

*Šteta izazvana alkoholom, njen uticaj na  
državni budžet i ekonomske koristi  
preventivnih mera  
- studija -*



Nosilac projekta: Centar za omladinski rad  
Partneri na projektu: Media i reform centar Niš i  
Udruženje za zaštitu potrošača Vojvodine  
Donatori: Evropska unija i IOGT-NTO Movement

# Šteta izazvana alkoholom, njen uticaj na državni budžet i ekonomske koristi preventivnih mera: Studija

Novi Sad, 2025

## IZDAVAČ:

CZOR – CENTAR ZA OMLADINSKI RAD

Svetozara Ćorovića 6

21000 Novi Sad

Ova publikacija objavljena je uz finansijsku pomoć Evropske unije i IOGT-NTO Movement. Za njegovu sadržinu odgovoran je isključivo CZOR, MRCN i UZPV i ta sadržina nipošto ne izražava zvanične stavove Evropske unije i IOGT-NTO Movement.

Radi lakšeg čitanja i jasnoće, u ovom dokumentu se gramatički muški rod koristi kao neutralan oblik i odnosi se podjednako na osobe svih rodnih identiteta.

## Zahvalnica

Ovo istraživanje je nastalo zahvaljujući zajedničkom trudu, stručnosti i podršci mnogih pojedinaca, organizacija i institucija posvećenih unapređenju zdravlja i dobrobiti mladih ljudi u Srbiji.

Izražavamo iskrenu zahvalnost svima koji su učestvovali i podržali istraživačku inicijativu projekta „Zdravlje mladih ispred profita“. Posebno izražavamo duboku zahvalnost institucijama i organizacijama koje su direktno učestvovala u istraživačkom procesu, od strukturisanih intervjua do dostavljanja dodatnih podataka i informacija:

- Ministarstvo turizma i omladine
- Ministarstvo pravde – Uprava za izvršenje krivičnih sankcija, Kazneno-popravni zavod Požarevac–Zabela
- Ministarstvo finansija – Uprava za trezor
- Ministarstvo unutrašnje i spoljne trgovine – Sektor tržišne inspekcije
- Kancelarija za borbu protiv droga, Vlada Republike Srbije
- Vojnomedicinska akademija (VMA), Centar za kontrolu trovanja
- Institut za mentalno zdravlje
- Institut za javno zdravlje Vojvodine – Centar za promociju zdravlja
- Svetska zdravstvena organizacija, Kancelarija u Srbiji
- Krovna organizacija mladih Srbije (KOMS)
- Udruženje za zaštitu potrošača Vojvodine
- Organizacija civilnog društva „Prevent“ iz Novog Sada
- Organizacija civilnog društva „TOC – Udruženje za razvoj održivih zajednica“ iz Zaječara
- OCD „proMENTE social research“ iz Sarajeva, Bosna i Hercegovina

Posebnu zahvalnost upućujemo članovima timova Centra za omladinski rad, Udruženja za zaštitu potrošača Vojvodine i Media & Reform centra Niš, koji su, kao projektni konzorcijum, dali svoj doprinos izradi ove studije kroz posvećen rad, profesionalizam i podršku u svim fazama istraživanja – od ideje do realizacije i predstavljanja javnosti.

Posebno priznanje ide našim strateškim saradnicima – Kancelariji za borbu protiv droga, Institutu za javno zdravlje Vojvodine, Institutu ekonomskih nauka i pokretu IOGT-NTO – ne samo za doprinos u ranoj fazi oblikovanja i usmeravanja ovog istraživanja, već i za dugogodišnju saradnju, kontinuiranu podršku i prepoznavanje štetnog uticaja alkohola kao značajnog javnozdravstvenog i društvenog problema, čije rešavanje zahteva zajedničko i dosledno delovanje svih relevantnih aktera.

Ova studija nije samo zbir podataka i analiza, već i odraz zajedničke posvećenosti stavljanju zdravlja i bezbednosti mladih ispred komercijalnih interesa. Nadamo se da će značajno doprineti donošenju javnih politika zasnovanih na dokazima, unapređenju praksi sprovođenja zakona i održivoj prevenciji na nivou zajednice u Srbiji i šire.

## Skraćenice

<b>BDP</b>	Bruto domaći proizvod
<b>CZOR</b>	Centar za omladinski rad
<b>ESS</b>	Evropsko društveno istraživanje <i>European Social Survey</i>
<b>ESPAD</b>	Istraživanje upotrebe psiho-aktivnih supstanci European School Survey Project on Alcohol and other Drugs
<b>EU</b>	Evropska unija
<b>GAAP</b>	Akcioni plan za implementaciju Strategije za smanjenje negativnih efekata upotrebe alkohola za period 2022-2030. godina <i>Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol</i>
<b>JLS</b>	Jedinica lokalne samouprave
<b>FCTC</b>	Okvirna konvencija o kontroli duvana
<b>MTO</b>	Ministarstvo turizma i omladine
<b>OCD</b>	Organizacija civilnog društva
<b>RZS</b>	Republički zavod za statistiku
<b>SZO</b>	Svetska zdravstvena organizacija
<b>WHO</b>	<i>World Health Organisation</i>
<b>UN</b>	Ujedinjene nacije <i>United Nations</i>
<b>UNICEF</b>	Dečji fond Ujedinjenih nacija <i>United Nations Children's Fund</i>
<b>UNODC</b>	Kancelarija Ujedinjenih nacija za droge i kriminal <i>United Nations Office on Drugs and Crime</i>

## Sadržaj

1. Uvod .....	6
2. Metodologija i izvori podataka .....	7
3. Zakonodavni i institucionalni okvir kontrole alkohola .....	9
3.1. Globalni aspekti kontrole potrošnje alkohola.....	14
4. Šteta povezana sa alkoholom .....	24
4.1. Ekonomski trošak konzumiranja alkohola .....	28
5. Uloga i karakteristike alkoholne industrije u ekonomiji Srbije .....	31
6. Rezultati kvantitativnog istraživanja o navikama konzumacije alkohola .....	40
6.1. Učestalost konzumiranja.....	40
6.2. Kada piju, koliko alkohola konzumiraju .....	41
6.3. Učestalost opijanja .....	44
6.4. Posledice konzumiranja alkohola.....	45
6.5. Alkoholna slika Srbije u ogledalu Evrope .....	46
7. Rezultati ESPAD istraživanja u vezi sa prevalencijom potrošnje alkohola mladih starosti 15 i 16 godina.....	49
8. Kvalitativni nalazi kao osnova za kreiranje politika .....	55
8.1. Ekonomska i fizička dostupnost.....	55
8.2. Normalizacija potrošnje među mladima i uticaj marketinga .....	56
8.3. Mere prevencije i informisanost .....	56
8.4. Institucionalni odgovor i ograničavanje prodaje maloletnicima .....	56
8.6. Međusektorska saradnja.....	57
8.6. Finansijski resursi .....	58
8.7. Poreska politika .....	58
9. Zaključci i preporuke .....	59
10. Lista referenci .....	66

## Lista tabela i grafika

Tabela 1. Cenovni indeks hrane, pića i duvanskih proizvoda po zemljama EU za 2023. godinu .....	18
Tabela 2. Zdravstvene posledice konzumiranja alkohola .....	26
Tabela 3. Struktura zaposlenosti u industriji alkoholnih pića, 2024. godina .....	32
Tabela 4. Moć velikih proizvođača alkoholnih pića - Glavne pivarske kompanije u Srbiji .....	32
Tabela 5. Akcize na alkoholna pića proizvedena u zemlji, 2020-2024, u 000 EUR.....	38
Tabela 6. Akcize na alkoholna pića pri uvozu, 2020-2024, u 000 EUR.....	39
Tabela 7. Procena količine alkohola u gramima u različitim tipovima pića .....	42
Tabela 8. Korelacije između rizičnih ponašanja i zdravstvenih problema.....	46
Grafik 1. Stopa smrtnosti usled uzroka povezani sa alkoholom, na 100.000 stanovnika, Republika Srbija.....	26
Grafik 2. Spoljnotrgovinska razmena alkoholnih pića, 2020-2024., u 000 EUR .....	34
Grafik 3. Izvoz i uvoz alkoholnog pića u Srbiji .....	34
Grafik 4. Struktura javnih prihoda Republike Srbije prema udelu u BDP i ukupnim prihodima, 2024. godina .....	35
Grafik 5. Struktura prihoda od akciza u Republici Srbiji, 2024. godina.....	37
Grafik 6. Pregled akciza na alkoholna pića, 2020-2024., u 000 EUR.....	38
Grafik 7. Učestalost konzumiranja alkohola među mladima u Srbiji prema polu i godinama	41
Grafik 9. Količina konzumiranog alkohola u gramima tokom radnog dana i vikendom prema starosnim grupama .....	43
Grafik 10. Količina konzumiranog alkohola u gramima tokom radnog dana i vikendom prema starosnim grupama i polu .....	44
Grafik 11. Učestalost opijanja mladih u Srbiji prema polu i godinama.....	44
Grafik 12. Učestalost konzumacije alkohola u evropskim zemljama .....	46
Grafik 13. Količina konzumiranog alkohola (u gramima) tokom radnog dana u evropskim zemljama (sa intervalima poverenja).....	47
Grafik 14. Količina konzumiranog alkohola (u gramima) tokom dana vikenda u evropskim zemljama (sa intervalima poverenja).....	48
Grafik 15. Učestalost opijanja u evropskim zemljama.....	49
Grafik 16. Udeo mladih (15-16 godina) koji su bar jednom probali alkohol u svom životu.....	50
Grafik 17. Udeo mladih (15-16 godina) koji su bar jednom probali alkohol u poslednjih mesec dana.....	51
Grafik 18. Udeo mladih koji su imali epizode prekomernog opijanja (5 ili više pića u jednoj prilici) u prethodnih 30 dana (u %).....	51
Grafik 19. Udeo mladih od 15-16 godina koji su probali alkohol sa 13 godina .....	52
Grafik 20. Udeo mladih koji smatra da bi lako mogao nabaviti pivo (u %).....	53
Grafik 21. Udeo mladih koji smatra da bi lako mogao nabaviti vino (u %).....	53
Grafik 22. Udeo mladih koji smatra da bi lako mogao nabaviti žestoka alkoholna pića (u %) .....	54

## 1. Uvod

Projekat *Zdravlje mladih ispred profita*, finansiran iz sredstava Evropske unije u okviru IPA III programa i od strane IOGT-NTO Movement iz Švedske, fokusiran je na unapređenje zaštite mladih od negativnog uticaja dostupnosti i prodaje alkoholnih pića. S obzirom na kompleksnost problema, konzorcijum projekta je formiran tako da objedini specifičnu ekspertizu relevantnih partnera. Vodeći partner, Centar za omladinski rad (CZOR), sa preko dve decenije iskustva u zaštiti prava mladih, zagovaranju i upravljanju EU fondovima, odgovoran je za FSTP (finansijsku podršku trećim licima), razvoj kapaciteta OCD i nacionalno zagovaranje.

Partneri u implementaciji uključuju ključne institucije i stručne organizacije. Udruženje za zaštitu potrošača Vojvodine i Media & Reform centar Niš imaju ulogu partnera na projektu, usmeravajući aktivnosti u svojim oblastima ekspertize: zaštitu potrošača (izgradnja kapaciteta i podrška zagovaranju) i medijskoj vidljivosti i kampanjama za podizanje javne svesti. Pored toga, konzorcijum projekta ima podršku široke mreže partnerskih organizacija: Kancelarije za borbu protiv droga, Instituta za javno zdravlje Vojvodine, Instituta ekonomskih nauka i pokreta IOGT-NTO, koje pružaju tematsku stručnost, institucionalni kredibilitet i stratešku podršku, čime se povećava uticaj projekta i njegov domet u multisektorskom delovanju.

Osnovni cilj projekta predstavlja jačanje kapaciteta lokalnih organizacija civilnog društva (OCD) kako bi postale efikasni, odgovorni i nezavisni akteri sposobni za konstruktivan dijalog sa Vladom, sa fokusom na zaštitu javnog zdravlja, promociju zdravih životnih stilova i bezbednosti maloletnika nasuprot interesima određenih interesnih grupa, u prvom redu industrije, a koji se baziraju na ostvarenju profita na uštrb interesa društva. Studija koja je pred vama ima za cilj pružanje objektivne i nezavisne analize trenutnog stanja u vezi sa potrošnjom alkohola kod mladih, prevashodno maloletnika, sa ciljem njihove zaštite od upotrebe alkohola i kreiranje preporuka za kreatore politika i ostale aktere čijom realizacijom bi se mogli postići ciljevi smanjenja upotrebe alkohola i izbeći negativni efekti koji iz nje proističu uključujući pojedince i društvo u celini.

