</b>	Мониторинг на трошењата во маркетиншки цели на политичките партии во предизборниот и изборниот процес на национално и локално ниво  <i>Дарко Дисоски, Менаџер на проектот, ТИ- Македонија</i>
<b>13.30 – 15.00</b>	<b>Пауза за ручек</b>
<b>15.00 – 16.30</b>	<b>Практичен дел</b>  <i>Дарко Дисоски, Менаџер на проектот, ТИ- Македонија</i>
<b>16.30 – 17.00</b>	<b>Дискусија, заклучоци и препораки</b>

*Транспаренси Интернешнел Македонија го спроведува проектот „Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес“, поддржан од Амбасадата на Кралството Холандија*

## Цели на обуката

- Запознавање со Законската рамка и позитивните прописи поврзани со Трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес;
- Календар - Временска рамка на организирање на предвремени избори за пратеници во РМ кои ќе се одржат на 24 април 2016 година;
- Запознавање на методологија на мониторинг преку примери од предходно завршени проекти;
- Запознавање со основи на рекламна кампања;
- Евиденција на трошења на политичките партии во рекламна кампања на национално ниво;
- Евиденција на трошења на политичките партии во рекламна кампања на локално ниво;
- Развој на алатка за евиденција на неделни извештаи за трошења на политичките партии во рекламна кампања на локално ниво;
- Развивање на вештини за идентификација, известување и прибирање на податоци поврзани со рекламна кампања на локално ниво;
- Евиденција на пополнети прашалници и евиденција на неделен извештај;

## Средства

За реализација на обуката потребено е:

- 1) Лаптоп (обезбеден од страна на слушателот);
- 2) Пристап до стабилна интернет конекција;
- 3) Функционална е-маил адреса на која слушателот може да пристапи од локацијата на обуката;
- 4) Материјали испратени до слушателите;
- 5) Пакет со материјали.

## Процес на следење на терен

Процес на следење и идентификување на трошењата во рекламна кампања:

- 1) Теренско следење на активности во рекламна кампања;
- 2) Средби со советници од ЕЛС;
- 3) Следење на локални медиуми;
- 4) Разговори со граѓани.

Добиените информации се евидентираат во посебен документ и се доставуваат еднаш неделно, во вид на извештај, до одговорните лица на ТИ М.

Извештаите ќе се изготвуваат, доставуваат и евидентираат преку online алатката Drop Box.

Следењето и идентификацијата започнува од 01.01.2016 и трае до завршување на Изборите.

## Процес Drop Box

Dropbox

Upgrade account | Transrrency Macedonia

Recents, Files, Team, Paper, Photos, Sharing, Links, Events, File requests, Deleted files

Name	Modified	Shared with
Istocen	--	B, A, D
Jugoistocen	--	--
Jugozapaden	--	--
Pelagonija	--	--
Polog	--	--
Severoistocen	--	--
Skopje	--	--
Vardarski	--	--

Dropbox > Istocen

Upgrade account | Transrrency Macedonia

Recents, Files, Team, Paper, Photos, Sharing, Links, Events, File requests, Deleted files

Istocen • 4 members

TM, B, A, D

Settings

Name	Modified	Additional sharing
Get Started with Dropbox.pdf	1 hr ago	--

Dropbox > Istocen

Upgrade account | Transrrency Macedonia

Recents, Files, Team, Paper, Photos, Sharing, Links, Events, File requests, Deleted files

Istocen • 4 members

TM, B, A, D

Settings

Name	Modified	Additional sharing
Get Started with Dropbox.pdf	1 hr ago	--

**Транспаренси Интернетшнел Македонија го спроведува проектот „Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес“, поддржан од Амбасадата на Кралството Холандија**

## Парите во политиката правна рамка

MONITORING OF THE PRE-ELECTORAL AND  
ELECTORAL BUDGET EXPENDITURE AND  
POLITICAL FINANCING

23.12.2015

## Транспарентност и контрола

- Општо за значењето на финансирањето на политиката
- Правна рамка за транспарентност
- Правна рамка за контрола

## Парите -темна страна на изборите

- Парите во политиката често ја претставуваат темната страна на изборите.
- Обезбедувањето на транспарентност во финансирањето на политичките партии е од особено значење, не само за граѓаните кои што гласаат на избори туку и за остварување на услови за добро функционирање на системот на демократија

## Објавување на изворите за финансирање

- Објавувањето на изворите на финансирање на политичките партии е неопходен елемент во системот на државно контролирање на политичкото финансирање
- Предуслов за спроведување на **правилата за границите** односно лимитите на приходи и расходи на изборните кампањи на политичките партии, како и распределбата на средствата од јавни извори, односно од буџетот

## Донатори

- Искуството со т.н. нови демократии покажа дека донаторите се особено внимателни кога се работи за зачувувањето на нивната приватност, а како услов за донирање средства на политичките партии бараат да не ги пријавуваат средствата што ги донираат на политичките партии
- Деталното објавување на донаторите кои ги финансираат изборните кампањи е потребно со цел да се запре циркулирањето на пари од незаконски извори во политичкото финансирање

## Недостаток на ефективна контрола

- Иако поднесувањето на извештаи од страна на политичките партии претставува битен елемент со цел изборниот процес да биде фер и демократски, искуството покажува дека **неговото значење е редуцирано** во отсуство на ефективни контролни механизми

## Изборен законик

- Правната рамка која што го регулира финансирањето на изборните кампањи на политички партии е добро развиена со исклучок на некои мали недостатоци во контролните механизми.
- Основен закон кој што ја регулира оваа материја е Изборниот законик усвоен во 2006 година, со последна измена во нормври 2015

## Извештаи

- Според Изборниот законик, организаторите на изборната кампања се должни да поднесат три финансиски извештаи со цел да обезбедат почитување на принципите на транспарентност и отчетност.
- Сепак, законот не предвидува поднесување на финансиски извештаи од страна на донаторите на политичките партии.

Оваа околност се смета за недостаток на овој закон.

Без поднесување на извештаи од донаторите за средствата донирани на партиите, се дозволува кружење на **средства од незаконски извори** во финансирањето на изборната кампања.

