

Фінансування передвиборної агітації на парламентських виборах 2019 року: ключові досягнення і виклики

Вересень 2019 року

Вступ

Вибори Президента України 2019 року стали першими загальнонаціональними виборами, на яких було застосовано положення Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання і протидії політичній корупції» (далі – Закон про політичне фінансування). Закон про політичне фінансування суттєво змінив правила того, як партії та кандидати отримують та витрачають кошти, звітують про витрати на передвиборну агітацію, а також як державні органи здійснюють контроль за використанням цих коштів. У своєму попередньому [звіті](#) IFES відзначив, що фінансування передвиборної агітації на президентських виборах 2019 року загалом було прозорішим, ніж раніше. Однак низка аспектів, зокрема залежність кандидатів від великих приватних донорів і олігархів, надмірні витрати на фінансування передвиборчої кампанії та слабкий контроль з боку державних органів, призвели до порушення рівних умов, надання переваги учасникам виборів, які мали зв'язки з великими приватними донорами, та зменшення рівня довіри до обраних інституцій.

21 травня новообраний Президент України Володимир Зеленський розпустив Верховну Раду України й оголосив про проведення позачергових виборів народних депутатів України 21 липня. Законодавча база, що регулює фінансування передвиборної агітації на парламентських і президентських виборах є схожою, однак деякі правила щодо внесків, витрат, звітування й контролю дещо відрізняються. У цьому документі проаналізовано, як нові правила фінансування передвиборної агітації було застосовано під час парламентської виборчої кампанії, й наведено ключові досягнення та виклики, пов'язані з реалізацією цих правил. Документ також містить рекомендації для ключових зацікавлених сторін у сфері політичного фінансування.

Внески до виборчих фондів

Відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів України» (з урахуванням змін, внесених Законом про політичне фінансування 2015 року), політичні партії й кандидати, які беруть участь у виборах, можуть отримувати й витратити кошти на агітаційну діяльність лише після відкриття спеціальних рахунків виборчих фондів. Як фізичні, так і юридичні особи можуть здійснювати внески до виборчих фондів. Максимальний розмір внеску для фізичних осіб становить 400 розмірів мінімальної заробітної плати (МЗП) (1 669 200 грн або приблизно 66 800 доларів), а для юридичних осіб – 800 розмірів МЗП (3 338 400 грн або приблизно 133 600 доларів). Крім того, загальний обсяг усіх внесків, здійснених фізичною або юридичною особою на підтримку партії або кандидата, висунутого партією, не можуть перевищувати встановлені ліміти протягом календарного року. Внески від державних і комунальних установ і підприємств, іноземних фізичних чи юридичних осіб, анонімних осіб та деяких інших джерел заборонено.

Закон дозволяє партіям і кандидатам перераховувати власні кошти до своїх виборчих фондів у розмірах, що перевищують вищезазначені ліміти. У випадку партій це не становить великої проблеми, адже розмір внесків на звичайні рахунки партій обмежено вищезгаданими лімітами у 400 й 800 розмірів мінімальної заробітної плати для фізичних і юридичних осіб, відповідно. Однак кандидати в одномандатних виборчих округах можуть перераховувати набагато більші суми до власних виборчих фондів, що обмежені тільки лімітом на розмір виборчого фонду, а саме 4 000 розмірів МЗП (16 692 000 грн або приблизно 668 000 доларів). Така прогалина в

законодавстві дозволяє уникнути обмежень на здійснення внесків і надає невинуватому перевагу кандидатам, яких підтримують великі приватні донори. Це положення неодноразово критикували [Група держав проти корупції](#) Ради Європи ([GRECO](#)), Європейська Комісія за демократію через право (Венеціанська комісія) та Бюро з демократичних інститутів і прав людини ОБСЄ ([ОБСЄ/БДІПЛ](#)).