Negativni efekti potrošnje alkohola se osim direktnih posledica po zdravlje ogledaju i u smanjenju potencijala za ekonomski razvoj kroz dodatne ekonomske troškove saniranja štete, slabije ishode u vezi sa obrazovanjem zapošljavanjem, produktivnošću i slabijim životnim standardom, većim stopama kriminala, nasilja, saobraćajnih nesreća i nižim stepenom životnog zadovoljstva uopšte. Stoga, uz analizu sekundarnih podataka o prevalenciji i specifičnostima potrošnje, Studija posebno adresira ekonomske aspekte kontrole potrošnje alkoholnih pića, institucionalnu efikasnost i mogućnosti korišćenja ekonomskih instrumenata za redukovanje postojećih obrazaca ponašanja. Na osnovu navedenog, specifični ciljevi Studije uključuju:

- Pružanje dodatnih uvida u ključne elemente aktuelne politike kontrole upotrebe alkohola među mladima u Srbiji;
- Analiza karakteristike postojećeg institucionalnog okvira koji oblikuje trenutni pristup politici zaštite maloletnika od konzumacije alkohola;
- Potencijalne instrumente politike za borbu protiv prekomerne konzumacije alkohola, prema dostupnim globalnim studijama i politikama;
- Analiza pristupačnosti i dostupnosti alkoholnih pića maloletnicima u Srbiji u poređenju sa drugim evropskim zemljama;
- Analiza trendova konzumacije alkohola među mladima u Srbiji u odnosu na druge evropske zemlje;
- Uloga i trenutni značaj industrije alkohola u srpskoj ekonomiji.

Rezultati sprovedenog istraživanja i implementacija preporuka za unapređenje trenutnih politika za rezultat bi trebali da imaju:

- Jačanje uloge civilnog društva u procesima kreiranja politika;
- Unapređenje postojećeg strateškog pristupa i usklađivanje mera kontrolnih politika sa EU standardima i preporukama SZO;
- Podsticanje rada institucija i građanskog angažmana na lokalnom nivou;
- Uspostavljanje efikasnije saradnje između relevantnih institucija.

Studija je organizovana u nekoliko celina. Prvi deo analizira štetne efekte alkohola, sa posebnim fokusom na ranjivu grupu mladih, uz razmatranje ekonomskih troškova za javno zdravlje i društvo, kao i uticaja alkoholne industrije na nacionalnu ekonomiju. Metodološki deo obuhvata pregled ključnih zakona, strategija i politika, kao i identifikaciju relevantnih aktera na nacionalnom i lokalnom nivou. Studija se zasniva i na empirijskim podacima, što omogućava donošenje zaključaka zasnovanih na relevantnim i proverljivim činjenicama. S obzirom na postavljene ciljeve, centralni deo istraživanja prikazuje rezultate kvantitativnih i kvalitativnih analiza obrazaca konzumacije alkohola među mladima, uz procenu institucionalnih odgovora i javnih politika. Zaključci i preporuke naglašavaju neophodnost davanja prioriteta javno-zdravstvenim interesima u odnosu na ekonomske, sa jasnom porukom da zdravlje mladih treba da bude ključni cilj savremenog društva.

## 2. Metodologija i izvori podataka

Studija primenjuje kombinovani metodološki pristup, koji objedinjuje kabinetsko (*desk*) istraživanje i analizu empirijskih podataka. Ovakva metodološka osnova omogućava sveobuhvatno sagledavanje fenomena konzumacije alkohola među mladima u Republici Srbiji, uz uvažavanje kako šireg društvenog i ekonomskog konteksta, tako i iskustava i stavova samih aktera.

U prvoj fazi istraživanja, kroz analizu relevantne literature i dostupnih sekundarnih podataka, identifikovane su štetne posledice konzumacije alkohola na opštu populaciju, sa posebnim fokusom na mlade kao ranjivu društvenu grupu. Pored zdravstvenih aspekata, analizirani su i ekonomski troškovi koje zloupotreba alkohola nameće sistemu javnog zdravlja i društvu u celini. Takođe je razmatran i položaj industrije alkoholnih pića u okviru nacionalne privrede, kroz dostupne pokazatelje. Poseban segment kabinetskog istraživanja posvećen je analizi zakonodavnog i institucionalnog okvira koji se odnosi na zaštitu maloletnika od štetnih efekata alkohola. U tom kontekstu sprovedeno je mapiranje relevantnih zakona, strateških dokumenata i politika, kao i izdvajanje ključnih aktera na nacionalnom i lokalnom nivou koji učestvuju u njihovom kreiranju i sprovođenju. U okviru desk analize korišćeni su sekundarni podaci uključujući dostupne baze:

- Republičkog zavoda za statistiku (RZS);
- Ministarstva finansija Republike Srbije;
- Ministarstva unutrašnje i spoljne trgovine Republike Srbije;
- Svetske zdravstvene organizacije (SZO);
- Istraživanja upotrebe psiho-aktivnih supstanci (ESPAD);
- Evropsko društveno istraživanje (ESS).

Empirijski deo istraživanja zasnovan je na analizi podataka iz Evropskog društvenog istraživanja (ESS) i ESPAD, koji omogućavaju uporedno sagledavanje obrazaca konzumacije alkohola među mladima u Srbiji i evropskim zemljama. Analiza je fokusirana na identifikaciju dominantnih ponašajnih obrazaca, stavova prema alkoholu i sociodemografskih faktora koji utiču na učestalost i način konzumacije alkohola. Kvantitativni segment istraživanja obuhvatio je analizu učestalosti i količine konzumacije alkohola među mladima, sa naglaskom na razlike u odnosu na pol i starosne grupe. Podaci iz ESS-a omogućili su preciznu statističku obradu i tumačenje rezultata čime je obezbeđena pouzdana osnova za dalje zaključke i preporuke.

Nakon završenih desk i kvantitativnih analiza, sprovedena je i kvalitativna faza istraživanja, koja se sastojala od 13 polustrukturiranih dubinskih intervju sa predstavnicima relevantnih institucija i organizacija. Učesnici su bili predstavnici državnih organa, obrazovnih i zdravstvenih ustanova, organizacija civilnog društva i drugih aktera koji aktivno učestvuju u kreiranju politika prema mladima. Cilj ove faze je da se omogući dublje razumevanje institucionalnih praksi, identifikuju izazovi u sprovođenju postojećih mera i prikupe predlozi za unapređenje javnih politika usmerenih na prevenciju štetne upotrebe alkohola među mladima i unapređenje efektivnosti instrumenata za smanjenje potrošnje.

### 3. Zakonodavni i institucionalni okvir kontrole alkohola

Imajući u vidu interdisciplinarnost pitanja kontrole upotrebe alkohola kod mladih, ovaj problem tretiran je većim brojem zakonskih akata i dokumenata javnih politika iz različitih oblasti. Sa jedne strane, možemo ukazati na regulativu koja tretira problem konzumacije alkohola u načelu i iz perspektive javnog zdravlja, poput Zakona o javnom zdravlju (2016) ili Zakona o zdravstvenoj zaštiti (2019). Dok sa druge strane, ukazati na zakonske odredbe i strateška dokumenta koja definišu prioritete omladinske politike fokusirane isključivo na mlade, kao što je Zakon o mladima (2011) i Strategija za mlade Republike Srbije za period 2023-2030, koji postavljaju okvir za unapređenje položaja mladih i prevenciju rizičnih ponašanja. Konačno, postoji niz zakona i dokumenata koji, uvažavajući specifičnosti i negativne posledice upotrebe alkohola, tretiraju pitanja oglašavanja, prodaje i oporezivanja.

Sledeći uporedne prakse, zakonodavni i strateški okvir prati ključne elemente kontrole potrošnje alkohola. Mladi, kao posebno osetljiva grupa, dodatno su zaštićeni posebnim odredbama koje ograničavaju njihovu konzumaciju, a prate ih i specifični indikatori kako bi se osigurala efektivnost postojećih politika. U nastavku sledi kratak pregled ključnih zakonskih odredbi i dokumenata javnih politika koji predstavljaju osnovu kontrolnih politika potrošnje alkohola sa fokusom na populaciju mladih.

Problem konzumacije alkohola prepoznat je u okviru **Zakona o javnom zdravlju** ("Sl. glasnik RS", br. 15/2016) u segmentu pitanja procene rizika nepoželjnih stilova ponašanja zajedno sa ostalim faktorima rizika poput nepravilne ishrane, konzumacije duvanskih proizvoda, kockanja i drugih, kao i u vezi sa promocijom zdravlja i prevencijom nastanka bolesti. **Zakon o zdravstvenoj zaštiti** ("Sl. glasnik RS", br. 25/2019 i 92/2023) pitanje obaveznog lečenja alkoholičara postavlja kao jedan od prioriteta javnog zdravlja u Republici Srbiji. Krajem 2017. godine, Vlada Republike Srbije donela je **Uredbu o Nacionalnom programu** prevencije štetne upotrebe alkohola i alkoholom uzrokovanih poremećaja u Republici Srbiji koja ima za cilj smanjenje štetnih posledica upotrebe alkohola na pojedinca i društvo u celini.

Ovaj Program prepoznaje mlade kao posebno ranjivu grupu kada je u pitanju konzumacija alkohola, te kao jedan od ciljeva navodi podršku aktivnostima usmerenim na stvaranje okruženja u kome mladi odrastaju i u kome su zaštićeni od negativnih posledica konzumacije alkohola. Kao posebno značajne aktivnosti usmerene na zaštitu dece i mladih Program navodi neophodnost edukacije dece i mladih, značajniju redukciju oglašavanja alkoholnih pića, smanjenje dostupnosti alkoholnih proizvoda, razvoj i podršku realizacije posebnih programa namenjenim maloletnicima, mere koje se odnose na prevenciju vožnje pod uticajem alkohola, mere lečenja adolescenata koji imaju problem sa konzumacijom, jačanje institucionalnih kapaciteta, kao i pitanje oporezivanja alkoholnih pića koje direktno utiče na cenu odnosno priuštivost proizvoda. Programom su detektovana sva ključna pitanja efektivne politike kontrole

konzumacije, ali je pitanje implementacije predviđenih aktivnosti ostalo nepoznato imajući u vidu da ne postoje podaci o postizanju planiranih ciljeva tokom prethodnih godina, dok su planirana sredstva za sprovođenje programa u 2018. i 2019. od 2 miliona dinara simbolična imajući u vidu postavljene ciljeve. Uz to, veza Programa sa ostalim dokumentima javnih politika u ovoj oblasti ostaje u velikoj meri neosvetljena i ne ukazuje na to da bi ovaj program mogao predstavljati platformu saradnje različitih aktera u ovoj oblasti. Utisak je da bi donošenje novog sveobuhvatnog programa u formi nacionalne strategije koja bi predvidela jasne i održive mehanizme komunikacije sa ostalim dokumentima javnih politika uključujući Strategiju za mlade, uz definisanje konkretnih zaduženja, odgovornosti, finansiranja i načina koordinacije aktivnosti mogao biti značajan korak unapred kada je u pitanju kontrola potrošnje alkohola kod mladih.

**Zakon o mladima** ("Sl. glasnik RS", br. 50/2011 i 116/2022 - dr. zakon) negovanje zdravih i bezbednih stilova života navodi u okviru specifikacije prioriteta budžetskog finansiranja programa i projekata od javnog interesa u oblastima omladinskog sektora na nacionalnom nivou i nivou jedinica lokalne samouprave (JLS). Zakon dalje referiše na Strategiju za mlade koja definiše mere i indikatore u oblasti unapređivanja zdravlja mladih. U okviru pet strateških ciljeva **Strategije za mlade u Republici Srbiji za period 2023-2030** ("Sl. glasnik RS", br. 9/2023), Poseban cilj 5. - Stvoreni uslovi za zdravo i bezbedno okruženje i socijalno blagostanje mladih i Pokazatelj 1. ishoda eksplicitno se uz ostale štetne proizvode navodi smanjenje udela mladih koji koriste alkohol. Strategija u okviru opisa stanja ističe problem konzumacije alkohola kod mladih pozivajući se posebno na istraživanje **ESPAD** (*European School Survey Project on Alcohol and other Drugs*) iz 2019. godine koje navodi da u kategoriji mladih od 15-16 godina alkohol konzumira 87% ispitanika, što je iznad evropskog proseka od 79%, posebno ukazujući na problem dostupnosti alkohola maloletnicima. Strategija za mlade Republike Srbije 2023–2030 postavlja kao cilj smanjenje udela mladih (uzrasta od 15 do 30 godina) koji konzumiraju alkohol na 25% do kraja strateškog perioda. Kao bazna vrednost uzet je pokazatelj Istraživanja Položaj i potreba mladih u Republici Srbiji (2021),<sup>1</sup> prema kojem 70,8% ispitanih mladih izjavljuje da konzumira alkohol. Ovakva ciljna vrednost ukazuje na ambiciozan, ali neophodan pomak u pravcu unapređenja javnog zdravlja i prevencije rizičnih obrazaca ponašanja među mladima.