## Прекумерно трошење

- Освен необјавувањето на донаторите, друг сериозен проблем претставува и **прекумерното трошење** на политичките партии за време на изборната кампања.
- Политичките партии често ги надминуваат границите на дозволени суми кои што можат да се потрошат за финансирање на изборната кампања според законот.
  - Постојат случаи на прекумерно трошење на неколку милиони денари, а истовремено сметките не биле платени пред затворањето на посебната жиро-сметка

## Закон и пракса

- Функционирањето на државниот и јавен надзор над финансирањето на изборните кампањи на политичките партии во Република Македонија е поизразено во рамки на закон, отколку во пракса.
- Постои голем расчекор помеѓу правната и фактичката состојба

## Санкции

- Законот предвидува различни форми на парични казни за партиите кои што учествуваат на избори.
- губење на правото за надоместок за трошоците на изборната кампања,
- казни за злоупотреба на средства од буџетот.
- казни за прекршок на политичка партија или коалиција ако не ги вратат средствата на донаторите во пропишаниот временски период во случај на неподнесување на листата на кандидати.
- Законот исто така предвидува казни и за медиумите доколку не ги почитуваат правилата за рекламниот простор за време на изборната кампања во висина од 200.000 до 300.000 денари.
  - Изборен законик, член 177 - а
- Според Изборниот законик, казна во износ од 500 – 1500 евра ќе им биде изречена на членовите на Владата и на Заменки – министрите доколку постапуваат спротивно на членот 8 – а од Изборниот законик.
- Членот 8 – а се однесува на активностите на Владата или попрецизно им забранува на членовите на Владата да располагаат со средства од Буџетот или со средства од некоја цела како на пример: започнување на изградба со средства од Буџетот или со средства од јавни извори, компании или други јавни институции, вонредни исплаќања на плати, пензии, социјална помош или други плаќања од Буџетот.
- Според Изборниот законик, казна во износ од 4000 – 5000 евра ќе му биде изречена за прекршок на лице, политичка партија или коалиција доколку не ги вратат средствата од донациите на донаторите во случај на неподнесување на листата на кандидати и повлекување од изборите.

## Санкции

- Од значење е да се спомне дека системот на санкции не е ефикасен
- Досега не е забележан случај политичка партија или организатор на изборна кампања да биде казнет поради непочитување на законските обврски кои што произлегуваат од Изборниот законик

## Институционална контрола

Институционалната рамка за ефективно следење на финансирањето на политичките партии беше креирана во 2012 година, со што ДЗР доби главна улога во контролата на политичкото финансирање

## Државното финансирање е забрането

Изборната кампања не може да се финансира со средства од јавни претпријатија и јавни установи и законот забранува финансирање од државниот буџет, со исклучок на оние средства кои политичките партии ги добиваат во вид на надоместоци во случај на стекнати најмалку 1,5% од вкупниот број на гласови на избори

## Приватно финансирање

- Повеќето донации кои што политичките партии ги примаат со цел да ја финансираат изборната кампања, се донации од приватни извори.
- Изборната кампања не може да се финансира од средства од граѓански здруженија, верски заедници, религиозни групи и фондации; средства од странски влади, меѓународни институции и организации на странски држави и други надворешни ентитети, ниту пак од средства од неидентификувани извори.

## Даночни олеснувања

- Не постојат даночни олеснувања за приватните донации на политичките партии за изборната кампања. Законот не предвидува даночни олеснувања за кандидатите и партиите да ги пријават донациите за изборната кампања
  - Закон за донации и спонзорства во јавните дејности бр. 47/06 и 86/06 член 17

### Книговодство

- Според Законот за сметководство на непрофитни организации, финансиските извештаи на политичките партии за изборната кампања се потпишуваат од страна на овластениот потписник на партијата, во овој случај организаторот на изборната кампања.

### Обврски за поднесување на извештаи

- Политичките партии кои што учествуваат на избори се должни да поднесат три финансиски извештаи. Сите три извештаи ги поднесува организаторот на изборната кампања до ДЗР, ДКСК и ДИК. Овие институции се должни да ги објават извештаите на нивните официјални веб страни

### Транспарентност

- Организаторот на изборната кампања има обврска да поднесе финансиски извештаи за приходи и расходи за изборната кампања.
- Овие извештаи организаторот ги поднесува до ДЗР, ДИК, ДКСК и до Собранието на Република Македонија.
- Државните институции ги објавуваат овие извештаи на нивните официјални веб страни.

### Надворешен надзор

- Постојат неколку тела кои што имаат улога во вршењето контрола на финансирањето на изборната кампања на политичките партии
- Државен завод за ревизија
- Државна комисија за спречување корупција
- Агенција за аудио и аудио визуелно претставување

## Медиуми

- Обврска да поднесуваат извештаи имаат и медиумите. Медиумите се должни да поднесат извештај во рок од 15 дена од денот на завршувањето на изборите.
- Овие извештаи содржат податоци за рекламниот простор искористен од секоја политичка партија, односно организатор на изборна кампања, како и износот на средства искористен за медиумско рекламирање.
- Овој извештај медиумите го поднесуваат до ДИК, ДЗР и до ДКСК.
  - Изборен законик член 85 а (1), (2) и (3).

## Веродостојност на извештаите

- Клучен елемент во поднесувањето на извештај – заради својата тесна поврзаност со транспарентноста – е неговата веродостојност, или верувањето дека податоците содржани во извештајот се точни.
- Затоа оваа димензија е заснована на перцепцијата и не постојат законски показатели.
- Веродостојноста на извештајот е поврзана со тоа колку е достапен за јавноста и во колкава мерка јавноста ја контролира неговата точност.

## Изборна кампања

### • Учесници во изборна кампања

Член 69-а

(1) За изборна кампања се смета јавно собирање и други јавни настани организирани од страна на учесникот во изборната кампања, јавно истакнување на плакати, видео презентации на јавни места, изборно медиумско и интернет претставување, дистрибуирање на печатени материјали и јавно претставување на потврдените кандидати од надлежните изборни органи и нивните програми.

## ЕДБ и трансакциона сметка

### • Член 71

(1) Заради прибирање на средства за финансирање на изборната кампања, политичката партија, коалиција, носителот на независна листа од група избирачи односно лица кои имаат намера да се кандидираат, пред надлежниот орган задолжително обезбедуваат ЕДБ со назнака „за изборна кампања“ и кај носител на платен промет во Република Македонија отвораат трансакциона сметка со назнака „за изборна кампања“ и истите неможе да се користат за друга намена.

• „Сите средства наменети за финансирање на изборната кампања се уплатуваат на трансакционата сметка и сите трошоци за кампањата исклучиво ќе се покријат од средствата на таа сметка“ став 9 од истиот член.

Со Измените и дополнувањата на Изборен законик во 2015 додаден нов став (10) во кој е введено дека трансакционата сметка се затвора во рок од три месеци од денот на објавување на конечните изборни резултати.

## Ограничени трошења

- При финансирањето на изборната кампања, организаторот на изборната кампања може да потроши најмногу до 60 денари по запишан избирач во изборната единица, односно општината за која има поднесено листа на кандидати, односно листа на кандидат.