Для усунення цієї прогалини в законодавстві про вибори необхідно передбачити положення, відповідно до якого максимальна сума власних коштів, яку кандидат може перерахувати до свого виборчого фонду, не може перевищувати максимальний обсяг добровільного внеску до виборчого фонду.

Як і під час президентської виборчої кампанії, партії-учасниці парламентських виборів використовували переважно власні кошти для фінансування своєї передвиборної кампанії. Інакше кажучи, партії практично не отримували внесків від фізичних чи юридичних осіб до своїх виборчих фондів, хоча це не обов'язково означає, що такі внески не надходили на звичайні рахунки партій. Жодна з п'яти політичних партій, що подолали п'ятивідсотковий виборчий поріг для участі у розподілі депутатських мандатів, не отримала жодного внеску до власних виборчих фондів. Частково це було зумовлено несподіваним початком виборчої кампанії, закоротким періодом для ведення агітації й відсутністю фандрейзингових кампаній (серед п'яти партій, що пройшли до парламенту, лише партія «Голос» оприлюднила банківські реквізити своїх рахунків на офіційному веб-сайті). Водночас це також свідчить про надто обтяжливу процедуру здійснення внеску: потенційні донори зобов'язані прийти до банку й заповнити анкету в паперовій формі, яка підтверджує їхнє право здійснювати внески до виборчих фондів. Жінки-кандидати стикалися з більшими труднощами у веденні ефективної діяльності із залучення коштів, оскільки вони значно менш інтегровані у фінансові мережі, ніж чоловіки.

Як було зазначено і в попередніх рекомендаціях IFES, варто спростити процедуру здійснення внеску до виборчих фондів і дозволити здійснювати внески через інтернет-банкінг або інші засоби, що гарантують належну ідентифікацію донорів.

Обмеження виборчого фонду політичних партій на парламентських виборах становить 375 570 000 грн (приблизно 15 020 000 доларів). Згідно з даними остаточних фінансових звітів партій, вони отримали відносно невеликі обсяги коштів протягом усього виборчого періоду. Партія «Слуга Народу», яка отримала найбільше місць у Верховній Раді, зібрала найбільше – 114 650 000 грн (приблизно 4 590 000 доларів), однак ця сума все одно набагато менша ніж встановлений ліміт на розмір виборчого фонду. Загалом, згідно з офіційними звітами, 22 політичні партії, які брали участь у пропорційній частині виборів, зібрали 908 млн грн (приблизно 36 млн доларів). Попри те, що короткий період парламентської кампанії суттєво обмежив можливості політичних партій для залучення коштів, офіційні дані, ймовірно за все, не відображають усіх їхніх витрат на вибори. Як зазначали [міжнародні спостерігачі](#), громадські об'єднання, пов'язані з партіями й кандидатами, часто витрачали кошти на передвиборну агітацію, зокрема оплачували агітаційні матеріали й рекламу, організовували агітаційні заходи, фінансували соціальні проекти та інші види діяльності. Витрати третіх сторін на підтримку певної партії чи кандидата є видом внеску в негрошовій формі (внеску роботами, товарами й послугами), проте не врегульовані на законодавчому рівні. Така прогалина дозволяє партіям і кандидатам не звітувати про фактичні доходи й витрати та приховати частину інформації.

Новообраний парламент має внести зміни до законодавства про вибори, що чітко регулюватимуть умови фінансування передвиборної діяльності третіми сторонами та здійснення внесків у негрошовій формі.

НАЗК має оновити свою методологію для визначення грошового розміру внесків роботами, товарами й послугами, аби забезпечити належне регулювання таких внесків до виборчих фондів партій і кандидатів.

Витрати партій і кандидатів

На парламентських виборах законодавство передбачає обмеження витрат, що становить 90 000 розмірів МЗП для політичних партій (375 570 000 грн або приблизно 15 020 000 доларів) та 4 000 розмірів МЗП для кандидатів в одномандатних виборчих округах (16 692 000 грн або приблизно 668 000 доларів). Натомість на президентських виборах законодавство не передбачає таких обмежень. Попри те, що обмеження обсягу витрат на передвиборну агітацію рекомендовано Венеціанською комісією та ОБСЄ/БДПЛ, в Україні такі обмеження є значно вищими, як порівняти з сусідніми країнами.