Realnost dostizanja ovog cilja svakako je diskutabilna, ne samo imajući u vidu značajan raspon trenutnog i željenog stanja, već i respektujući činjenicu da konzumacija alkohola raste sa starošću posmatrano po analiziranim starosnim grupama (15-19; 20-24; i 25-30). Tako je primera radi, prema istom istraživanju iz 2022. godine udeo mladih od 15-19 godina koji konzumiraju alkohol gotovo 54%, dok u kategorijama 20-24 i 25-30 godina iznosi 66,9% i 76,8%, respektivno. Stoga je za dostizanje ovog cilja potrebno preventivno delovati na mlade koji će do 2030. godine

---

<sup>1</sup> Ministarstvo turizma i omladine. (2021). *Istraživanje položaja i potreba mladih*. <https://mto.gov.rs/tekst/sr/1180/istrazivanja.php>

ući u skupinu mladih preko 15 godina, ali i korektivno na mlade od 15 do 24 godine koji će 2030. godine i dalje biti delom ciljane skupine za koju će biti meren ishod.

Strategijom su definisane mere 5.1 i 5.2 koje se odnose na podršku realizaciji programa koji imaju za cilj razvoj zdravih životnih stilova i unapređenju bezbednosti. Navedene mere su **Akcionim planom za period 2023-2025. godine**<sup>2</sup> pretočene u konkretne aktivnosti. U tom smislu, na pitanje konzumacije alkohola se, uz pitanja koja se odnose na mentalno zdravlje i izgradnje institucionalnih kapaciteta organizacija koje deluju u ovom domenu, direktno odnose sledeće mere:

- Mera 5.1.1.1. Obezbeđenje finansijske podrške za programe informisanja mladih i njihovih roditelja za prevenciju upotrebe na lokalnom nivou.  
Za ovu meru odgovornost snosi Ministarstvo turizma i omladine, sprovodeći predviđene aktivnosti u partnerstvu sa Ministarstvom zdravlja, pokrajinskim i lokalnim nivoima vlasti, učeničkim i studentskim domovima, obrazovnim institucijama i civilnim sektorom. Kao izvor finansiranja za sprovođenje aktivnosti su donatorska sredstva, a rok sprovođenja poslednji kvartal 2025. godine. Ukupan planirani iznos kreće se u periodu 2023-2025. 3,1, 2,4 i 1,8 miliona dinara, respektivno godišnje.
- Mera 5.1.8.3 Unapređenje javnih politika kojima se mladi obezbeđuje zaštita od promocije, oglašavanja i dostupnosti.  
Slično prethodnoj meri, odgovornost je na ministarstvu zaduženom za pitanja omladinske politike, a partnerske institucije uz Ministarstvo zdravlja, JLS, civilni sektor i obrazovne institucije čine i Ministarstvo privrede, Ministarstvo zaduženo za sport i međunarodni partneri. Rok sprovođenja je kraj 2025. godine, a sredstva za finansiranje se prema programskom budžetu – Program 1302 (PA 0005) obezbeđuju iz donatorskih sredstava. Ukupna budžetirana sredstva kreću se respektivno po godinama implementacije od 2,2 miliona dinara u prvoj, do 1,6 miliona dinara u poslednje dve godine.

Od ostalih značajnih zakona potrebno je izdvojiti i **Zakon o zaštiti potrošača** ("Sl. glasnik RS", br. 88/2021) koji u članu 23. zabranjuje prodaju alkoholnih pića maloletnim licima uz relativno skromnu predviđenu kaznu za pravno lice od 50.000 dinara i potencijalnu mogućnost zabrane vršenja određenih delatnosti u periodu od 6 meseci do godinu dana (Član 188. odgovarajućeg zakona). Uprkos jasno definisanoj zakonskoj zabrani, u praksi postoji ozbiljan problem u njenom sprovođenju. Naime, trgovci snose zakonsku odgovornost ukoliko prodaju alkohol licima mlađim od osamnaest godina, ali nemaju zakonsko ovlašćenje da proveravaju identitet kupaca. Pravo da zvanično zahtevaju i proveravaju lična dokumenta imaju isključivo policijski službenici i drugi nadležni organi sa posebnim ovlašćenjima. Ovakva situacija dovodi

---

<sup>2</sup> Ministarstvo turizma i omladine. (2023). *Akcionni plan za mlade 2023–2025 za sprovođenje Strategije za mlade u Republici Srbiji*. [https://mto.gov.rs/extfile/sr/2540/akcioni\\_pl\\_2023-2025\\_za\\_mlade\\_RS\\_2023-2030\\_063\\_cyr.pdf](https://mto.gov.rs/extfile/sr/2540/akcioni_pl_2023-2025_za_mlade_RS_2023-2030_063_cyr.pdf)

do ozbiljnih praktičnih ograničenja, jer prodavac, iako odgovoran, nema pravni mehanizam da utvrdi godine starosti osobe kojoj prodaje alkoholno piće.

Podaci koji su proistekli iz ovog istraživanja ukazuju na to da je uz relativno blagu kaznenu politiku u ovom segmentu, primena zakona veoma upitna s obzirom na podatke o broju izdatih kazni. Naime, Tržišna inspekcija Ministarstva unutrašnje i spoljne trgovine ne prati posebno broj kazni izdatih za prekršaj prodaje, usluživanja i poklanjanja alkoholnih pića licima mlađim od 18 godina. Navedeni prekršaji koji se odnose na član 188. stav 1. Zakona o zaštiti potrošača se prate agregatno za alkoholna pića, duvanske proizvode i pirotehnička sredstva. U periodu 2020-2024. godina izdato je ukupno 416 prekršajnih naloga za navedene prekršaje. Tržišna inspekcija u okviru sistema E-inspektor ne vodi posebne evidencije za svaki od 33 tipa prekršaja koje pokriva navedeni član zakona. Ovo predstavlja indikativan primer nepostojanja obaveze praćenja primene Zakona o zaštiti potrošača što je potrebno u najkraćem roku izmeniti, a posebno imajući u vidu nalaze ove i ranijih studija u vezi sa raspostranjenom konzumacijom alkoholnih pića od strane maloletnih lica. Dostupnost alkoholnih pića maloletnicima moguće je pratiti na osnovu pouzdanih podataka, a podatak o naplaćenim kaznama je svakako jedan od bitnih indikatora koji pokazuje stepen institucionalne efikasnosti u ovom segmentu.

Efikasnost inspeksijskog nadzora u oblasti prodaje i konzumacije alkohola predstavlja važan element u sprovođenju javno-zdravstvenih i regulatornih politika. Preporuke za njegovo unapređenje, razvijene u okviru institucionalnih reformi i strategija za suzbijanje sive ekonomije, ističu potrebu za sveobuhvatnom modernizacijom inspeksijskih procedura. Ključni korak u tom pravcu jeste uvođenje modela zasnovanog na proceni rizika koji omogućava usmeravanje nadzora ka onim subjektima kod kojih postoji veća verovatnoća za nepoštovanje propisa. Uvođenje standardizovanih kontrolnih lista doprinosi većoj transparentnosti i doslednosti u radu inspeksijskih organa. Istovremeno, digitalizacija postupaka putem specijalizovanih platformi omogućava bržu obradu podataka i uspostavljanje direktne veze sa sudskim sistemom, čime se smanjuje administrativno opterećenje i povećava ukupna efikasnost nadzora.

Osim tehničkih unapređenja, važno mesto u reformi zauzima jačanje kapaciteta inspektora kroz specijalizovane obuke, kao i unapređenje međuinstitucionalne saradnje između različitih inspeksijskih tela i sektora unutrašnjih poslova. Posebno se ističu mere usmerene na kontrolu prodaje alkohola maloletnicima, koje uključuju primenu takozvanih „test kupaca“ i pooštavanje kaznene politiku prema pravnim i fizičkim licima koja krše propise. Zajedničkim delovanjem ove mere čine integrisan pristup koji jača sprovođenje zakona i doprinosi smanjenju negativnih zdravstvenih i društveno-ekonomskih posledica prekomerne i konzumacije upotrebe alkohola.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Pravni kutak. (2024). *Prodaja alkohola maloletnicima: Zakonska zabrana i loša praksa u Srbiji*. <https://rkp.rs/prodaja-alkohola-maloletnicima-zakonska-zabrana-i-losa-praksa-u-srbiji>

**Zakon o javnom redu i miru** ("Sl. glasnik RS", br. 6/2016 i 24/2018) u Članu 21. sankcioniše prodaju alkohola maloletnim licima do 16 godina uz propisane simbolične kazne od 20 do 100 hiljada dinara. Pri tome, ovaj zakon je svakako u nesaglasnosti sa Zakonom o zaštiti potrošača koji je restriktivniji jer zabranjuje prodaju licima mlađim od 18 godina.

**Zakon o oglašavanju** ("Sl. glasnik RS", br. 6/2016 i 52/2019) reguliše pitanja oglašavanja prodaje alkohola koja mogu imati negativan uticaj na mlade, uglavnom kroz zabranu eksplicitnog korišćenja mladih kao direktne ciljne grupe. Ipak, ovaj zakon se može smatrati izrazito blagim kada je u pitanju restriktivnost oglašavanja. Mada propisuje zabranu oglašavanja tokom i 10 minuta pre i posle televizijskih emisija, u štampanim medijima, bioskopskim projekcijama i pozorišnim predstavama namenjenim maloletnicima, te zabranjuje oglašavanje na 100 metara vazдушnom linijom od školskih i predškolskih kompleksa, ovaj zakon zapravo omogućava široku vidljivost alkohola maloletnicima na čitav niz načina. Zakonske odredbe blagonaklono gledaju na različite vrste sponzorstava koja podrazumevaju promociju alkoholnih pića na različitim vrstama događaja koje mogu posećivati maloletnici uključujući muzičke koncerte, sportske manifestacije i druge kulturne i zabavne događaje. Dodatno, zabrana oglašavanja alkohola ni na koji način ne uključuje druge vrste objekata u kojima maloletnici provode vreme kao što su omladinski i sportski klubovi, gde je reklamiranje pića sa sadržajem alkohola ispod 20% eksplicitno omogućeno. Ovim zakonom se zabranjuje prikazivanje apstinencije od alkohola u negativnom kontekstu, odnosno navođenje pozitivnih efekata konzumacije alkohola. Dodatno, zakon propisuje obavezno upozorenje zabrane prodaje maloletnicima i upozorenje na odgovornu konzumaciju. Imajući u vidu da najveći broj maloletnika uglavnom slabije koristi tradicionalne štampane i elektronske medije već u značajnoj meri koristi slobodno vreme za praćenje sadržaja na internetu, potrebno je istaći da zakonske odredbe ne tretiraju na odgovarajući način internet oglašavanje. Uz to, restrikcije u vezi sa oglašavanjem alkohola nisu inkorporirane u **Zakon o elektronskim medijima** ("Sl. glasnik RS", br. 92/2023).

**Zakon o akcizama RS** predstavlja jedan od ključnih elemenata kontrole potrošnje alkohola u načelu, a posebno imajući u vidu zaštitu mladih, s obzirom da su prema većini nezavisnih istraživanja cene alkoholnih pića i potrošnja u inverznom kauzalnom odnosu, te da više cene odlažu početak upotrebe alkohola među mlađom populacijom.<sup>4</sup> Istraživanja pokazuju da bi povećanje poreza za 20% moglo dovesti do smanjenja potrošnje alkohola za više od 10%, dok bi u zemljama sa nižim prihodima poreski prihodi mogli biti i tri puta viši.<sup>5</sup> Ovakva fiskalna politika može istovremeno

---

<sup>4</sup> Rehm, J., Neufeld, M., Room, R., Sornpaisarn, B., Štelemėkas, M., Swahn, M. H., & Lachenmeier, D. W. (2022). The impact of alcohol taxation changes on unrecorded alcohol consumption: a review and recommendations. *International Journal of Drug Policy*, 99, 103420.

<sup>5</sup> Killian, C., Lemp, J. M., Llamosas-Falcón, L., i ostali (2023). Reducing alcohol use through alcohol control policies in the general population and population subgroups: A systematic review and meta-analysis. *eClinicalMedicine*, 59, Article 101996. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2023.101996>

smanjiti potrošnju i povećati javne prihode. Prikupljena sredstva mogu se zatim usmeriti na finansiranje zdravstvenih i socijalnih programa.