▪ Член 84

## Нови измени за ИЗ

- **Од денот на влегувањето во сила на овој Законик до денот на одржување на предвремените изборите за пратеници кои ќе се одржат на 24 април 2016 година,** Радиодифузерите, печатените медиуми и електронските медиуми (интернет порталите) не смеат да емитуваат, односно да објавуваат реклами финансирани од Буџетот на РМ, од буџетите на општините и на градот Скопје и на сите други лица на кои со закон им е доверено вршење на јавни овластувања.

○ Член 83, Законот за изменувања и дополнувања на Изборниот законик, Службен весник бр.196/2015

## Обврска за медиумите

- Според законот, медиумите се должни да ги објават ценовниците на своите програми или во нивните печатени изданија
- Ценовниците утврдени од медиумите, не можат да се менуваат во текот на изборната кампања.

▪ Изборен законик, член 75 - а

## Член 75 се дополнува

- (4) Радиодифузерите, печатените медиуми и електронските медиуми (интернет порталите), како и нивните поврзани лица не смеат на било каков начин да финансираат или да даваат донации на политичките партии.
- Како поврзани лица се сметаат лицата дефинирани во членот 36 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. **(додаден нов став)**

## Обврски за АААВМУ

- **Во Членот 76-в се дополнува:**
- (1) Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е должна да го следи изборното медиумско претставување и програмскиот сервис на радиодифузерите и електронски медиуми (интернет порталите) во Република Македонија од денот на распишувањето на изборите до завршувањето на гласањето на денот на одржувањето на изборите.
- (2) Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е должна од денот на распишување на изборите да доставува седмични извештаи до ДИК, а за време на изборната кампања дневни извештаи и истите ги објавува на веб страницата на Агенцијата. **(нов став)**

## Врв од санта лед!



## Ви благодарам!

- Прашања, коментари??

## \* Мониторинг на трошоци во политичка рекламна кампања

Проект:  
Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес

## \* Календар - клучни датуми

Најрано 25.01.2016 - Најдоцна 14.02.2016	Распишување на Избори
Најрано 27.01.2016 - Најдоцна 04.04.2016	Отварање на посебна трансакциска сметка
01.04.2016	Објавување на учесници на листи на кандидати
04.04.2016	Почеток на Изборна кампања
14.04.2016	Финансиски извештај (приходи/расходи)
22.04.2016	Предизборен молк
24.04.2016	Избори
30.04.2016	Финансиски извештај (приходи/расходи)

## \* Рекламна кампања

1. PR активности
2. ATL активности
3. BTL активности

## \* Рекламна кампања

1. PR активности  
Јавен настап во ТВ емисија, настап во радио емисија, интервју во печатени медиуми, онлајн интервју, онлајн статија, блог...



## \* Рекламна кампања

### 2. ATL активности

#### ТВ рекламна кампања

- Продукција / Медиа план
- Закуп на простор
- Емитовање по секунда
- Емитовање на платена политичка програма



## \* Рекламна кампања

### Радио рекламна кампања

- Продукција / Медиа план
- Закуп на простор
- Емитовање по секунда
- Емитовање на платена политичка програма



## \* Рекламна кампања

### Надворешно рекламирање (Outdoor)

- Продукција
- Медиа план
- Закуп на површини
- Билборд
- Ситилајт



## \* Рекламна кампања

### Печатени медиуми

- Продукција
- Медиа план
- Закуп на простор
- 1/2 страна
- 1/1 страна



## \* Рекламна кампања

### Интернет рекламирање

- Продукција
- Медиа план
- Закуп на простор
- CRM
- Неделен закуп



## \* Рекламна кампања

### BTL

- Промоции
- Презентации
- Организација на настани
- Делење на рекламни материјали



## \* Мониторинг на трошоци во политичка рекламна кампања на локално ниво

## \* Рекламна кампања

### Емитирање на ТВ спот на локални телевизии

- Времетраење
- Број на објави
- ТВ куќа

## \* Рекламна кампања

Емитовање на радио спот на локални радио станици

- Времетраење
- Број на објави
- Радио станица

## \* Рекламна кампања

Реклама во печатени медиуми

- Големина
- Број на објави
- Печатен медиум

## \* Рекламна кампања

Надворешно рекламирање

- Број на билборди
- Број на ситилајти
- Компанија

## \* Рекламна кампања

Активности, настани

- Митинг (датум)
- Бина
- Озвучување
- Осветлување
- Транспаренти
- Транспорт

## \* Рекламна кампања

### Активности, настани

- Знамиња
- Видео бим
- Дозвола за користење јавен простор
- Обезбедување
- Естрадни ѕвезди
- Пропагандни материјали (маички, капи)

## \* Рекламна кампања

### Средба со граѓани

- Мини бина - пулт
- Озвучување
- Осветлување
- Видео бим
- Дозвола за користење јавен простор
- Обезбедување
- Пропагандни материјали

## \* Рекламна кампања

### Рекламни материјали

- Постери
- Флаери
- Маички
- Капи
- УСБ мемориски диск

## \* Рекламна кампања

### Останати активности

- Закуп на простор (мини штаб)
- Транспорт (автобуси за транспорт на членови на партии за посета на Митинг во друг град )

## \* Извештај - формулар

### Фази на мониторинг

- Фаза 1
- Фаза 2
- Фаза 3

## \* Извештај - формулар

### Фаза 1

- Период до распишување на избори
- 01.01.2016 - 25.01.2016
- 01.01.2016 - 14.02.2016

## \* Извештај - формулар

### Фаза 2

- Период од распишување на избори до почеток на изборна кампања
- 25.01.2016 - 04.04.2016
- 14.02.2016 - 04.04.2016

## \* Извештај - формулар

### Фаза 3

- Период на изборна кампања
- 04.04.2016 - 22.04.2016

## \* Извештај - формулар

### Процес на следење

- Теренско следење на активности во рекламна кампања
- Средби со советници од ЕЛС
- Следење на локални медиуми
- Разговори со граѓани

## \* Извештај - формулар

### Процес на следење

- Добиените информации се евидентираат во посебен документ и се доставуваат еднаш неделно (СЕКОЈ ПЕТОК), во вид на извештај, до одговорните лица на ТИ Македонија

## \* Извештај - формулар

### Процес на следење

- Извештаите ќе се изготвуваат, доставуваат и евидентираат преку online алатката Drop Box.
- Следењето и идентификацијата започнува на 01.01.2016