На парламентських виборах 2019 року партії знову витрачали кошти переважно на політичну рекламу у ЗМІ. За [даними](#) Громадського руху «ЧЕСНО», 81% витрат партій було спрямовано на оплату ефірного часу у ЗМІ, при цьому 75% було витрачено на рекламу на телебаченні. Ще 12% було спрямовано на зовнішню рекламу. Надмірна кількість реклами у ЗМІ, переважно на телебаченні, підвищує загальний рівень витрат і надає невиправдану перевагу партіям і кандидатам, які мають зв'язки із великими донорами. Крім того, реклама як засіб агітації не надає виборцям важливої інформації та витісняє інші формати комунікації, такі як дебати чи особисті зустрічі, що можуть стати більш цінним джерелом інформації для виборців.

IFES вкотре наголошує на необхідності розглянути можливість встановити обмеження на дорогі види передвиборної агітації, зокрема телевізійну та/або зовнішню рекламу на виборах.

Як і на президентських виборах 2019 року, багато партій і кандидатів витратили значні обсяги коштів на рекламу у Facebook та інших соціальних мережах. Часто вони робили це через сторінки, які формально не пов'язані з ними. Згідно із [даними аналізу](#) Громадського руху «ЧЕСНО», не всі витрати на передвиборну агітацію було відображено у фінансових звітах партій. У найближчі роки використання соціальних мереж для проведення агітації стане ще поширенішим засобом комунікації, однак використання онлайн-ЗМІ та соціальних мереж жодним чином не врегульовано в українському законодавстві, що зменшує ефективність державного контролю. Відсутність правового регулювання соціальних медіа також заважає учасникам виборчого процесу втілювати ефективні стратегії онлайн-кампаній.

Отже, Верховна Рада має розглянути можливість врегулювати використання соціальних мереж та інших онлайн-інструментів для ведення агітації на законодавчому рівні.

Як і раніше, спостерігачі помітили багато випадків, коли гроші, витрачені на агітацію, не проходили через рахунки виборчих фондів. Такі витрати включали неофіційні платежі членам виборчих комісій, спостерігачам, агітаторам і ЗМІ. Крім того, національні та міжнародні спостерігачі повідомляли про численні випадки підкupu виборців, коли виборцям надавали товари чи послуги безкоштовно або зі знижками. Оплати готівкою, а також прямий і непрямий підкуп виборців заборонено законом, однак поширеність такої незаконної практики на виборах свідчить про неготовність або неспроможність органів адміністрування виборів і правоохоронних виборів ефективно їм протидіяти. Деякі положення законодавства, наприклад щодо відповідальності за підкуп виборців, необхідно посилити, тоді як інші норми мають бути більш чіткими, щоби забезпечити належне регулювання та правозастосування.

Верховній Раді варто врегулювати використання коштів, що не проходять через виборчі фонди, для встановлення ефективного контролю держави над ними.

Фінансова звітність

Партії й кандидати зобов'язані звітувати про всі доходи й витрати з рахунків своїх виборчих фондів шляхом подання проміжних і остаточних фінансових звітів про надходження та використання коштів виборчого фонду. Партії подають свої фінансові звіти до Центральної

виборчої комісії (ЦВК) і Національного агентства з питань запобігання корупції (НАЗК), а кандидати в одномандатних виборчих округах – до відповідних окружної виборчих комісії (ОВК). Всі звіти мають бути опубліковані на офіційних веб-сайтах ЦВК та НАЗК. Звіти повинні містити детальну інформацію про кожне надходження і витрату з виборчого фонду. Кінцевий термін подання проміжних звітів становить п'ять днів до дня виборів для партій та вісім днів до дня виборів для кандидатів, а кінцевий термін подання остаточних фінансових звітів – п'ятнадцять днів після дня виборів для партій та сім днів після дня виборів для кандидатів.