Često se previđa značaj Zakona o akcizama u kontekstu prevencije potrošnje, a akteri koji imaju određena očekivanja u vezi sa smanjenjem priuštivosti alkohola, a koja direktno proističe iz primene navedenog zakona, nemaju upliv u pitanja akcizne politike koja je u mandatu Ministarstva finansija. Imajući u vidu nezamenljivost cenovnih mera kontrole, svakako je potrebno redefinisati prioritete akcizne politike koja je usmerena isključivo na ostvarenje stabilnih poreskih prihoda ignorišući uštede u društvenim troškovima (uključujući i zdravstvene) do kojih dovodi niža potrošnja. Akciza na jaka alkoholna pića (preko 20% alkohola) iznosi 56.057,29 dinara na osnovicu koju čini jedan hektolitar čistog alkohola meren na temperaturi od 20 °C, a obračunava se tako što se osnovica množi brojem koji označava zapreminu alkohola izraženu u hektolitrima u gotovom proizvodu. Na pića sa nižim udelom alkohola naplaćuje se niži iznosi akciza po litru pića i to: 28,05 din/lit za niskoalkoholna pića koja sadrže više od 1,2% vol alkohola, a najviše 15% vol alkohola, koja se proizvode od voćnih sokova ili osvežavajućih bezalkoholnih pića uz dodatak rafinisanog etil alkohola ili alkoholnih pića ili biljnih ekstrakata ili alkoholnih pića dobijenih putem fermentacije (vina, vina od jabuke - cider, vina od kruške - perry i dr.), i 32,04 din/lit za pivo, niskoalkoholna pića koja sadrže pivo bez obzira na procenat piva koji sadrže i niskoalkoholna pića koja sadrže 5% ili više procenata alkohola. Srbija je 2021. godine prema preporukama EU uskladila akciznu politiku prema žestokim alkoholnim pićima na način da visinu akcize računa prema procentu čistog alkohola, a ne prema vrsti pića čime je ispunila kriterijum sadržan u poglavlju 16 koje se odnosi na oporezivanje.

Uz sve navedene zakonske propise uključujući i opisane manjkavosti i neusaglašenosti, potrebno je istaći da nekoliko zakona koji bi svojoj prirodi trebali uključiti odredbe koje imaju za cilj destimulisanje potrošnje alkohola, ne tretiraju na odgovarajući način ovo pitanje. U te zakone spadaju pre svega Zakon o mladima (2011), Zakon o ugostiteljstvu (2019), Zakon o trgovini (2019), Zakona o elektronskoj trgovini (2019).

### 3.1. Globalni aspekti kontrole potrošnje alkohola među mladima

Politike kontrole alkohola uglavnom se definišu kao javne politike utvrđene odgovarajućim dokumentom (zakon, strategija, pravilnik, uredba, itd.) donešene od strane organa javne vlasti, koje u fokusu imaju vezu između alkohola, javnog zdravlja i društvenog blagostanja.<sup>6</sup> Prema svojoj suštini i usled činjenice da se donose od strane organa javne vlasti, one podrazumevaju da se kao primarni cilj javne politike definiše interes društva, što istovremeno podrazumeva odsustvo interesa industrije i

---

<sup>6</sup> Babor, T. F., Casswell, S., Graham, K., Huckle, T., Livingston, M., Österberg, E., ... & Sornpaisarn, B. (2022). *Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy*. Oxford University Press.

sa njom povezanih zagovaračkih grupa.<sup>7</sup> Specifičnost definisanja efektivnih kontrolnih politika u vezi sa potrošnjom alkohola ogleda se između ostalog i u činjenici da alkohol predstavlja jedinu psihoaktivnu supstancu koja nije kontrolisana na međunarodnom nivou kroz pravno obavezujuće dokumente, kao što je to, primera radi, slučaj sa duvanom koji SZO reguliše kroz Okvirnu konvenciju o kontroli duvana (FCTC) donetoj 2003. godine. Ipak, neophodnost ograničavanja potrošnje nesumnjivo je prepoznata u velikom broju globalnih dokumenata i preporuka od kojih je veliki broj inkorporiran u nacionalne dokumente uz izražen varijabilitet u vezi sa striktnošću, načinima primene i implementacijom. SZO predstavlja vodećeg globalnog aktera koji od 50-ih godina 20. veka pruža aktivnu podršku borbi protiv potrošnje alkohola i redukovanja povezanih negativnih efekata. S obzirom da potrošnja alkohola kao toksične supstance koja izaziva zavisnost uzrokuje oko 3 miliona smrti godišnje<sup>8</sup> uz brojne povezane negativne zdravstvene i socio-ekonomske posledice, neophodnost institucionalnog odgovora na problem potrošnje je evidentna.<sup>9</sup> Nakon decenija različitih vidova podrške 2010. godine SZO usvaja **Global Strategy for Reducing the Harmful Use of Alcohol** koji se smatra krovnim dokumentom u oblasti kontrolnih politika potrošnje alkohola i kao takav predstavlja osnovu kreiranja nacionalnih pristupa rešavanju ovog problema. Strategija definiše 10 ključnih prioriteta u okviru kojih Vlade mogu delovati usvajanjem odgovarajućih politika baziranih na naučnim saznanjima. U ove prioritete spadaju:<sup>10</sup>

- Liderstvo, svest i posvećenost;
- Odgovor zdravstvenih službi;
- Akcija zajednice;
- Politike i kontramere u vezi sa vožnjom pod dejstvom alkohola;
- Dostupnost alkohola;
- Marketing alkoholnih pića;
- Politike cena;
- Smanjenje negativnih posledica pijenja i alkoholne intoksikacije;
- Smanjenje uticaja ilegalnog alkohola i neformalno proizvedenog alkohola na javno zdravlje;
- Praćenje i nadzor.

Nakon osam godina od donošenja Strategije SZO, konstatujući odsustvo napretka u smanjenju globalne potrošnje alkohola po glavi stanovnika, uz nedovoljno jasno specifikovane indikatore i ciljeve,<sup>11</sup> SZO donosi SAFER inicijativu. Cilj ove inicijative predstavlja podrška članicama SZO u ostvarenju ciljeva Strategije iz 2010. godine i

---

<sup>7</sup> Berdzuli, N., Ferreira-Borges, C., Gual, A., & Rehm, J. (2020). Alcohol control policy in Europe: Overview and exemplary countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8162

<sup>8</sup> Babor, T. F., Casswell, S., Graham, K., Huckle, T., Livingston, M., Österberg, E., ... & Sornpaisarn, B. (2022). *Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy*. Oxford University Press.

<sup>9</sup> McCambridge, J., & Lesch, M. (2024). Are we moving into a new era for alcohol policy globally? An analysis of the Global Alcohol Action Plan 2022-30. *BMJ Global Health*, 9(2), e014246.

<sup>10</sup> World Health Organization. (2010). *Global strategy to reduce the harmful use of alcohol*. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/44395>

<sup>11</sup> Room R. (2021). Global Intergovernmental initiatives to minimise alcohol problems: some good intentions, but little action. *European Journal of Risk Regulation*, 12(2), 419–32.

drugih dokumenata koji podrazumeva borbu protiv nezaraznih bolesti, kao i cilja 3.5 UN Agende održivog razvoja (SDG cilj 3.5 - Jačanje prevencije i lečenje zloupotrebe supstanci, uključujući zloupotrebu narkotičnih droga i štetnu upotrebu alkohola). Pozivajući se na rezultate naučnih istraživanja, SAFER u fokusu ima troškovno najefikasnije intervencije, takozvane “*best buys*” koje uključuju:<sup>12</sup>

- Povećanje restrikcija u vezi sa dostupnošću alkohola;
- Unapređenje i primena mera protiv vožnje pod uticajem alkohola;
- Olakšanje pristupa skriningu, kratkim intervencijama i lečenju;
- Sprovođenje zabrana ili sveobuhvatnih ograničenja reklamiranja, sponzorstva i promocije alkohola;
- Podizanje cena alkoholnih pića putem akciza i cenovnih politika.

Shvatajući neophodnost konkretizacije ciljeva, indikatora i specifičnih akcija u vezi sa Strategijom, izvršni odbor SZO donosi 2022. godine **Akcioni plan za implementaciju Strategije za period 2022-2030. godina (GAAP)**. Plan prepoznaje ulogu pojedinih aktera uključujući vladine i nevladine, i definiše vezu između prioriternih komponenti i drugih značajnih globalnih dokumenata uključujući i UN Strategiju održivog razvoja. Kao poseban motiv za donošenje Akcionog plana istaknuta je nedovoljno strukturirana borba protiv aktivnosti usmerenih na promociju alkoholnih pića, targetiranje mladih i adolescenata, kao i činjenica da postojeći resursi i kapaciteti SZO i pojedinih članica ne odgovaraju srazmeri zdravstvenog i društvenog izazova koji je potrebno rešavati. Akcioni plan strukturiran je u šest prioriternih oblasti:<sup>13</sup>

- Oblast delovanja 1: Sprovođenje strategija i intervencija sa visokim uticajem;
- Oblast delovanja 2: Zastupanje, svest i posvećenost;
- Oblast delovanja 3: Partnerstvo, dijalog i koordinacija;
- Oblast delovanja 4: Tehnička podrška i izgradnja kapaciteta;
- Oblast delovanja 5: Proizvodnja znanja i informacioni sistemi;
- Oblast delovanja 6: Mobilizacija resursa.

Pitanje potrošnje alkohola od strane dece i adolescenata posebno je apostrofirano u okviru Oblasti 2. u kontekstu podizanja svesti donosilaca odluka i šire javnosti, posebno u zemljama kod kojih je visoka potrošnja normalizovana. U tom smislu, ističe se da su mladi disproportionalno pogođeni efektima potrošnje alkohola uz činjenicu da se 13,5% svih smrti populacije od 20 do 39 godine u 2016. godini može dovesti u vezu sa konzumacijom alkohola.<sup>14</sup> Iako je u godinama pre donošenja Akcionog plana potrošnja od strane mladih smanjena u mnogim evropskim zemljama, kao izuzetak se navode posebno ranjive grupacije mladih. U okviru Oblasti 2. navodi se značaj

<sup>12</sup> World Health Organization. (2018). *SAFER: A world free from alcohol-related harm*. World Health Organization. <https://www.who.int/initiatives/SAFER/about>

<sup>13</sup> World Health Organization Regional Office for Europe. (2020). *Alcohol pricing in the WHO European Region: Update report on the evidence and recommended policy actions*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/10665-336159>

<sup>14</sup> Isto.

podrške mladima u cilju zaštite od pritiska društva da počnu sa konzumacijom i sprečavanje inicijacije. Dodatno, u svetlu izdvajanja resursa (Oblast 6), navodi se neophodnost većih izdvajanja za programe javnog zdravlja, između ostalog sa ciljem očuvanja zdravlja dece.

Kada su u pitanju politike koje se sprovode u širem okruženju (zemlje EU), kontrola potrošnje alkohola prepoznata je kao izrazito značajna decenijama unazad, znatno pre donošenja Strategije SZO 2010. godine. **European Charter on Alcohol** donet je 1995. godine od strane EU ogranka SZO, dok je u Švedskoj 2001. godine održana Ministarska konferencija koja je bila posebno posvećena mladima i alkoholu. Politike kontrole širom EU mogu se oceniti kao veoma raznolike uz primedbu da je najslabiji napredak zabeležen upravo u takozvanim “*best buy*” politikama koje SZO ističe kao najefektivnije, dok je i u slučaju primene ovih politika upitno da li su one primenjene prema definiciji i način preporučene od strane SZO. Primera radi, oporezivanje kao jedna od “*best buy*” politika, iako se primenjuje u svim posmatranim zemljama, u samo trećini podrazumeva eksplicitno usaglašavanje sa inflacijom i rastom dohodaka što dovodi u pitanje uticaj na smanjenje priuštivosti.<sup>15</sup>

Ukoliko se analiziraju ključni elementi kontrolnih politika na nivou EU, mogu se izvući sledeće zaključci:

- **Oporezivanje i cenovna politika** – uz izuzetak nekoliko zemalja politike oporezivanja nisu primenjivane na način da smanje priuštivost što ima direktan uticaj na potrošnju alkohola mladih. Ključni element poreske politike predstavljaju akcize na alkoholna pića, mada se u pojedinim zemljama primenjuje i mera propisivanja cenovnog minimuma. Akcizna politika EU definisana je dvema direktivama – Direktiva **92/83/EEC** dopunjena Direktivom **2020/1151** koja se primenjuje od 2022. godine propisuje strukturu akciza, kategorije alkohola i alkoholnih pića koja su predmet akcizne politike i način računanja akciznog opterećenja. Direktiva **92/84/EEC** definiše minimum stopa koji se mora primenjivati u zemljama EU uz slobodu zemalja članica da primene više stope. Direktiva je trenutno u procesu evaluacije. Prema datoj direktivi trenutne akcize po proizvodima su za sledeće proizvode:
  - Pivo – 0,748 eur po hektolitr po stepenu “plato” ili 1,87 eur po hektolitr po stepenu jačine alkohola);
  - Vino – nulta stopa;
  - Međuproizvodi (npr. Port ili šeri) – 45 eur po hektolitr proizvoda;
  - Jaka alkoholna pića – 550 eur po hektolitr čistog alkohola.

