

Три кампање Српске напредне странке (СНС) за парламентарне изборе и једна председничка кампања Александра Вучића коштале су укупно 3.193.790.511 динара, док су сви остали учесници на изборима након 2012. године заједно потрошили 3.045.678.436 динара. Према извештајима доступним на интернет страници Агенције за спречавање корупције, напредњаци су само за оглашавање у медијима током четири изборне кампање платили 2.540.985.543 динара, чиме су за скоро 585 милиона динара премашили збирни трошак осталих изборних актера, пише Н1.

Расходи Српске напредне странке у кампањи за парламентарне изборе 2014. године, прве од доласка напредњака на власт, достигли су скоро милијарду динара, што је за око 150 милиона динара мање него што су у тој кампањи потрошили сви остали изборни такмаци заједно.



Само на трошкове оглашавања, како пише Н1, СНС је потрошио 72 одсто укупне суме, односно 678.285.210 динара – скоро 12 пута више од опозиционе коалиције окупљене око Демократске странке. На изборни материјал напредњаци су утрошили нешто мање од десет одсто свог буџета за кампању, док је на „остале трошкове изборне кампање“

потрошено 17,6 одсто укупних расхода.

Најскупљу кампању после СНС имала је Социјалистичка партија Србије (СПС), која је потрошила нешто више од 340 милиона динара, Уједињени региони Србије (УРС) имали су расход у износу од 181 милион, коалиција окупљена око Бориса Тадића имала је трошак од 174 милиона, Либерално-демократска партија потрошила је 165, а ДС тек нешто изнад 100 милиона динара.

СНС је за изборну кампању 2014. године прикупио 944.204.005 динара, што је 3,15 пута више него 2012. године. Из јавних извора напредњаци су добили 432 милиона динара (45,76 одсто свих прихода), прилози физичких лица износили су 111,72 милиона (11,83 одсто), прилози правних лица 505.000 динара (0,05 одсто), док је остатак од 400 милиона динара (42,36 одсто) обезбеђен из кредита и зајмова.

### **Напредњаци за оглашавање дали 633 милиона, сви остали 508**

Две године касније, изборна кампања СНС била је скромнија, барем кад је реч о утрошеном новцу. Ипак, напредњаци су најмање штедели на оглашавању у медијима, за шта су издвојена 633 милиона динара, односно 82 одсто њиховог укупног буџета за изборну кампању. Остале странке и коалиције су морале да „стегну каиш“, па су за рекламне спотове и огласе све заједно потрошиле мање него СНС – 508 милиона.

Поређења ради, трошкови СНС у кампањи за парламентарне изборе 2016. године износили су 771,5 милиона динара, у чему их је донекле испратио једино СПС (359 милиона), а изнад „коте 100“ била је још само Српска радикална странка (СРС) са буџетом од 114 милиона.

Из јавних извора странка Александра Вучића приходовала је 262,66 милиона, прилози физичких лица износили су свега 680.000 динара (чак 164 пута мање него 2014. године), правна лица донирала су пет милиона динара, био је ту и један кредит од 150 милиона динара, док је највећи део обезбеђен из такозваних сопствених средстава – 351 милион.

Највећа финансијска доминација напредњака у односу на остале политичке партије остварена је у кампањи за председничке изборе 2017. године. Кандидат СНС за шефа државе Александар Вучић имао је на располагању скоро 800 милиона динара, док су сви остали изборни такмаци заједно потрошили око 520 милиона.

Поново је оглашавање у медијима фигурирало као главна ставка у буџету за изборну кампању, па је Вучић у то име потрошио 664 милиона динара. Илустрације ради, само на Радио-телевизији Србије (РТС) током кампање која је трајала свега 28 дана било је емитовано 179 огласних порука председничког кандидата Александра Вучића.

Како пише Н1 један од куриозитета последњих председничких избора био је податак да је кандидат који је освојио трећу позицију, Лука Максимовић алијас Бели Прелетачевић, утрошио на оглашавање свега 132.628 динара, односно тек нешто више од 1.100 евра, док је читава његова кампања коштала двадесетак хиљада евра.

Како је наведено у извештају тадашње Агенције за борбу против корупције, највећи извор финансирања у изборној кампањи 2017. године, Александар Вучић остварио је по основу прихода из јавних извора (50,95 одсто), потом следе прилози физичких лица (34,34 одсто), сопствена средства (14,33 одсто) и прилози правних лица (0,38 одсто).

## **Бојкот дела опозиције 2020. уманио изборне трошкове**

Најмање новца у протеклој деценији потрошено је у кампањи за парламентарне изборе 2020. године, што је у великој мери последица бојкота дела опозиције. Упркос томе што је СНС био изразити фаворит на тим изборима јер конкуренција практично није ни постојала, партија Александра Вучића ништа није препустила случају, па је поверење својих бирача „зацементирала“ у кампањи вредној скоро 700 милиона динара.

Највећи део буџета за прошлогодишњу изборну кампању поново се прелио на рачуне медијских кућа – укупно 900 милиона динара, од чега је само на оглашавање напредњака плаћено 565 милиона. Расход већи од 100 милиона динара имала је још само Социјалистичка партија Србије, која је заједно са својим коалиционим партнерима из редова Јединствене Србије потрошили приближно 212 милиона динара. Да се сваки динар уложен у оглашавање вишеструко враћа, крилатица је које су се држали и

социјалисти, па су у те сврхе потрошили ни мање ни више него 83,5 одсто свог буџета.

(H1)