Загалом 93% всіх коштів, зібраних партіями для проведення передвиборної агітації, було перераховано до виборчих фондів зі звичайних рахунків партій. Це означає, що ні виборці, ні органи контролю не знали про джерела походження цих коштів на момент подання остаточних фінансових звітів, оскільки ця інформація стане відома тільки після публікації щоквартальних фінансових звітів партій. Звіти партій за другий і третій квартали 2019 року буде оприлюднено тільки на початку серпня та листопада, відповідно – задовго після проведення виборів. Тому виборцям бракувало інформації про те, хто фінансував кампанію тієї чи іншої партії, зокрема тих, що пройшли до парламенту. Це також заважало ЦВК відслідковувати потенційні незаконні внески протягом виборчого періоду.

Для підвищення загальної прозорості фінансування передвиборчої агітації й розширення доступу до інформації щодо джерел походження коштів, витрачених на передвиборчу агітацію, парламент має розглянути можливість запровадити регулярне звітування про внески до звичайних рахунків партій і рахунків їхніх виборчих фондів.

Фінансування передвиборної агітації було недостатньо прозорим також і з огляду на несвоєчасне відкриття виборчих фондів деякими учасниками виборчого процесу (унаслідок неготовності до проведення виборів або проблем із банками). Водночас багато політичних партій і кандидатів почали збирати й витрачати кошти на фінансування кампанії до відкриття виборчого фонду, що суперечить закону. Ці кошти не було відображено у звітах, і вони не підлягали державному контролю. Тому законодавчі положення, що забороняють витрачати кошти на передвиборчу агітацію до відкриття виборчого фонду, виглядають надто жорсткими і сприяють «тінізації» значної частини грошей на виборах. Крім того, ця норма створює нерівні умови для жінок та інших груп населення, які зазнають дискримінації, оскільки такі групи мають менше можливостей для залучення коштів на фінансування своєї виборчої кампанії за короткий виборчий період.

Учасникам виборчого процесу варто дозволити збирати й витрачати кошти на передвиборчу агітацію до офіційного початку виборчої кампанії за умови, що такі витрати буде належним чином відображено у фінансових звітах.

Усі 22 партії, що змагалися у пропорційному компоненті виборів, вчасно подали остаточні фінансові звіти. Водночас, за даними [аналізу](#) Громадянської мережі «ОПОРА», лише приблизно половина всіх кандидатів у одномандатних виборчих округах подали ці звіти. Цьому може бути дві причини: кандидати не подали свої звіти до ОВК або ОВК не подали отримані від кандидатів звіти до ЦВК. В будь-якому разі недотримання вимог щодо подання звітів призвело до зниження рівня прозорості фінансування виборчих кампаній в одномандатних округах і послаблення державного контролю за фінансами кандидатів-мажоритарників.

Необхідно вжити заходів для покращення дисципліни звітування кандидатів у одномандатних округах, зокрема посилити санкції за недотримання цих вимог, посилити спроможності ОВК взаємодіяти з кандидатами й отримувати від них звіти, а також вдосконалити систему подання звітності.

Як і на президентських виборах, ЦВК продовжила оприлюднювати фінансові звіти партій і кандидатів у форматі XML. Ця практика є важливим кроком уперед, адже такий формат спрощує аналіз даних, відображених у звітах, та їх конвертацію у формат відкритих даних. Це

нововведення особливо цінне для неурядових організацій і ЗМІ, які тепер можуть представляти дані звітів у доступніший і зрозуміліший спосіб. Однак використання формату XML є лише тимчасовим рішенням, оскільки не має всіх переваг повноцінної електронної системи звітності.