U načelu, postoje dve vrste akciza na alkoholna pića koje se mogu primenjivati, specifične akcize i ad-valorem akcize. Specifične akcize se baziraju na količini alkohola ili zapremini samog proizvoda. Istraživanja pokazuju bolju efektivnost akciza

---

<sup>15</sup> World Health Organization Regional Office for Europe. (2020a). *Policy in action: A tool for measuring alcohol policy implementation*. <https://www.who.int/publications/i/item/10665-336159>

koje se baziraju na količini alkohola (*alcohol-content-based-specific*) s obzirom da one smanjuju jaz u cenama pića različitog kvaliteta i time destimulišu prelazak na jeftinija pića. Drugi tip specifične akcize se bazira na zapremini proizvoda (*volume-based specific*) i smatra se lakšim za administriranje, ali podstiče proizvođače da proizvode alkoholna pića sa većim procentom alkohola kao odgovor na porast poreza. *Ad-valorem* akcize su ređe u evropskoj praksi. One se baziraju na ceni proizvoda, i kao njihov nedostatak navodi se mogućnost da proizvođač lakše upravlja cenom proizvoda, kvalitetom i koncentracijom alkohola kao odgovor na povećanje poreza.

Prema podacima studije SZO<sup>16</sup> koja analizira poresku u politiku i priuštivost alkoholnih pića koristeći podatke iz 2022. godine, najveći broj zemalja primenjuje akciznu politiku na pivo i žestoka alkoholna pića, dok 14 zemalja primenjuje nultu stopu na vino. Pri tome, zemlje EU se prilikom oporezivanja žestokih pića po pravilu oslanjaju na specifičnu akcizu koja se bazira na procentu alkohola. Pivo je takođe uglavnom oporezovano po istom principu pri čemu nekoliko zemalja koristi i drugi tip akcize koja se bazira na zapremini proizvoda (npr. Holandija, Norveška, Portugal). Kada je u pitanju vino, sa izuzetkom Islanda i Norveške koje primenjuju akcizu na procenat alkohola, ostale zemlje ili primenjuju akcizu na bazi zapremine proizvoda ili nultu stopu. Srbija je svoju akciznu politiku kada je u pitanju obračunavanje visine akciza uskladila sa preporukama EU na način da na pivo primenjuje specifičnu akcizu koja se obračunava po količini pića (po litru), dok se na žestoka pića primenjuje iznos akcize koji zavisi od procenta alkohola.

Kada je u pitanju visina akciznog i poreskog opterećenja, kao što je istaknuto, najveći broj zemalja EU nije sprovodio poresku politiku na način da kroz smanjenje priuštivosti destimuliše potrošnju. Porezima su najviše opterećena žestoka alkoholna pića i pivo. Poresko i akcizno opterećenje na žestoka alkoholna pića iznosilo je 51% i 33% ukupne cene prosečno na nivou EU u 2022. godini respektivno, dok su pivo i vino opterećeni sa 29% (ukupno) i 11% (akcizno), odnosno 22% (ukupno) i 4% (akcizno). U Srbiji ne postoje zvanični uporedivi podaci o udelu poreza i akciza u prosečnoj ceni alkoholnih pića. Prema podacima EUROSTAT<sup>17</sup> za 2023. godinu koji pokazuju relativnu cenu alkohola u zemljama EU (EU = 100), korigovanu za indeks kupovne moći, Srbija spada u red zemalja srednje priuštivosti (Tabela 1).

**Tabela 1. Cenovni indeks hrane, pića i duvanskih proizvoda po zemljama EU za 2023. godinu**

Zemlja	HFC E	Hran a	Bezalkoholna pića	Alkoholna pića	Duva n
Švajcarska	173,7	159,8	139,2	157,0	135,4
Island	157,5	142,3	129,3	286,8	181,1

<sup>16</sup> World Health Organization - Regional Office for Europe. (2025). *Alcohol taxes, prices and affordability in the WHO European Region in 2022*. <https://www.who.int/europe/publications/i/item/9789289061940>

<sup>17</sup> Eurostat. (2023). *Comparative price levels of consumer goods and services*. European Commission. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative\\_price\\_levels\\_of\\_consumer\\_goods\\_and\\_services](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative_price_levels_of_consumer_goods_and_services)

Zemlja	HFC E	Hrana	Bezalkoholna pića	Alkoholna pića	Duvan
Danska	<b>145,1</b>	121,5	134,6	128,9	129,0
Irska	137,1	111,3	<b>140,2</b>	204,8	<b>259,7</b>
Luksemburg	134,0	<b>125,4</b>	120,6	104,5	84,0
Finska	124,4	110,9	127,0	213,3	156,6
Norveška	124,2	128,4	141,9	232,8	214,6
Belgija	117,4	103,6	109,1	117,0	128,3
Holandija	117,0	97,4	121,9	101,4	129,2
Švedska	114,3	106,7	106,5	146,0	102,8
Francuska	112,2	110,9	97,7	102,8	192,7
Austrija	111,7	111,2	104,8	89,1	92,3
Nemačka	108,5	103,4	102,2	86,6	116,6
EA20	104,6	103,2	100,1	98,5	107,5
Estonija	100,9	106,4	114,8	136,5	82,0
Italija	97,8	103,7	<b>82,0</b>	<b>85,7</b>	87,3
Kipar	93,0	103,8	104,8	120,5	73,7
Češka	92,7	96,6	95,6	97,0	97,0
Španija	91,4	94,3	101,6	91,6	81,5
Malta	91,0	108,4	127,1	128,9	86,5
Slovenija	89,5	99,4	105,9	108,9	74,2
Portugal	86,7	102,1	116,3	113,5	87,3
Grčka	85,7	102,5	112,8	154,4	72,7
Slovačka	83,8	81,6	89,5	90,4	77,6
Litvanija	82,1	101,6	126,9	124,5	78,5
Letonija	82,0	104,2	128,1	135,6	79,4
Hrvatska	74,7	98,7	128,9	120,4	68,6
Mađarska	73,9	98,1	104,2	98,8	83,0
Poljska	67,4	81,4	92,7	99,4	61,4
Srbija	65,3	93,8	102,2	108,6	51,6
Albanija	65,2	91,9	115,2	143,9	43,9
Crna Gora	62,1	82,1	105,7	123,8	43,6
Rumunija	61,1	74,3	85,9	92,6	84,7
Bugarska	<b>59,2</b>	86,8	107,8	107,4	49,1
Bosna i Hercegovina	58,0	84,9	91,9	89,5	50,4
Severna Makedonija	54,0	72,5	81,4	97,4	37,1
Turska	43,4	70,8	83,1	187,3	24,1
<b>Koeficijent varijacije</b>					
EA20	17,6	8,0	12,6	28,8	44,1

**Napomena:** zemlje su raspoređene prema ukupnom nivou cena za krajnju potrošnju domaćinstava, što je prikazano u prvoj koloni. Zasenčena polja označavaju najviše i najniže indekse nivoa cena (PLI) među svih 36 učesnika.

Najviši i najniži PLI za svaku grupu proizvoda među 27 država članica EU označeni su **boldirano**.

Izvor: Eurostat (šifra onlajn baze podataka: prc\_ppp\_ind)

Poreska politika prema većini dostupnih nezavisnih istraživanja<sup>1819</sup> ima ključan uticaj u destimulisanju potrošnje i samim tim izbegavanju negativnih posledica po pojedince i društvo. Studija SZO na primeru zemalja sa niskim poreskim opterećenjem kao što su Gruzija, Nemačka i Portugal potvrdila je da primenom agresivnije poreske politike (povećanje udela poreza za 10 procentnih poena ili simulacije povećanja cena za 10%) dolazi do značajnih efekata po zdravlje stanovništva, smanjenje stopa oboljevanja i smrtnosti, ali i rasta poreskih prihoda. Porast maloprodajnih cena od 10%, uz ranijim istraživanjima ocenjenu elastičnost tražnje od oko -0,4, doveo bi do pada potrošnje za oko 4% u zavisnosti od specifičnih faktora u vezi sa zemljom posmatranja (kulturni obrasci i stavovi prema alkoholu, preferencije potrošnje pojedinih proizvoda, nivo ilegalne potrošnje, necenovne mere i dr.). Uz populaciju sa nižim dohotkom, mlađa populacija bi imala posebne koristi od snažnijeg oporezivanja jer niža priuštvošć utiče na trenutak inicijacije, ali i dostupnost alkohola mladima.

Uz oporezivanje, tokom prethodnih godina sve veću pažnju dobija još jedna mera cenovne politike kojom se propisuje **minimum cene za određena alkoholna pića**. Ova mera ima za cilj da destimuliše potrošnju najjeftinijih alkoholnih pića koja uglavnom konzumiraju osobe slabije platežne moći i osobe koje imaju problem sa alkoholizmom. Za razliku od poreza, ova mera ne dovodi do porasta fiskalnih prihoda već do porasta profita proizvođača. Ona istovremeno ima uticaj na prodaju alkoholnih pića van mesta gde se ona mogu konzumirati (barovi). Mera se može primeniti na dva načina. Prvi način podrazumeva definisanje minimalne cene po proizvodu, dok je drugi način definisan minimalnom cenom po procentu alkohola i stoga ima za cilj da smanji prodaju pića sa većim udelom alkohola. Ovu meru od evropskih zemalja primenjuju Irska, Škotska i Vels i to kroz uspostavljanje minimalne cene na procenat alkohola za sva alkoholna pića. Nakon početka primene ove mere, cene alkoholnih pića u Škotskoj su porasle za oko 7.9% u proseku. Od ostalih razvijenih zemalja meru cenovnog minimuma primenjuje Kanada. Stockwell i dr. (2012)<sup>20</sup> su utvrdili da je uvođenje ove mere cenovne politike imalo pozitivne efekte kroz smanjenje potrošnje, smrti povezanih sa alkoholom i prijema u bolnicu usled konzumacije.

- **Dostupnost** – u skladu sa preporukama SZO najveći broj zemalja EU koristi različite mere (fizičkog) ograničavanja prodaje alkohola. Ove mere uglavnom imaju za cilj da onemoguće industriju da alkohol učini primamljivim kroz prodaju u određenim za to pogodnim prilikama (npr. sportski ili muzički događaji) ili određenim ciljnim grupama (npr. mladi). Postoji niz različitih mera koje se primenjuju po zemljama, ali je ukupno posmatrano progres u ovom segmentu

---

<sup>18</sup> Guindon GE, Zhao K, Fatima T, Garasia S, Quinn N, Baskerville NB et al (2022). Prices, taxes and alcohol use: a systematic umbrella review. *Addiction*, 117(12), 3004–3023. <https://doi.org/10.1111/add.15966>

<sup>19</sup> Manthey, J., Gobiņa, I., Isajeva, L., Neneman, J., Reile, R., Štelemėkas, M., i ostali. (2024). The impact of raising alcohol taxes on government tax revenue: Insights from five European countries. *Applied Health Economics and Health Policy*, 22(3), 363–374. <https://doi.org/10.1007/s40258-024-00873-5>

<sup>20</sup> Stockwell, T., Zhao, J., Giesbrecht, N., i ostali. (2012). The raising of minimum alcohol prices in Saskatchewan, Canada: Impacts on consumption and implications for public health. *American Journal of Public Health*, 102, e103–e110.

relativno nepromenjen u prethodnih desetak godina.<sup>21</sup> Najčešće korišćena mera uključuju onemogućavanje prodaje maloletnim licima, zabrana prodaje na događajima koje posećuju deca i adolescenti, zabrana prodaje u određenim vremenskim intervalima, zabrana prodaje žestokih alkoholnih pića na različitim kulturnim i sportskim manifestacijama, zabrana prodaje u blizini mesta u kojima borave deca, itd. Kao primer dobre prakse u ovom smislu često se navodi Litvanija koja je suočavajući se sa problemom prekomerne potrošnje podigla prag prodaje sa 18 na 20 godina, ograničila prodaju van mesta gde se alkoholna pića mogu konzumirati (*off-premise purchase*) na interval od 10 ujutru do 8 uveče u periodu ponedeljak – subota i od 10 ujutru do 3 popodne nedeljom.<sup>22</sup> Slovenija je ograničila prodaju pića sa udelom alkohola većim od 15% na sportskim manifestacijama jedan sat pre i tokom trajanja događaja.<sup>23</sup> Problem primene mera ograničavanja prodaje postaje sve više izražen usled rasta e-trgovine.<sup>24</sup> Stoga bi kreatori politika imajući u vidu ovaj trend trebali da u što većoj meri destimulišu ovaj vid potrošnje. Ograničavanje prodaje alkohola je veoma značajno kao mera zaštite mladih što je potvrđeno brojnim istraživanjima koja između ostalog pokazuju da povećanje starosnog limita nesumnjivo utiče na smanjenje potrošnje osoba ispod starosnog limita,<sup>25</sup> a prema pojedinim autorima i na potrošnju čitave populacije.<sup>26</sup> Dodatno, gustina prodajnih mesta i njihova blizina mestima na kojima mladi provode svoje vreme takođe je direktno povezana sa učestalošću prekomernog opijanja.<sup>27</sup> Ipak, iako mnoge zemlje među kojima je i Srbija imaju usvojene mere ograničavanja dostupnosti, osiguravanje njihove primene predstavlja veliki izazov i kritični element efektivnosti.<sup>28</sup> Zato je uz donošenje odgovarajućih mera potrebno istovremeno raditi na jačanju institucionalnih kapaciteta kontrole, jačanju svesti ostalih aktera od kojih zavisi implementacija i propisati oštre kazne za kršenje.