## \* Извештај - формулар

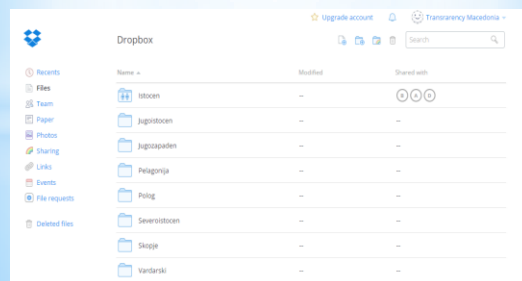
### Содржина на формулар

## \* Извештај - формулар

Комуникација на извештај

- Алатка Drop Box ТИ М

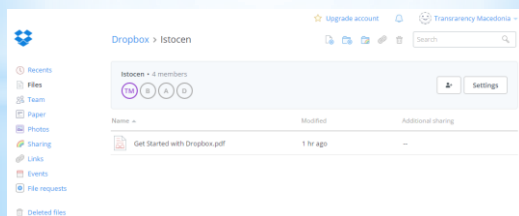
## \* Извештај - формулар



## \* Извештај - формулар

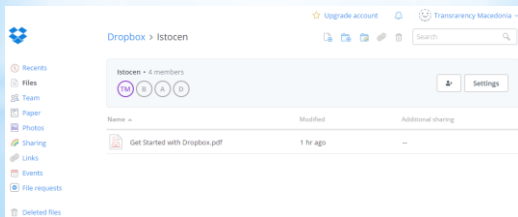
Комуникација на извештај

- Алатка Drop Box - Корисници



## \* Извештај - формулар

## \* Извештај - формулар



## \* БЛАГОДАРАМ!

### \* Мониторинг на трошоци во политичка рекламна кампања

Проект:  
Мониторинг на трошењата од буџетите и политичките партии во предизборниот и изборниот процес

## СЛЕДЕЊЕ НА БУЏЕТСКИТЕ РАСХОДИ ВО ПРЕД – ИЗБОРНИОТ И ИЗБОРНИОТ ПЕРИОД

МЕСЕЧЕН ИЗВЕШТАЈ – Јавен документ  
Период на следење: од 01.12.2015 до 31.12.2015

### Содржина

1. Резиме за извештајниот период.....	3
Централна власт .....	3
Локална власт .....	5
2. Вовед.....	6
3. Буџетски Трошења.....	7
Трошењето од централниот буџет.....	7
Мониторинг индикатори кои ќе помогнат во следењето на буџетските трошења:.....	8
Јавни објави на веб страниците на Влада и селектирани буџетски корисници.....	8
Следење на објави за извештајниот период.....	10
Трошења од буџетите на единиците на локална самоуправа.....	17
Квартално извршување на буџетите на единиците на локална самоуправа .....	17
Селектирани капитални/оперативни расходи и следење кај единиците на локална самоуправа и трошења на ЈП основни од ЕЛС (Град Скопје).....	18
4. АНЕКС .....	19

## Кратенки

АФПЗРР – Агенција за финансиска подршка на земјоделие и рурален развој

АП – Агенција за патишта

ЕЛС – Единица на локална самоуправа

ЈП – Јавно претпријатие

ЦЕА – Центар за економски анализи

МЗШВ – Министерство за шумарство и водостопанство

МТВ – Минстерство за труд и социјална политка

МТСП – Министерство за труд и социјална политика

МФ – Министерство за финансии

РМ – Република Македонија

ТМ – Транспарентност Македонија

## 1. Резиме за извештајниот период

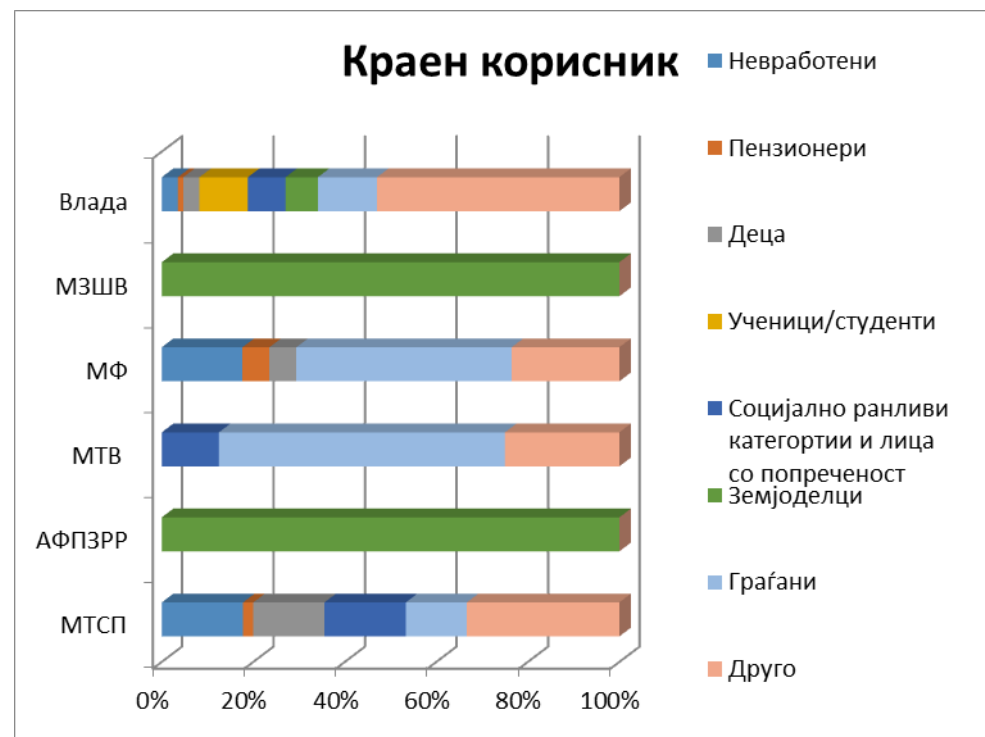
### Централна власт

- Само мал број од вкупните објави на Влада на Република Македонија (РМ) и на буџетските корисници содржат финансиски податоци за направените/планираните инвестиции или за објавите во кои се најавува нова инвестиција.

Табела. Објави и карактеристики на објави од буџетските корисници за месец декември 2015 година

Буџетски корисник	Вкупен број на објави	Број на објави кои содржат финансиски податоци	% на содржини кои содржат финансиски податоци	% на содржини кои НЕ содржат финансиски податоци
Влада на РМ	85	23	27%	73%
МТСП	42	19	45%	55%
МТВ	8	2	25%	75%
МФ	17	4	24%	76%
АФПЗРР	3	1	33%	67%
МЗШВ	5	1	20%	80%
АП	1	0	0%	100%

- Објавите уште помалку содржат аналитичко елаборирање на планираните/ реализираните активности.
- Скромен дел од објавите вклучуваат информации за изворите на средства, како и програмите/стратегиите/плановите врз основа на кои го најавуваат или (ќе) го реализираат објавениот проект.
- Процентот на објави кај буџетските корисници кои содржат финансиски податоци, аналитика или конкретен извор на средства, со исклучок на МТСП, е под 30%.
- Од мониторингот на структурата на објавите (таргетот и проектите) на клучните буџетски корисници се гледа дека доминантно во фокусот биле: земјоделците и социјално ранливите категории (а во помала мера и учениците/студентите и пензионерите). Види следен график.