Парламент має якнайшвидше і заздалегідь до проведення наступних загальнонаціональних виборів внести зміни до законодавства, які встановлюють єдину систему електронної звітності для партій і кандидатів.

Державний контроль

Згідно з Законом України «Про вибори народних депутатів України», контроль за фінансуванням передвиборної агітації на парламентських виборах здійснюють ЦВК і НАЗК. Однак, на відміну від президентських виборів, фінансові звіти політичних партій, що беруть участь у виборах, аналізує тільки ЦВК. Спираючись на співпрацю з НАЗК, налагоджену ще до президентських виборів, ЦВК отримувала інформацію від НАЗК щодо незаконних внесків до виборчих фондів і включала її до результатів свого аналізу. Зайнявши таку активну позицію, ЦВК зуміла заповнити деякі прогалини в законодавстві, яке недостатньо чітко розділяє повноваження контролю між цими двома органами контролю.

Проте, як і під час президентських виборів, аналіз ЦВК мав переважно формальний характер і не брав до уваги інформацію, не відображену в офіційних звітах партій, незважаючи на повідомлення від неурядових організацій і ЗМІ щодо схем незаконних внесків і невідображених витрат. Приймаючи рішення не відслідковувати отримані або витрачені партіями гроші, що не відображені у їхніх звітах, ЦВК обмежила цінність свого аналізу. Загалом вона знайшла лише дрібні порушення у звітах трьох партій, зокрема отримання внесків від осіб із податковим боргом (що заборонено законом).

ЦВК варто покращити якість свого аналізу виборчих фінансових звітів партій, зосередивши увагу на серйозних порушеннях, які здатні порушити доброчесність виборчого процесу, зокрема маніпуляціях із обмеженнями на внески і приховуванні понесених витрат.

Парламент має здійснити кроки для посилення незалежності, доброчесності та професійності НАЗК і його здатності ефективно втілювати повноваження щодо контролю за політичним фінансуванням.

Закон покладає обов'язок отримання й аналізу фінансових звітів від кандидатів в одномандатних виборчих округах на ОВК. Досвід парламентських виборів 2014 року свідчить, що члени ОВК зазвичай не виконують цю функцію самостійно, покликаючись на брак необхідних навичок. Натомість вони делегують повноваження здійснювати аналіз зовнішнім експертам-юристам. Таку практику підтримує й ЦВК. Водночас якість аналізу фінансових звітів кандидатів на виборах 2019 р. була вкрай низькою, а багато ОВК взагалі не здійснювали такого аналізу. Ті результати аналізу з боку ОВК, що було надіслано до ЦВК, засвідчили дуже формальний підхід і брак будь-якого суттєвого аналізу. Це призвело до того, що державний контроль за фінансуванням кандидатів в одномандатних округах був практично відсутнім.

Законодавчі положення про державний контроль за фінансуванням кандидатів у одномандатних округах слід переглянути, або надавши ОВК більше ресурсів і спроможностей здійснювати аналіз, або передавши ці повноваження іншим органам.

Закон України «Про вибори народних депутатів України» передбачає, що результати аналізу фінансових звітів партій і кандидатів, здійсненого ЦВК і ОВК, повинні бути опубліковані на сайті ЦВК. Проміжні фінансові звіти мають бути опубліковані не пізніше ніж за два дні до дня голосування. Цей надзвичайно короткий період не дає виборцям достатньо часу, аби ознайомитися з результатами аналізу фінансових звітів партій і кандидатів перед голосуванням.

Часові терміни для публікації проміжних фінансових звітів і результатів аналізу цих звітів слід встановити раніше, ніж зараз передбачено законодавством, аби дати громадянам більше часу для ознайомлення з ними.