- **Ograničavanje marketinga i reklamiranja** – u većini zemalja primenjuju se različite vrste zabrana marketinga alkoholnih pića koje između ostalog uključuju onemogućavanje prikazivanja reklama u terminima i emisijama koje su namenjene deci i adolescentima, zabrane predstavljanja alkoholnih pića u pozitivnom kontekstu, zabrane reklamiranja na manifestacijama koje posećuju

---

<sup>21</sup> Berdzuli, N., Ferreira-Borges, C., Gual, A., & Rehm, J. (2020). Alcohol control policy in Europe: Overview and exemplary countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8162.

<sup>22</sup> Rehm, J., Anderson, P., Manthey, J., Shield, K. D., Struzzo, P., Wojnar, M., & Gual, A. (2016). Alcohol use disorders in primary health care: What do we know and where do we go? *Alcohol and Alcoholism*, 51, 422–427.

<sup>23</sup> Berdzuli, N., Ferreira-Borges, C., Gual, A., & Rehm, J. (2020). Alcohol control policy in Europe: Overview and exemplary countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8162.

<sup>24</sup> Pellechia, T. (2020). Online alcohol sales grew in 2019, yet all is not rosy. *Forbes*.

<sup>25</sup> Wagenaar, A. C., & Toomey, T. L. (2002). Effects of minimum drinking age laws: Review and analyses of the literature from 1960 to 2000. *Journal of Studies on Alcohol, Supplement*(14), 206–225.

<sup>26</sup> Subbaraman, M., & Kerr, W. (2013). State panel estimates of the effects of the minimum legal drinking age on alcohol consumption, 1950–2002. *Alcohol: Clinical and Experimental Research*, 37, e291–6.

<sup>27</sup> Young, R., Macdonald, L., & Ellaway, A. (2013). Associations between proximity and density of local alcohol outlets and alcohol use among Scottish adolescents. *Health & Place*, 19(1), 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.10.003>

<sup>28</sup> Paschall, M. J., Grube, J. W., Thomas, S., Cannon, C., & Treffers, R. (2012). Relationships between local enforcement, alcohol availability, drinking norms, and adolescent alcohol use in 50 California cities. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 73(4), 657–665.

deca, zabrane reklamiranja pića sa procentom alkohola iznad određenog limita, obavezu informisanja potrošača o negativnim efektima, itd. Maloletnici su posebno ranjivi kada su u pitanju marketinške kampanje u vezi sa alkoholnim pićima što za posledicu ima brojne negativne ishode uključujući zdravstvene, obrazovne, karijerne, socijalne, porodične, itd.<sup>29</sup> Brojna istraživanja pokazuju da mladi koji su izloženi marketingu industrije ranije počinju sa konzumacijom, imaju pozitivnije stavove prema konzumiranju alkohola i koriste ga u većoj meri.<sup>30</sup> Marketing kampanje se sprovode putem različitih tehnika koristeći sve dostupne medije uključujući događaje, prodajna mesta, tradicionalne elektronske medije (televizija, radio) ili moderne elektronske (npr. društvene mreže). Zhang (2012) ističe da mlada osoba u Kini koja dva sata dnevno gleda televiziju u večernjim terminima u proseku vidi 900 reklama alkoholnih pića godišnje,<sup>31</sup> dok je na primeru mladih na Novom Zelandu identifikovano da pozitivni stavovi mladih od 18 godina starosti prema reklamama alkoholnih pića predstavljaju solidan prediktor potrošnje piva nakon 3 godine.<sup>32</sup> Internet i društvene mreže predstavljaju poseban izazov kada je u pitanju ograničavanje reklamiranja jer vlade imaju problem da prate tehnološke promene u digitalnim medijima za razliku od industrije, internet operatera i marketinških agencija. Ipak, sama izloženost reklamama ima manji uticaj u kontekstu kasnijih rizičnih ponašanja u odnosu na konkretnu interakciju koja proističe iz izloženosti i odnosi se na deljenje sadržaja, komentarisanje, odgovaranje na pitanja, itd.<sup>33</sup> Generalno, Berdzuli (2020)<sup>34</sup> navodi da je u većini zemalja EU progres u ovom segmentu kontrolnih politika nezadovoljavajući, posebno u kontekstu društvenih mreža putem kojih se zabrane marketinga lakše zaobilaze.

- **Mere usmerene na visoko rizične grupe** – osobe sklone neumerenom konzumiranju. Za razliku od drugih aspekata kontrole, zemlje EU pokazuju dobre rezultate kada je u pitanju mere usmerene na rešavanje problema osoba koje se suočavaju sa problemima prekomernog opijanja i posledicama izazvanim konzumiranjem.<sup>35</sup> U tom smislu, treba istaći skrining, momentalne

---

<sup>29</sup> McCreanor, T., Lyons, A., Griffin, C., Goodwin, I., Barnes, H. M., & Hutton, F. (2013). Youth drinking cultures, social networking and alcohol marketing: Implications for public health. *Critical Public Health*, 23(1), 110–120.

<sup>30</sup> Jernigan, D. H. (2010). The extent of global alcohol marketing and its impact on youth. *Contemporary Drug Problems*, 37(1), 57–89.

<sup>31</sup> Zhang J. (2012). Alcohol advertising in China. In *Non-government Organization Meeting on Alcohol Policy, 24 September 2004, Auckland, New Zealand*. Auckland: Asia Pacific Alcohol Policy Alliance.

<sup>32</sup> Wyllie, A., Zhang, J. F., & Casswell, S. (1998). Positive responses to televised beer advertisements associated with drinking and problems reported by 18- to 29-year-olds. *Addiction*, 93(5), 749–760.

<sup>33</sup> McCreanor, T., Moewaka Barnes, A., Goodwin, I., Carah, N., Young, J., Spicer, J., & Lyons, A. C. (2025). Alcohol marketing on social media: young people's exposure, engagement and alcohol-related behaviors. *Addiction Research & Theory*, 33(3), 161-171.

<sup>34</sup> Berdzuli, N., Ferreira-Borges, C., Gual, A., & Rehm, J. (2020). Alcohol control policy in Europe: Overview and exemplary countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8162

<sup>35</sup> World Health Organization Regional Office for Europe. (2020a). *Policy in Action: A Tool for Measuring Alcohol Policy Implementation*. <https://iris.who.int/handle/10665/349924>

intervencije i tretmani alkoholičara, iako se navodi da postoje određeni izazovi u vezi sa integriranjem ovih mera podrške u primarnu zdravstvenu zaštitu.<sup>36</sup>

- **Mere usmerene na okruženje (edukacija, kontrole ilegalne potrošnje, itd.)** – ove mere svoju popularnost duguju činjenici da nemaju direktne oponente za razliku od primera radi oporezivanja.<sup>37</sup> Obrazovanje mladih u vezi sa štetnošću alkohola i kontrola ilegalne potrošnje stvaraju utisak da državne institucije brinu o stanovništvu i interesima društva. Ove mere su ponekad usmerene na specifične ciljne grupe sa ciljem promene ponašanja i lečenja posledica (alkoholičari) ili prevencije (maloletnici). Ipak, postoji rizik da u njihovom sprovođenju učešće uzme i industrija što bi kompromitovalo legitimitet sprovedenih mera, potencijalno umanjili efekti i stvorila percepcija o proizvođačima alkoholnih pića kao društveno odgovornim subjektima.

Analiza dobrih praksi ukazuje da se najveća efektivnost postiže kombinovanom primenom svih dostupnih mera uz poseban fokus na takozvane “*best buy*” prakse SZO. U tom smislu, često se kao primer zemlje koja je u relativno kratkom roku uspela da smanji potrošnju alkohola uključujući i mlade navodi Litvanija. Tokom 2017/18. godine, Litvanija je u periodu kraćem od jedne godine sprovela sledeće politike: povećanje akciza na pivo i vino za više od 100%, što je bilo povezano sa porastom cena od 29%, odnosno 1%; povećanje akciza na etil alkohol za više od 20% (što je bilo povezano sa povećanjem cene litvanske vodke za 14%; povećanje zakonske minimalne starosne granice za kupovinu i konzumaciju alkohola sa 18 na 20 godina, uz strožija pravila sprovođenja; kao i potpuna zabrana reklama na televiziji, radiju i internetu.<sup>38</sup> Tokom 2017. godine, smrtnost od svih uzroka kod oba pola i u svim starosnim grupama smanjena je za 4,8%, iznad očekivanih sekularnih trendova.<sup>39</sup>

Početak jula ove godine, SZO je nastavljajući aktivnosti na borbi protiv nezaraznih bolesti donela novu inicijativu „3 by 35“.<sup>40</sup> Ovom inicijativom se nastavlja podrška zemljama članicama da u svetlu rastućeg javnog duga i ograničene dostupnosti međunarodnih izvora finansiranja sprovede politike pojačanog oporezivanja duvanskih proizvoda, alkohola i zaslađenih pića kao najefektivnije dostupne politike kontrole. Kroz direktnu podršku vladama u sprovođenju politika koje imaju za cilj smanjenje potrošnje štetnih proizvoda, obezbeđenje dodatnih prihoda za finansiranje politika očuvanja javnog zdravlja i razvoja, i jačanje političke podrške ovom procesu, SZO doprinosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja. Ova inicijativa bi trebalo da dovede

---

<sup>36</sup> Rehm, J., Anderson, P., Manthey, J., Shield, K. D., Struzzo, P., Wojnar, M., & Gual, A. (2016). Alcohol use disorders in primary health care: What do we know and where do we go? *Alcohol and Alcoholism*, 51(4), 422–427.

<sup>37</sup> Berdzuli, N., Ferreira-Borges, C., Gual, A., & Rehm, J. (2020). Alcohol control policy in Europe: Overview and exemplary countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8162

<sup>38</sup> Isto.

<sup>39</sup> Štelemėkas, M., Manthey, J., i ostali (2021). Alcohol control policy measures and all-cause mortality in Lithuania: An interrupted time-series analysis. *Addiction*, 116(10), 2673–2684. <https://doi.org/10.1111/add.15470>

<sup>40</sup> World Health Organization. (2025). *WHO launches bold push to raise health taxes and save millions of lives*. <https://www.who.int/news/item/02-07-2025-who-launches-bold-push-to-raise-health-taxes-and-save-millions-of-lives>

do prikupljanja dodatnih 1 trilion dolara u narednih 10 godina čime bi se otvorio značajan fiskalni prostor za preventivne mere i rešavanje posledica prekomerne potrošnje, a koji bi bio obezbeđen na teret industrije i potrošača.