**График. Објави на буџетските корисници по краен корисник на најавената дополнителна услуга**

- За време на мониторингот, во месец декември, од страна на ЦЕА И ТМ испратени се вкупно 12 Барања за пристап до информации од јавен карактер и тоа до Влада на РМ (6), Министерство за финансии (2), Министерство за транспорт и врски (1), Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство (2), Агенција за финансиска поддршка на земјоделството и рурален развој (1).
- До моментот на пишување на овој извештај добиен е одговор на едно барање од АФПЗРР. Се работи за објава од месец декември, а се однесува на исплата на субвенции во земјоделството – тутун, а кои се реализирани во месец мај. Имајќи ги во предвид крајните корисници односно нивниот број на дадената конкретна исплата која е на речиси 29 илјади земјоделци објавата е потсетување за исплатата за оваа таргет група и по седум изминати месеци.

- Содржината на поднесените барања се однесува на тоа дали објавите кои содржат одредена инвестиција е во согласност со стратешките документи на Владата на РМ, како и тоа дали е направена претходна анализа за потребата од таква инвестиција како и за ефектите од истата. Исто така, барањето содржи и прашања дали инвестициите се предвидени во буџетите на РМ.

### **Локална власт**

- Во фаза на изработка на база на податоци.
- Обука на локалните набљудувачи е имплементирана.
- Наоди се очекуваат за наредниот извештаен период.

## 2. Вовед

Во текот на месец ноември-декември од страна на експертскиот тим на Центарот за економски анализи (ЦЕА) беше развиена методологија за следење на трошењата од буџетот на централно и локално ниво во Република Македонија (РМ) во предизборниот и изборниот период за предвремените избори најавени за април 2016 година. Развивањето на ваква методологија е од посебен интерес за РМ имајќи предвид дека ваква активност до сега не била спроведена во државата.

Методологијата се состои од два дела:

1. Мониторинг на буџетските трошења на централно ниво (извршување на буџетот и следење на објави на буџетски корисници).
2. Мониторинг на буџетските трошења на локално ниво (мониторинг на квартално извршување на општинските буџети и мониторинг на капиталните/оперативните расходи),
  - мониторингот на локално ниво има и компонента на следење на трошењето на локално ниво од единиците на локална самоуправа, буџетските единки и комуналните претпријатија од страна на обучени локални набљудувачи.

Методологијата што ќе ги следи трошењата и најавите за трошења од владата, буџетските корисници, нивните претставници, локалната самоуправа (избран примерок), комуналните претпријатија (избран примерок) и нивните претставници ќе биде имплементирана од Transparency International Macedonia, ЦЕА и од партнерски организации-локални набљудувачи

За реализација на развиената методологија во изминатиот период беа креирани неколку алатки (Google forms, excel алатки, база на податоци), прашалници и формулари кои на локалните набљудувачи, на ЦЕА и ТМ ќе им овозможат платформа за следење на јавните расходи во периодот кој следи.

Во истиот период заедно со партнерската организација-ТМ, спроведен е повик за локални набљудувачи на трошењето на буџетите на локално ниво, и со помош на интервју на кандидати кои се влезени во потесен круг, направена е селекција на локалните набљудувачи (вкупно 8 се селектирани, види Анекс).

Во текот на истиот месец направен е водич кој ќе им помогне на локалните набљудувачи да ги користат алатките изготвени за потребите на проектот. Пред започнување со мониторингот на трошењето на буџетите на локално ниво, беше спроведена еднодневна обука (22.12.2015) од страна на ЦЕА и еднодневна обука од страна на ТМ (23.12.2015) на кои беа презентирани алатките кои набљудувачите ќе ги користат при прибирањето на информации од терен, како и начините за известување.

Имајќи предвид дека овој почетен период (месец декември) од проектот за мониторингот беше главно насочен кон развивање на методологијата, поставување на инфраструктурата за реализација на активностите, развивање на алатките, селекција и обука на локални набљудувачи и пополнување на базата на податоци, првични резултати за определени делови од извештајот не може да се презентираат. Комплетната содржина на месечните извештаи во нивниот планиран обем ќе бидат презентирани во следниот месечен извештај.

Во овој извештај ќе биде прикажана структурата на планираната содржина и ќе биде презентирани детален извештај од мониторингот на објавите на буџетски корисници<sup>1</sup> кои го направивме во месец декември.

### 3. Буџетски Трошења

#### Трошењето од централниот буџет

**Методологија за мониторинг на буџетските трошења на централно ниво-мониторинг и анализа на месечните извештаи кои ги објавува Министерството за финансии на РМ за извршување на буџетот**

Во овој дел креираме база на податоци (од податоци од Извршување на Буџет 2008-2015г.) која ќе ни овозможи детерминирање на главните трендови и сезонски ефекти во политичките и економските циклуси и разликите во буџетските трошења не само во тековниот период, туку и нивно споредување со минатиот период (изборен / неизборен период итн.).

---

<sup>1</sup> Буџетски корисници се корисниците од прва линија од централниот буџет на РМ и вон-буџетските фондови. Тоа не се буџетските единки (училишта, градинки итн) кои се опфатени со јавните финансии на единиците на локална власт. Комуналните претпријатија се посебни расходни единки кои се во сопственост на единиците на локална власт но нивните финансии не се консолидирани во јавните финансии на единиците на локална власт и ќе бидат мониторираани од локалните набљудувачи.

Покрај тоа дефинирани се сет на инструменти и индикатори со кои најдиректно може да се следат најважните позиции од месечните извештаи во предизборниот изборниот период.

### **Мониторинг индикатори кои ќе помогнат во следењето на буџетските трошења:**

И1: Реализација на извршување на буџет, % на извршување до периодот.

И2: Месечно извршување на буџет, само за тековниот (последниот т-1 месец).