Санкції

Закон України «Про вибори народних депутатів України» встановлює різні види санкцій за порушення правил фінансування передвиборної агітації, зокрема адміністративні й кримінальні. Однак чинні санкції не можна вважати пропорційними, ефективними чи превентивними. Порушення обмежень щодо внесків і надання недостовірної інформації у фінансових звітах може призвести й до адміністративної, й до кримінальної відповідальності. Однак адміністративні санкції є дуже м'якими і передбачають штрафи від 5 100 до 6 800 грн, а кримінальні санкції або надто слабкі, або не виправдано жорсткі для відповідних правопорушень.

Деякі серйозні порушення, зокрема витрачання грошей на передвиборну агітацію не з виборчого фонду чи перевищення максимального розміру виборчого фонду, загрожують лише попередженням із боку ЦВК, що не має ніякого ефекту на порушників. Крім того, різні типи санкцій часто не узгоджено між собою, і подекуди важко встановити, який тип відповідальності слід застосовувати.

Санкції за порушення правил фінансування передвиборної агітації необхідно посилити й гармонізувати, забезпечивши їхню здатність ефективно запобігати правопорушенням.

Законодавчі положення також не сприяють застосуванню санкцій. Адміністративні і кримінальні санкції може накласти тільки суд. ЦВК і ОВК позбавлені права складати протоколи про адміністративні правопорушення й направляти їх до суду. Натомість вони можуть лише передавати інформацію щодо виявлених порушень до НАЗК і поліції для подальшого розслідування. На президентських виборах НАЗК аналізує фінансові звіти кандидатів і може направляти протоколи про адміністративні правопорушення до суду, проте на парламентських виборах і НАЗК не має такого права.

Ба більше, процедури складення протоколу про адміністративне правопорушення не виправдано ускладнені, бо вимагають від відповідного органу отримати підпис особи, яку підозрюють у вчиненні правопорушення. Строки, після завершення яких суди більше не можуть розглядати справи, також вельми короткі – три місяця. Внаслідок цього партій і кандидатів, що не дотримуються правил фінансування передвиборної агітації, практично неможливо притягнути до відповідальності.

Повноваження розслідувати виявлені порушення правил фінансування передвиборної агітації покладено на органи Національної поліції, однак їм бракує ресурсів і навичок для ефективної реалізації цих функцій. Наразі немає жодних результатів розслідування 12 справ щодо можливих порушень кандидатів на президентських виборах 2019 року, які НАЗК передав до поліції ще в травні цього року. Так само нічого не відомо про розслідування поліцією порушень правил фінансування передвиборної агітації на останніх парламентських виборах.

Процедури для застосування санкцій за порушення правил фінансування передвиборної агітації слід спростити. Необхідно надати право ЦВК і ОВК складати протоколи про адміністративні правопорушення й усунути перешкоди для ефективного розгляду цих справ судами. Потрібно також приділити увагу підвищенню спроможності органів Національної поліції розслідувати порушення правил фінансування передвиборної агітації.

Висновки

На парламентських виборах 2019 року можна було спостерігати деяке покращення прозорості фінансування передвиборної агітації, як порівняти з попередніми виборами 2014 року. Однак партії використовували різні прогалини в законодавстві, щоб уникнути розкриття джерел свого фінансування. Значною проблемою лишилася залежність багатьох партій і кандидатів від великих приватних донорів. Учасники виборчих перегонів знову витратили переважну більшість коштів своїх виборчих фондів на політичну рекламу, здебільшого на телебаченні. Державний контроль за фінансуванням передвиборної агітації був доволі слабким унаслідок недосконалої законодавчої бази й браку ресурсів і спроможності органів контролю, особливо на регіональному рівні. Санкції за порушення правил фінансування передвиборної агітації не застосовували, що суттєво послабило загальну ефективність законодавчих норм.

Аби вирішити ці проблеми, державні органи можуть здійснити низку кроків.

Усі рекомендації, наведені в основній частині звіту, представлено нижче в узагальненому вигляді. Ці рекомендації спрямовано на ключових українських зацікавлених сторін, зокрема Верховну Раду України, Центральну виборчу комісію, Національне агентство з питань запобігання корупції та Національну поліцію.

