

Në prag të fushatës zgjedhore, përveç angazhimeve të partive politike për koalicione dhe aderime të personaliteteve të ndryshme, edhe bizneset, sipas përfaqësuesve të shoqërisë civile, fillojnë me një lloj fushate, e cila shprehet nëpërmjet mbështetjes financiare për subjektet politike.

Kjo mbështetje, sipas tyre, mund t'u kthehet më pas bizneseve, duke i favorizuar në ofertat e tenderëve që i hapin institucionet në të dyja nivelet.

Përfaqësues të shoqërisë civile vlerësojnë se gjatë viteve të fundit është vërejtur, siç thonë ata, një luks i madh i shpenzimeve elektorale.

Krahas shpenzimeve për marketing nëpër mjetet e informimit, një shumë e madhe e parave derdhet edhe për koncerte, pankarta, flamuj partiakë, uniforma e të ngjashme.

Por, përderisa shpenzimet vlerësohen shumë të mëdha, çështje më brengosëse, sipas analistëve politikë, mbetet mungesa e transparencës rreth burimeve financiare.

Albert Krasniqi, nga Instituti Demokratik i Kosovës, thotë për Radion Evropa e Lirë se rreth 950 mijë euro është shuma e mjeteve materiale që partitë politike, sipas ligjit, duhet të shpenzojnë për zgjedhje.

“Partitë politike nuk mund të shpenzojnë më shumë se 0.5- cent për një votues të regjistruar. Dhe, për këto zgjedhje, kufizimi është 950 mijë euro, që një subjekt politik mund të shpenzojë për fushatë zgjedhore”, thotë Krasniqi.

Këto shpenzime, thekson Krasniqi, hyjnë në kuadër të më shumë se 4 milionë eurove, që Kuvendi i Kosovës ndan për partitë parlamentare në Kosovë.

Por, sipas tij, shuma e shpenzimeve është dukshëm më e madhe, pasi partitë politike gjejnë burime tjera të financimit, posaçërisht te kompanitë private. Kjo formë e financimit asnjëherë nuk është arritur të verifikohet ose të sanksionohet.

“Edhe kompanitë private do të përfshihen në aktivitete, qoftë duke përmbyllur shpenzimet për aktivitete të caktuara që partitë politike i kryejnë në këtë periudhë; duke dhënë mjetet financiare direkt për këto parti politike ose duke dhënë edhe paga për anëtarë të partive politike për t'i mbajtur më afër vetes”, sqaron Krasniqi.

Edhe përfaqësues të komunitetit të biznesit, pranojnë se bizneset, kryesisht ato që konsiderohen të mëdha, financojnë fushatat e partive politike.

Po ashtu, edhe punëtorët e këtyre bizneseve, shpesh detyrohen të votojnë për partitë e caktuara.

Agim Shahini, kryetar i Aleancës Kosovare të Biznesit, thotë për Radion Evropa e Lirë se pas zgjedhjeve, financimi shpaguehet me anë të tenderëve.

Sipas tij, ka raste kur kompanitë kanë financuar fushatën e subjekteve politike, por nuk ka pasur

privilegje, për shkak se partia nuk i ka fituar zgjedhjet.

“Edhe në këtë fushatë, prapë bizneset do të financojnë, disa më pak e disa më shumë, edhe pse partitë politike i marrin rreth 30 mijë euro, për çdo deputet në Kuvendin e Kosovës. Ato marrin edhe mjete tjera nga institucionet për fushata, por nuk janë të mjaftueshme”.

“Këtu shihet se fushatat janë shumë agresive, janë shumë të kushtueshme dhe pjesa më e madhe e tyre vjen nga kompanitë apo personat që kanë privilegje nga institucionet e shtetit”, thekson Shahini.

Partitë politike, pothuajse në asnjë palë zgjedhje, nuk janë treguar transparente për burimet e financimit të fushatave të tyre zgjedhore, si dhe për shpenzimet e parave që ato parti i marrin nga buxheti i shtetit.

Arton Demhasaj, nga Organizata për Demokraci, Anti-Korrupsion dhe Dinjitet “Çohu”, thotë për Radion Evropa e Lirë se partitë politike shpenzimet për fushatën zgjedhore i mbulojnë nga bizneset në Kosovë, duke shpresuar më pas në marrjen e tenderëve.

“Është një lloj skandali më vete, që miliona euro shpërndahen përmes procesit të tenderimit të bizneset që i kanë financuar partitë politike, sidomos partitë politike që kanë qenë në pushtet, sepse ato kanë menaxhuar me paratë publike”, thotë Demhasaj.

Sipas Ligjit për financimin e partive politike, partitë janë të obliguara që të publikojnë për çdo vit raportin vjetor financiar, që duhet të përmbajë bilancin e gjendjes, pasqyrën e fitimit të humbjes, që tregon të gjitha të hyrat dhe shpenzimet e partisë. Raporti vjetor financiar i vitit paraprak duhet të mbetet i publikuar së paku një vit në faqet e përkatëse zyrtare.

Ndryshe, në prag të fushatës parazgjedhore, partitë politike po bëjnë “luftë” se cila më shumë të fusë në subjektin e vet afaristë të kompanive të mëdha vendore./rel/