И3: Реализација на извршување за одредени ставки од извештаите:

- Преставување на движење на даночни приходи (може селекција на движење на ДДВ, данок на добивка и данок на доход).
- Претставување на движење на неданочните приходи(може и судски такси и глоби).
- Расходи (во зависност од конкретните движења ова ќе биде променливо):
  - o Движење на (процентуална реализација итн.): Вкупни расходи;Тековни расходи; Плати и надоместоци; Стоки и услуги; Социјални трансфери; Социјална помош (може и надоместок за невработени и за здравствена заштита—зависи од движењата); Камата (домашни—странски —зависи од движењето во варијаблите); Капитални расходи.
- Буџетски дефицит – движење.

И4: График кој покажува споредба на апсолутно извршување, просечно по месец 1/12тина колку би било, и отстранување на сезонскиот ефект.

### **Јавни објави на веб страниците на Влада и селектирани буџетски корисници**

Мониторинг на објавите од селектирани буџетски корисници и јавните претпријатија чија што директна поврзаност со граѓаните е најголема. Во рамките на оваа методологија се следат сите објавени мерки/активности/политики кои директно или индиректно се поврзани со фискални импликации, како и квалитетот на истите во однос на информациите кои ги даваат буџетските корисници за планираната/направената активност.

Покрај официјалните квантитативни податоци кои можат да се добијат од месечните извештаи за Извршување на Буџет на РМ од Министерството за финансии, мониторингот вклучува и следење на официјални објави на веб страниците на

клучни буџетски корисници чија што директна поврзаност со граѓаните е најголема и кои се индиректен показател за политиките и активностите кои се планираат/имплементираат и тоа:

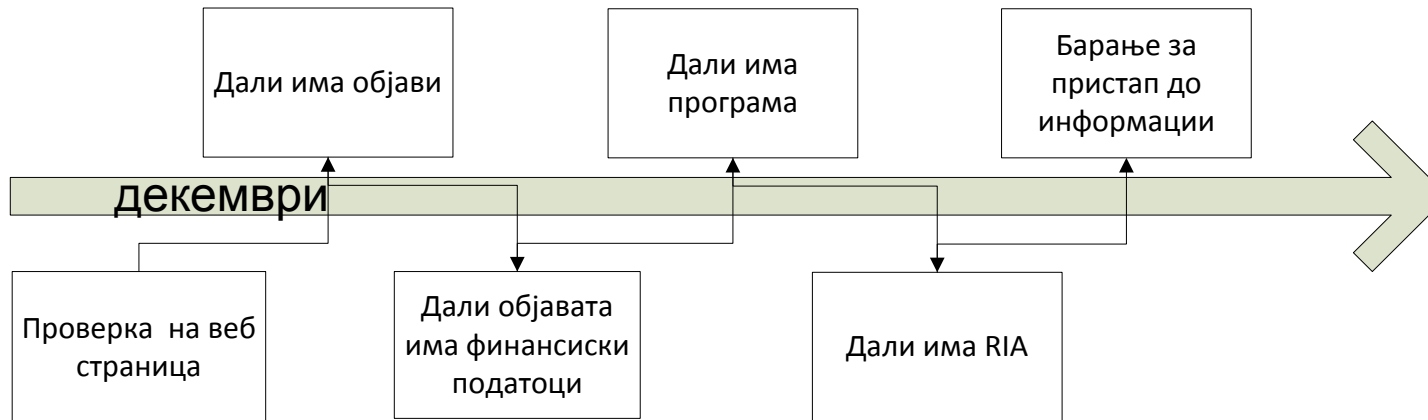
- Влада на РМ,
- Министерство за труд и социјална политика,
- Министерство за транспорт и врски,
- Министерство за финансии,
- Министерство за економија,
- Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство,
- Агенција за електронски комуникации,
- Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој,
- Агенција за патишта.

Во рамките на оваа методологија се следат сите објавени мерки/активности/политики кои директно или индиректно се поврзани со фискални импликации (прикажани во анекс).

Овој мониторинг опфаќа проверка на веб страниците на буџетските корисници, се евидентираат сите објави, и при тоа се забележува колку од објавите содржат:

- финансиски податоци за предвидената/најавената/објавената инвестиција;
- колку од објавите имаат аналитика и програма која ја предвидува активноста или трошењето;
- колку од објавите кои се однесуваат на некакви законски измени имаат објавено ПБР (проверка на влијанието на регулативата);
- во колкав дел од објавите се наведени изворите од каде се обезбедени средствата за најавената/реализираната активност/проект;
- кој е таргетот - крајниот корисник на објавената инвестиција/проект;
- финален чекор на мониторинг - методологијата вклучува подготвување и испраќање на барање за пристап до информации од јавен карактер за проектите/активностите кои имаат значајни фискални импликации и се од посебно значење за граѓаните.

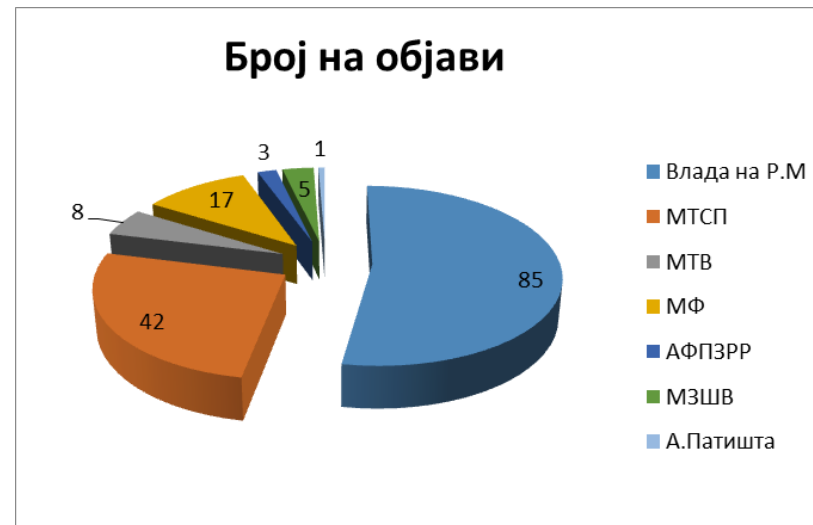
Процесот на следење е претставен на следниот график.