Внески до виборчих фондів

- 1) У законодавстві про вибори необхідно передбачити положення, відповідно до якого максимальна сума власних коштів, яку кандидат може перерахувати до свого виборчого фонду, не може перевищувати максимальний обсяг добровільного внеску до виборчого фонду.
- 2) Варто спростити процедуру здійснення внеску до виборчих фондів і дозволити здійснювати внески через інтернет-банкінг або інші засоби, що гарантують належну ідентифікацію донорів.
- 3) Новообраний парламент має внести зміни до законодавства про вибори, що чітко регулюватимуть умови фінансування передвиборної діяльності третіми сторонами та здійснення внесків у негрошовій формі.
- 4) НАЗК має оновити свою методологію для визначення грошового розміру внесків роботами, товарами й послугами, аби забезпечити належне регулювання таких внесків до виборчих фондів партій і кандидатів.

Витрати партій і кандидатів

- 5) Необхідно розглянути можливість встановити обмеження на дорогі види передвиборної агітації, зокрема телевізійну та/або зовнішню рекламу на виборах.
- 6) Верховна Рада має розглянути можливість врегулювати використання соціальних мереж та інших онлайн-інструментів для ведення агітації на законодавчому рівні.
- 7) Верховній Раді варто врегулювати використання коштів, що не проходять через виборчі фонди, для встановлення ефективного контролю держави над ними.

Фінансова звітність

- 8) Для підвищення загальної прозорості фінансування передвиборчої агітації й розширення доступу до інформації щодо джерел походження коштів, витрачених на передвиборчу

агітацію, парламент має розглянути можливість запровадити регулярне звітування про внески до звичайних рахунків партій і рахунків їхніх виборчих фондів.

- 9) Учасникам виборчого процесу варто дозволити збирати й витратити кошти на передвиборчу агітацію до офіційного початку виборчої кампанії за умови, що такі витрати буде належним чином відображено у фінансових звітах.
- 10) Необхідно вжити заходів для покращення дисципліни звітування кандидатів у одномандатних округах, зокрема посилити санкції за недотримання цих вимог, посилити спроможності ОВК взаємодіяти з кандидатами й отримувати від них звіти, а також вдосконалити систему подання звітності.
- 11) Парламент має якнайшвидше і заздалегідь до проведення наступних загальнонаціональних виборів внести змін до законодавства, які встановлюють єдину систему електронної звітності для партій і кандидатів.

Державний контроль

- 12) ЦВК варто покращити якість свого аналізу виборчих фінансових звітів партій, зосередивши увагу на серйозних порушеннях, які здатні порушити доброчесність виборчого процесу, зокрема маніпуляціях із обмеженнями на внески і приховуванні понесених витрат.
- 13) Парламент має здійснити кроки для посилення незалежності, доброчесності та професійності НАЗК і його здатності ефективно втілювати повноваження щодо контролю за політичним фінансуванням.
- 14) Законодавчі положення про державний контроль за фінансуванням кандидатів у одномандатних округах слід переглянути, або надавши ОВК більше ресурсів і спроможностей здійснювати аналіз, або передавши ці повноваження іншим органам.
- 15) Часові терміни для публікації проміжних фінансових звітів і результатів аналізу цих звітів слід встановити раніше, ніж зараз передбачено законодавством, аби дати громадянам більше часу для ознайомлення з ними.

Санкції

- 16) Санкції за порушення правил фінансування передвиборної агітації необхідно посилити й гармонізувати, забезпечивши їхню здатність ефективно запобігати правопорушенням.
- 17) Процедури для застосування санкцій за порушення правил фінансування передвиборної агітації слід спростити. Необхідно надати право ЦВК і ОВК складати протоколи про адміністративні правопорушення й усунути перешкоди для ефективного розгляду цих справ судами. Потрібно також приділити увагу підвищенню спроможності органів Національної поліції розслідувати порушення правил фінансування передвиборної агітації.