Na osnovu sprovedene analize može se konstatovati da je borba protiv potrošnje alkohola kod mladih, kao deo kontrolnih politika koje targetiraju čitavu populaciju, izrazito kompleksna i zahteva saradnju velikog broja institucija. Uz mere koje se odnose na celu populaciju, zakonska rešenja posebno usmerena na mlade podrazumevaju ograničavanje pristupa mladim alkoholnim pićima kroz utvrđivanje i sprovođenje minimalne zakonske starosne granice za konzumaciju alkohola i ograničavanjem gustine prodajnih mesta i njihovog radnog vremena. Pored zakonskih mera, dodatne intervencije, koje se mogu sprovesti i lokalno, predstavljaju kratke intervencije i lečenja koja mogu sprečiti ili smanjiti konzumaciju alkohola kod populacija pod posebnim rizikom, mere edukacije, šire društvene kampanje, itd. U takve mere ubrajaju se i one sa ciljem suzbijanja vožnje pod dejstvom alkohola, uključujući politiku „nulte tolerancije“ i nasumična testiranja kojima se smanjuje i broj saobraćajnih nesreća.<sup>41</sup>

## 4. Šteta povezana sa alkoholom

Alkoholizam kao najčešći oblik bolesti zavisnosti povezan je sa brojnim ozbiljnim posledicama koje značajno utiču na zdravlje pojedinaca. Među najvažnijim negativnim ishodima su povećan rizik od saobraćajnih i drugih nesreća, nasilje, porodični konflikti, kao i razvoj hroničnih bolesti, uključujući oboljenja jetre i kardio-vaskularne poremećaje. Iako neka istraživanja ukazuju da umerena konzumacija alkohola može biti povezana sa smanjenim rizikom od određenih zdravstvenih problema,<sup>42 43</sup> učestala i veća konzumacija alkohola značajno povećava verovatnoću oboljevanja. Ipak, zvaničan stav SZO koji se bazira na velikom broju kompleksnih i metodološki dobro utemeljenih istraživanja je da ne postoji bezbedna količina alkohola, odnosno da svaka konzumacija sa sobom donosi određenu dozu rizika.<sup>44</sup> Posebno zabrinjavajuća su brojna naučna saznanja koja potvrđuju uzročno-posledičnu vezu između alkohola i razvoja specifičnih vrsta karcinoma, kao što su karcinomi grkljana, jednjaka, jetre,

---

<sup>41</sup> World Health Organization. (2015). *Young people and alcohol: A resource book*. WHO Regional Office for the Western Pacific. <https://iris.who.int/handle/10665/208202>

<sup>42</sup> O'Keefe, J. H., Bhatti, S. K., Bajwa, A., DiNicolantonio, J. J., & Lavie, C. J. (2014, March). Alcohol and cardiovascular health: The dose makes the poison... or the remedy. *Mayo Clinic Proceedings*, 89(3), 382–393. Elsevier.

<sup>43</sup> Stockwell, T., Zhao, J., Panwar, S., Roemer, A., Naimi, T., & Chikritzhs, T. (2016). Do “moderate” drinkers have reduced mortality risk? A systematic review and meta-analysis of alcohol consumption and all-cause mortality. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 77(2), 185–198.

<sup>44</sup> World Health Organization. (2023). *No level of alcohol consumption is safe for our health*. <https://www.who.int/europe/news/item/04-01-2023-no-level-of-alcohol-consumption-is-safe-for-our-health>

debelog creva, rektuma i dojke.<sup>45</sup> Važno je istaći da su ovi rizici izrazito veći kod žena u poređenju sa muškarcima, što dodatno naglašava potrebu za specifičnim javno-zdravstvenim intervencijama i prevencijom.<sup>46</sup>

Prema podacima SZO (2024) oko 400 miliona ljudi na globalnom nivou, odnosno 7% svetske populacije starije od 15 godina živi sa poremećajem izazvanim konzumiranjem alkohola, dok je njih 209 miliona (3,7% odraslih) zavisno od te supstance. Samo tokom 2019. godine od štetne upotrebe alkohola umrlo je 2,6 miliona ljudi širom sveta. Posebnu zabrinutost izaziva činjenica da su mladi ljudi najviše pogođeni. U starosnoj grupi od 20 do 39 godina čak 13% svih smrtnih slučajeva bilo je direktno povezano sa zloupotrebom alkohola.<sup>47</sup>

Globalni podaci dobijaju dodatnu težinu kada se posmatraju u kontekstu Srbije gde je konzumacija alkohola duboko ukorenjena u tradiciji, običajima i svakodnevnom životu. Zbog toga se konzumacija alkohola često ne percipira kao rizično ponašanje, već kao društveno prihvatljiva norma. Ovakav kulturna norma dodatno otežava razgraničavanje između umerene i štetne upotrebe alkohola čime se povećava rizik od normalizacije problema, posebno među mladima. SZO (2024) navodi da je potrošnja alkohola u Srbiji među najvišima u regionu, pri čemu se posebno ističe visoka stopa konzumacije među muškarcima. Još više zabrinjava činjenica da su i mladi sve više izloženi uticaju i uključeni u obrasce redovne upotrebe alkohola. Istraživanje položaja i potreba mladih u Republici Srbiji<sup>48</sup> iz 2023. godine, udeo mladih uzrasta od 15 do 30 godina koji konzumiraju alkohol iznosi oko 70%. Poseban razlog za zabrinutost predstavlja učestalo rano započinjanje konzumacije kao i epizodno prekomerno pijenje koje se javlja već u srednjoškolskom uzrastu. Podaci iz 2024. godine ukazuju na to da čak 57% dece uzrasta od 15 do 16 godina pije alkohol, pri čemu su razlike u učestalosti između dečaka i devojčica minimalne. U poređenju sa 2011. godinom, zabeležen je porast od 5%<sup>49</sup> što jasno ukazuje na pogoršanje trenda i sve veću potrebu za osmišljenim preventivnih politikama usmerenih na zaštitu mladih.

Alkohol predstavlja značajan faktor rizika po javno zdravlje, a procenjuje se da je odgovoran za 3,2% ukupne smrtnosti u populaciji Srbije nezavisno od neposrednog uzroka smrti. Na grafikonu ispod prikazano je kretanje stope smrtnosti usled uzroka povezanih sa alkoholom u Srbiji u periodu od 2012. do 2022. godine, izraženo na 100.000 stanovnika. Tokom posmatranog perioda primećen je postepen pad stope,

---

<sup>45</sup> Roerecke, M., & Rehm, J. (2014). Alcohol consumption, drinking patterns, and ischemic heart disease: a narrative review of meta-analyses and a systematic review and meta-analysis of the impact of heavy drinking occasions on risk for moderate drinkers. *BMC Medicine*, 12, 182. <https://doi.org/10.1186/s12916-014-0182-6>

<sup>46</sup> Marinković, I. (2020). Estimates of alcohol-related mortality in Serbia (2016-2018). *Stanovništvo*, 58(1), 89–111. <https://doi.org/10.2298/STNV2001089M>

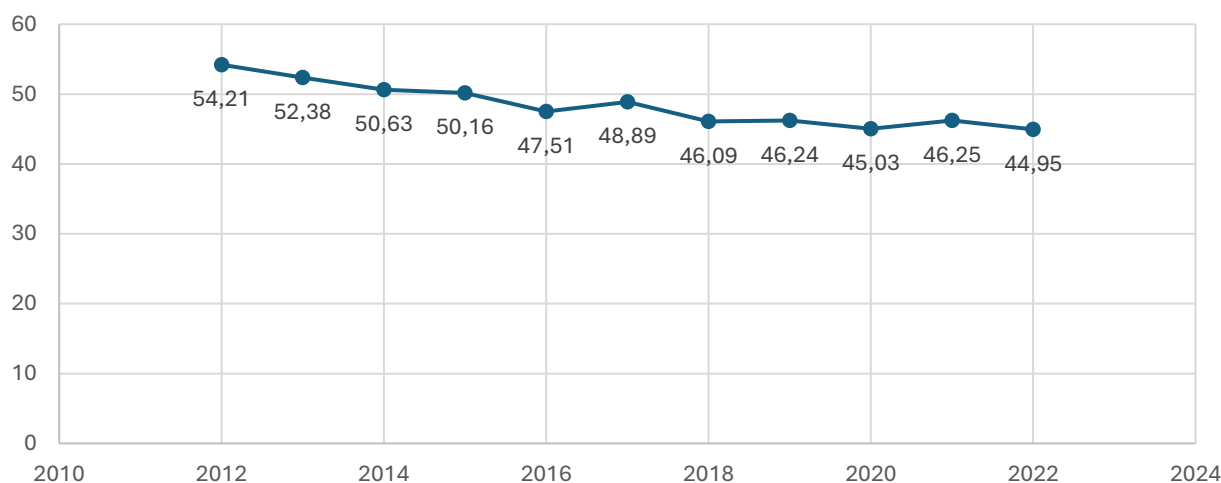
<sup>47</sup> World Health Organisation. (2024). *Alcohol. Fact sheet*. WHO. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>

<sup>48</sup> Ministarstvo trgovine Republike Srbije. (2024). *Istraživanje o stavovima i navikama potrošača u vezi sa upotrebom alkoholnih pića*. <https://mto.gov.rs/extfile/sr/7971/Istrazivanje112024.pdf>

<sup>49</sup> European Union Drugs Agency. (2024). ESPAD 2024 key findings. [https://www.euda.europa.eu/publications/data-factsheets/espac-2024-key-findings\\_en](https://www.euda.europa.eu/publications/data-factsheets/espac-2024-key-findings_en)

sa 54,21 slučaja na 100.000 stanovnika u 2012. godini na 44,95 u 2022. godini što predstavlja ukupno smanjenje od približno 10 procentnih poena. Najizraženiji pad zabeležen je u prvoj polovini decenije (2012–2016), dok 2022. godina donosi najnižu vrednost u analiziranom periodu potvrđujući opšti silazni trend.

**Grafik 1. Stopa smrtnosti usled uzroka povezani sa alkoholom, na 100.000 stanovnika, Republika Srbija**



Izvor: SZO<sup>50</sup>

Ovakvo promena mogu ukazivati na povećanu efikasnost javnozdravstvenih intervencija, promene u obrascima konzumacije alkohola, kao i na širi uticaj društvenih i zdravstvenih faktora. Ipak, uprkos padu stopa smrtnosti povezana sa alkoholom i dalje je visoka u poređenju sa razvijenijim zemljama, što ukazuje na potrebu za kontinuiranim unapređenjem preventivnih mera i politika usmerenih na očuvanje zdravlja stanovništva.

**Tabela 2. Zdravstvene posledice konzumiranja alkohola**

Pokazatelj	Ukupno	Muškarci	Žene
Smrtnost koja se može pripisati alkoholu (%)	3,2	5,6	0,8
Broj smrtnih slučajeva koji se mogu pripisati alkoholu	3.703	3.259	443
Broj smrtnih slučajeva uzrokovanih alkoholom na 100.000 stanovnika	25,5	48,1	6,4
Udeo smrtnih slučajeva koji se mogu pripisati alkoholu za ukupne godine života izgubljene zbog bolesti, invaliditeta ili preuranjene smrti	5,0	7,9	1,9

<sup>50</sup> World Health Organization Regional Office for Europe. SDR, selected alcohol-related causes, per 100 000. European Health Information Gateway. <https://gateway.euro.who.int/en/indicators/hfa-475-5060-sdr-selected-alcohol-related-causes-per-100-000/>

Ukupne godine života izgubljenih zbog bolesti, invaliditeta ili preuranjene smrti koji se mogu pripisati alkoholu	162.902	133.723	29.179
---	---------	---------	--------

Izvor: SZO

Pored stope smrtnosti dodatnu dimenziju problema otkrivaju i podaci o ukupnom gubitku zdravih godina života, koji jasno pokazuju dugoročne posledice štetne upotrebe alkohola na zdravlje domaćeg stanovništva. Alkohol je odgovoran za 5% svih izgubljenih zdravih godina života u Srbiji, pri čemu je taj udeo kod muškaraca gotovo četiri puta veći (7,9%) nego kod žena (1,9%). U apsolutnim brojevima ukupno se gubi 162.902 godine zdravog života godišnje zbog posledica prekomerne upotrebe alkohola, od toga preko 82% tog podatka odnosi se na muškarce (133.723 godine).<sup>51</sup>

Štetna upotreba alkohola, čak i kada ne preraste u zavisnost, ima ozbiljne posledice po društvo u celini. Prema podacima Centra za kontrolu trovanja Vojnomedicinske akademije (VMA) u Beogradu za 2023. godinu akutna alkoholisanost (intoksikacija etil alkoholom) bila je najčešći razlog dovođenja pacijenta. Zabeleženo je ukupno 2.785 pregleda zbog ove vrste trovanja, što predstavlja 54,1% svih slučajeva. Ova pojava značajno češće pogađa muškarce kojih je bilo 2.117 (76,1%), dok je broj žena iznosio 668 (23,9%). Starosna grupa od 41 do 65 godina najviše je bila zastupljena sa 1.105 pacijenata (39,6%), dok je broj alkoholisanih maloletnika iznosio 280, odnosno 10% svih slučajeva vezanih za alkohol.<sup>52</sup>

U slučajevima trovanja alkoholom veoma mali procenat pacijenata je zahtevao hospitalizaciju. Prema dostupnim podacima svega 0,1% pacijenata sa intoksikacijom alkoholom bili su hospitalizovani. To ukazuje na činjenicu da se većina ovih stanja mogla uspešno zbrinuti u okviru ambulantne opservacije, uz primenu simptomatske terapije bez potrebe za dužim bolničkim lečenjem.