**Графикон 1. Процес на следење на најавени трошења на средства од буџетот на РМ**

### **Следење на објави за извештајниот период**

На следната табела може да се види вкупниот број на објави кои се направени во извештајниот период на веб страниците на буџетските корисници кои се мониторираат:



**Графикон 2. Број на објави за услуги според буџетски корисник во извештајниот период**

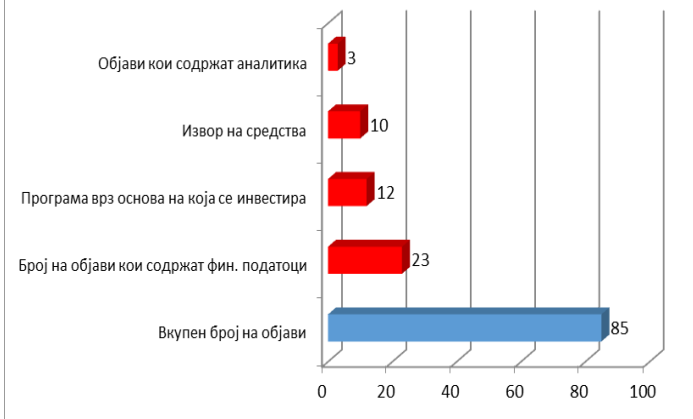
Од графикот се гледа дека доминантен број од објавите се направени од Владата на РМ и Министерството за труд и социјална политика.

Следните графикони ги илустрираат атрибутите на содржините за најавените/реализираните активности/инвестиции кои буџетските корисници ги пласираат до граѓаните за месец декември 2015 година.

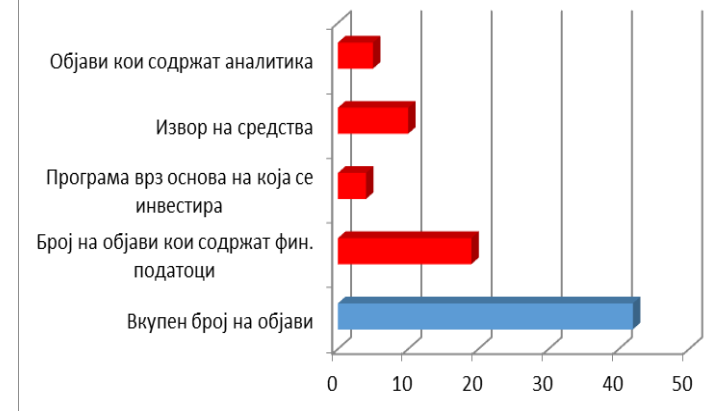
1) Влада на РМ

2) Министерство за труд и социјална политика на РМ

### Објави на Влада на Р.М

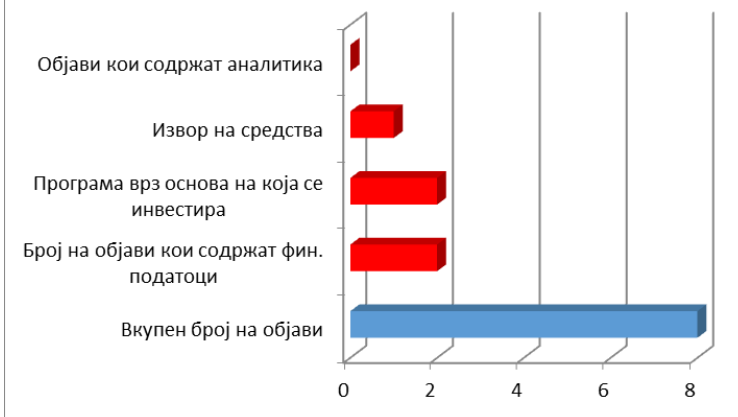


### Објави на МТСП



### 3) Министерство за транспорт и врски на РМ

#### Објави на МТВ



### 4) Министерство за Финансии на РМ

#### Објави на МФ



5) Агенција за финансиска поддршка на земјоделството и рурален развој на РМ



6) Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство



Како што може да се види од наредната табела и претходно прикажаните графикони:

- Мал број од вкупните објави на Влада на РМ и на буџетските корисници содржат финансиски податоци за направените/планираните инвестиции или за објавите во кои се најавува нова инвестиција (Владата која има најмногу објави - под 30%).
- Истите уште помалку содржат аналитичко елаборирање на планираните/ реализираните активности.
- Скроман дел од објавите вклучуваат информации за изворите на средства, како и програмите/стратегииите/плановите врз основа на кои го најавуваат или реализираат објавениот проект.

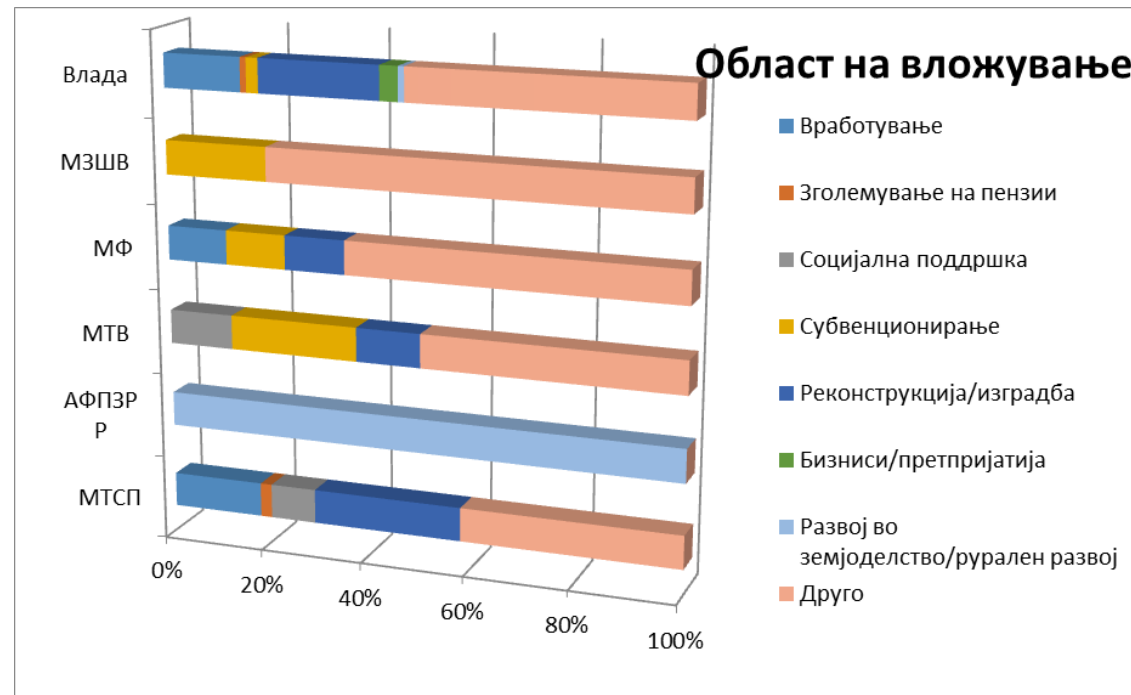
Процентот на објави кај буџетските корисници кои содржат финансиски податоци, аналитика или конкретен извор на средства, со исклучок на МТСП, во останатите буџетски корисници е под 30%.

Табела. Објави и карактеристики на објави од буџетските корисници за месец декември 2015 година

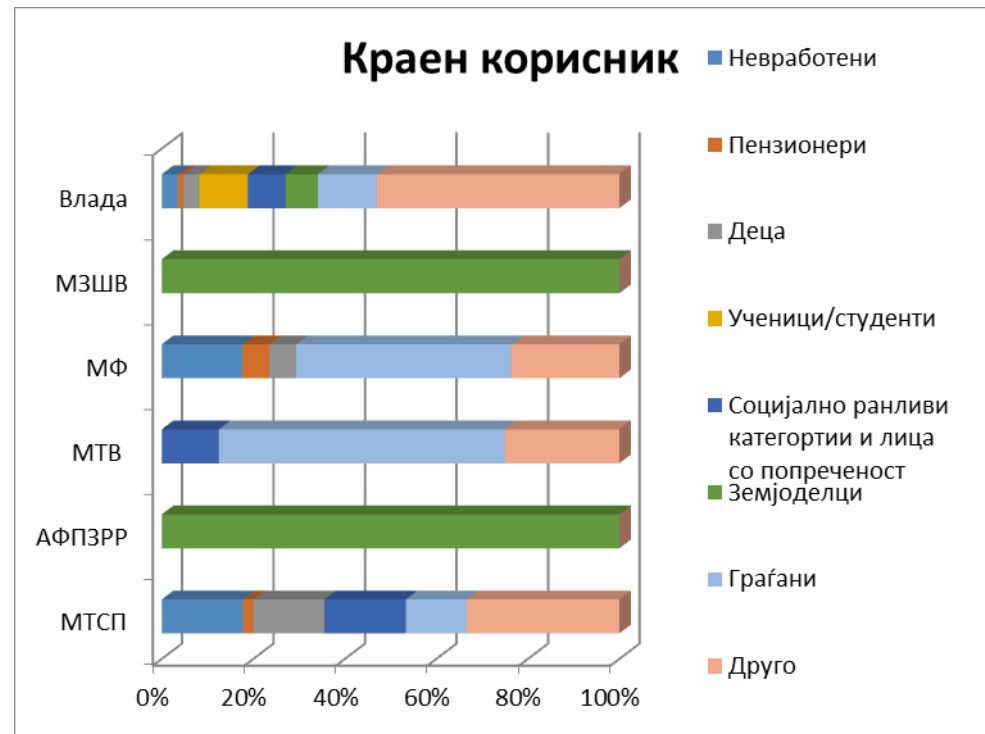
Буџетски корисник	Вкупен број на објави	Број на објави кои содржат финансиски податоци	% на содржини кои содржат финансиски податоци	% на содржини кои НЕ содржат финансиски податоци
Влада на РМ	85	23	27%	73%
МТСП	42	19	45%	55%
МТВ	8	2	25%	75%
МФ	17	4	24%	76%
АФПЗРР	3	1	33%	67%
МЗШВ	5	1	20%	80%
А.Патишта	1	0	0%	100%

Од мониторингот на структурата-таргетот на објавите (односно проектите) на клучните буџетски корисници се гледа дека доминантно во фокусот биле: земјоделците и социјално ранливите категории (а во помала мера и учениците/студентите и пензионерите).

На следниот графикон, прикажани се области за кои буџетските корисници даваат информации за граѓаните. Исто така прикажан е и крајниот корисник за кој се однесуваат трошењата или информациите.



**Графикон 3** Области кои се таргетирани со најава за зголемени трошења



**Графикон 4. Корисници кои се таргетирани со најава за зголемени трошења**

За време на мониторингот во месец декември испратени се вкупно 12 Барања за пристап до информации од јавен карактер и тоа:

- Влада на РМ (6).
- Министерство за финансии (2).
- Министерство за транспорт и врски(1).
- Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство (2).
- Агенција за финансиска поддршка на земјоделството и рурален развој (1).

- До моментот на пишување на извештајот добиен е одговор за две од поднесените барања.
- На првото барање до Владата на РМ (Секретаријат за законодавство) е добиен одговор дека не располагаат со бараните информации и дека барањето кое е испратено од наша страна е проследено до Министерството за здравство.
- На второто барање е добиен одговор од Агенцијата за финансиска поддршка на земјоделството и руралниот развој кој се однесува на објава од месец декември, а предмет на објавата претставува исплата на субвенции во земјоделството – тутун, кои биле реализирани во месец мај. Во договорот е наведена програмата и вредноста на исплатата според доставеното барање. Имајќи ги во предвид крајните корисници односно нивниот број на дадената конкретна исплата која е на речиси 29 илјади земјоделци објавата е потсетување за исплатата за оваа таргет група и по седум изминати месеци.

Содржината на поднесените барања се однесува на тоа дали објавите кои содржат одредена инвестиција е во согласност со стратешките документи на Владата на РМ, како и дали е направена претходна анализа за потребата од таква инвестиција како и за ефектите од истата. Исто така, барањето содржи и прашања дали инвестициите се предвидени во сегашниот или идниот планиран Буџет на РМ.

### **Трошења од буџетите на единиците на локална самоуправа**

Во мониторингот на трошења на ниво на локална власт своја улога ќе имаат локалните набљудувачи и првите резултати се очекуваат во извештајот за јануари 2016 година. Прикажуваме индикативни индикатори кои ќе бидат набљудувани и засметувани.

### **Квартално извршување на буџетите на единиците на локална самоуправа**

И1: реализација на буџет по квартал – расходи (24 ЕЛС)

И2: реализација на капитални расходи – 24 ЕЛС по квартал

Селектирани ставки И3: реализација на оперативни расходи – 24 ЕЛС по квартал

Селектирани ставки: И4: Стапка на промена на главните буџетски ставки од првичен план, со последен ребаланс (% зголемување или % намалување за колку)

И3. Стапка на промена на обврски на општината - 24 ЕЛС по квартал

**Селектирани капитални/оперативни расходи и следење кај единиците на локална самоуправа и трошења на ЈП основни од ЕЛС (Град Скопје)**

Во нареден извештаен период.

## 4. АНЕКС

### Локални набљудувачи-организации

Табела. Организации кои се локални набљудувачи

	Име на организацијата
1	ЗИП Институт-Скопје / ZIP Institute-Skopje
2	Фокус-Велес / Focus - Veles
3	ДРОМ -Куманово / DROM - Kumanovo
4	Ехо Штип / Echo - Shtip
5	ЛДА Струга /LDA Struga
6	Организација на жени-Струмица
7	ЦСО -Тетово / CSO - Tetovo
8	МКЦ-Битола /МКС- Bitola

### Објавени мерки/активности/политики

Види во посебен документ Анекс декември.