Tokom 2023. godine u Odeljenju za toksikološku hemiju Centra za kontrolu trovanja Vojnomedicinske akademije obavljeno je ukupno 17.733 toksikoloških analiza. Alkohol je identifikovan kao uzročni agens u 27,8% svih analiziranih uzoraka što ukazuje na njegovu visoku zastupljenost. Analize su sprovedene po zahtevima različitih organizacionih jedinica VMA, pripadnika Vojske Srbije, brojnih civilnih institucija, ali i na osnovu ličnih zahteva građana.

Ovi podaci dobijaju dodatnu težinu kada se sagledaju u kontekstu konkretnih rizika po javnu bezbednost, među kojima se vožnja pod dejstvom alkohola izdvaja kao posebno ozbiljan problem koji ostavlja dugoročne posledice po zdravlje i bezbednost građana. Prema podacima Ministarstva unutrašnjih poslova Srbije tokom 2024. godine vozači pod dejstvom alkohola izazvali su 3.336 saobraćajnih nezgoda, u kojima su 83 osobe

<sup>51</sup> World Health Organization. (2024). *Global status report on alcohol and health and treatment of substance use disorders*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240083616>

<sup>52</sup> Vojnomedicinska akademija, Centar za kontrolu trovanja. (2023). *Godišnjak Centra za kontrolu trovanja*. <http://www.vma.mod.gov.rs/godisnjak-ckt-2023.pdf>

izgubile život, 553 su teško povređene, a 1.779 lakše.<sup>53</sup> Međutim, stvarne posledice ovakvih nesreća daleko prevazilaze brojeve. One se ne zadržavaju samo na direktnim žrtvama, već pogađaju i njihove porodice i širu društvenu zajednicu. Dugotrajno i skupo lečenje povređenih, odsustvovanje sa posla, gubitak prihoda, smanjena radna sposobnost i produktivnost samo su neki od efekata koji stvaraju značajan ekonomski teret. Istovremeno, raste pritisak na zdravstveni i socijalni sistem, dok su posledice kada je reč o porodičnim odnosima i društvenim vezama često duboke i dugotrajne. Kod pojedinaca koji često konzumiraju alkohol mogu se javiti problemi sa emocionalnom stabilnošću, uključujući razdražljivost, nervozu, neobjašnjive promene raspoloženja, tugu i bezvoljnost. Prekomerno pijenje često je povezano sa agresivnim ponašanjem, kao što su krađe, tuče i druga krivična dela.

#### 4.1. Ekonomski trošak konzumiranja alkohola

Konzumiranje alkohola predstavlja značajan ekonomski teret na globalnom nivou, što je potvrđeno u brojnim istraživanjima.<sup>54</sup> Nivo potrošnje alkohola u jednoj zemlji predstavlja važan pokazatelj stanja javnog zdravlja jer stope obolevanja i smrtnosti povezane sa alkoholom uglavnom rastu sa porastom ukupne potrošnje i opadaju kada se potrošnja smanjuje.<sup>55</sup>

Procena ekonomskih troškova povezanih sa upotrebom alkohola ima višestruki značaj, budući da se koristi u formulisanju javnih politika, planiranju i proceni isplativosti intervencija usmerenih na smanjenje negativnih posledica konzumacije alkohola. Međutim, procenu ukupnih troškova konzumiranja alkohola otežavaju brojni metodološki izazovi, a dobijene vrednosti variraju u zavisnosti od korišćene metodologije, o čemu su detaljnije analize pružene u nastavku studije.<sup>56</sup>

Ukupni ekonomski troškovi povezani sa konzumacijom alkohola mogu se izražavati kao bruto ili neto trošak. Bruto trošak uključuje sve negativne posledice koje alkohol ima na društvo, dok se kod neto troška u obzir uzimaju i mogući pozitivni efekti, kao što su prihodi od poreza na alkohol ili doprinos industrije alkohola zapošljavanju i privredi. Ti pozitivni efekti se zatim oduzimaju od ukupne sume kako bi se dobila realnija slika troškova. Do sada je sprovedeno nekoliko studija koje su, koristeći različite metodologije, pokušale da procene ekonomske posledice povezane sa konzumacijom alkohola. Meta-analize ovih studija pružaju širi uvid u razmere problema i doprinose boljem razumevanju njegove složenosti. Da bi se ekonomske posledice konzumacije alkohola sagledale na adekvatan način neophodno je jasno

---

<sup>53</sup> Ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Srbije. (2024). *Pojačana kontrola saobraćaja – alkohol i psihoaktivne supstance*. <https://www.mup.gov.rs/wps/portal/sr/aktuelno/saopštenja/38bfb805-35c2-4bba-b2b9-66c254ae1d96>

<sup>54</sup> Institute of Alcohol Studies. (2003). Alcohol misuse: How much does it cost? <https://www.ias.org.uk/uploads/pdf/Economic%20impacts%20docs/costi%20uk.pdf>

<sup>55</sup> Nastasić, A. (2011). *Ekonomski pristup problemu alkoholizma*. Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu. <https://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/BZ-eko-pristup-alkhlzm-Nastasic-sent.pdf>

<sup>56</sup> Thavorncharoensap, M., Teerawattananon, Y., Yothasamut, J., Lertpitakpong, C., & Chaikledkaew, U. (2009). The economic impact of alcohol consumption: A systematic review. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 4, Article 20. <https://doi.org/10.1186/1747-597X-4-20>

razlikovati privatne troškove i koristi od onih koje snosi ili doživljava šira zajednica, odnosno eksternih efekata.<sup>57</sup> Ova distinkcija nije samo teorijskog karaktera, već ima direktne implikacije na oblikovanje javnih politika, budući da država ima legitimitet da interveniše isključivo u onim sferama gde pojedinačno ponašanje proizvodi posledice po druge ljude ili širu zajednicu. Privatni troškovi predstavljaju finansijske i nefiskalne izdatke koje neposredno snosi konzument alkohola. U ovu kategoriju spadaju:

- potrošnja alkoholnih pića;
- individualni troškovi lečenja zdravstvenih posledica konzumacije;
- uvećane premije zdravstvenog osiguranja;
- pravni troškovi u slučaju počinjenih delikata pod uticajem alkohola.

S druge strane, privatne koristi od konzumacije alkohola odnose se na lična i subjektivna iskustva pojedinca, pre svega na osećaj zadovoljstva, odnosno hedonistički efekat, kao i na socijalne koristi koje nastaju kroz percipirano lakše uključivanje u društvene situacije. Iz ugla ekonomske teorije minimalna vrednost tih koristi može se proceniti na osnovu cene koju je potrošač spreman da plati za određenu količinu alkohola, pod uslovom da se ponaša racionalno i da je svestan odnosa između ličnih troškova i koristi.

Za razliku od privatnih, eksterni troškovi nastaju onda kada posledice konzumacije alkohola prevazilaze granice lične odgovornosti i utiču na druge pojedince ili na društvo u celini. Ovi troškovi se najčešće manifestuju kroz:

- saobraćajne nezgode izazvane vožnjom pod dejstvom alkohola, koje za sobom povlače povrede, smrtne ishode i troškove hitne pomoći;
- nasilje i kriminalna ponašanja u alkoholisanom stanju;
- učestalije korišćenje javnih zdravstvenih usluga, koje se finansiraju iz budžeta;
- smanjenu radnu produktivnost, česta bolovanja i opšti pad efikasnosti na radnom mestu, što utiče na poslodavce i kolege.

Pojedini autori navode i na postojanje eksternih koristi,<sup>58</sup> kao što je uloga alkohola u podsticanju društvene i poslovne interakcije, pri čemu se alkohol posmatra kao svojevrsni socijalni katalizator. Ipak, ovakvi efekti su teško merljivi i u velikoj meri zavise od subjektivnog tumačenja. Ukupno posmatrano, gotovo da ne postoji relevantno istraživanje koje osporava činjenicu da bi čak i ako postoje, koristi po nacionalnu ekonomiju bile zanemarljive u odnosu na štetu koja upotrebom proističe.

U kontekstu javno-zdravstvene i ekonomske politike, eksterni troškovi zauzimaju centralno mesto. Iako se priznaje značaj privatnih troškova i koristi, polazi se od

---

<sup>57</sup> Institute of Alcohol Studies. (2003). Alcohol misuse: How much does it cost? <https://www.ias.org.uk/uploads/pdf/Economic%20impacts%20docs/costi%20uk.pdf>

<sup>58</sup> Dunbar, R.I.M., Launay, J., Wlodarski, R. i ostali. Functional Benefits of (Modest) Alcohol Consumption. *Adaptive Human Behavior and Physiology* 3, 118–133 (2017). <https://doi.org/10.1007/s40750-016-0058-4>

pretpostavke da ih pojedinac već uzima u obzir prilikom donošenja odluka o konzumaciji alkohola. Nasuprot tome, negativne eksternalije predstavljaju oblik tržišnog neuspeha jer njihove posledice izlaze izvan okvira lične odgovornosti i pogađaju širu zajednicu. Upravo zbog toga javne intervencije, poput poreza na potrošnju alkohola, ograničenja prodaje ili informativnih kampanja, imaju za cilj da ublaže ove negativne posledice, slično kao što je slučaj sa regulacijom ekoloških zagađenja ili zaštitom od pasivnog pušenja.

Prema dostupnim meta studijama koje su u obzir uzele metodološki utemeljena istraživanja o troškovima potrošnje alkohola u pojedinim zemljama, i čiji pristup bi se mogao primeniti u Srbiji, ističu se sledeći ključni nalazi. Ekonomski trošak potrošnje alkohola kreće se u rasponu od 0,45% do 5,44% BDP.<sup>59</sup> Iako izuzetno značajni i intuitivno lakše razumljivi, direktni troškovi su prema pojedinim autorima niži u odnosu na troškove izgubljene produktivnosti. Primera radi, Manthey i dr. (2021) navode da troškovi izgubljene produktivnosti u proseku iznose preko 61% ukupnih troškova.<sup>60</sup> Premda zavise od nacionalno specifičnih okolnosti, karakteristika potrošnje i zdravstvenog sistema, direktni zdravstveni troškovi nisu zanemarljivi i prema istraživanju OECD iznose u proseku oko 2,4% ukupnih zdravstvenih troškova, a u pojedinim zemljama su značajno veći.<sup>61</sup>

Srbija još uvek nema pouzdane procene ekonomskih i drugih troškova koji su posledica potrošnje alkohola. Kao pripremu za donošenje sveobuhvatne strategije kontrole potrošnje alkohola u Srbiji koja bi kao jedan od prioriteta imala i zaštitu mladih, potrebno je sprovesti detaljnu cost-benefit analizu koja bi pružila odgovore na ključna pitanja koja se odnose na ekonomske, zdravstvene i sveukupne društvene posledice trenutnog stanja. U tom smislu, potrebno je izvršiti procenu ukupnih direktnih troškova (npr. zdravstveni troškovi, troškovi prevencije, troškovi povezani sa kriminalom, troškovi gubitka ili oštećenja imovine, administrativni troškovi, troškovi socijalnih usluga, itd.), indirektnih troškova (npr. troškovi prerane smrti, izgubljene produktivnosti, gubitka posla, nesposobnosti za rad, itd.) i nematerijalnih troškova (npr. smanjenje zadovoljstva životom). Dodatno, posebne sektorske studije pružile bi odgovor na pitanje u kojoj meri je konzumacija alkohola uticala na lošije ishode u vezi sa obrazovanjem, karijerom i položajem na tržištu rada (oportunitetni trošak), kao i na povećanje stope kriminala, različitih oblika nasilja i saobraćajnih prestupa.

---

<sup>59</sup> Thavorncharoensap, M., Teerawattananon, Y., Yothasamut, J., Lertpitakpong, C., & Chaikledkaew, U. (2009). The economic impact of alcohol consumption: a systematic review. *Substance abuse treatment, prevention, and policy*, 4(1), 20.

<sup>60</sup> Manthey, J., Hassan, S. A., Carr, S., Kilian, C., Kuitunen-Paul, S., & Rehm, J. (2021). What are the economic costs to society attributable to alcohol use? A systematic review and modelling study. *Pharmacoeconomics*, 39(7), 809-822.

<sup>61</sup> OECD. (2021), Preventing Harmful Alcohol Use. OECD Health Policy Studies. <https://doi.org/10.1787/6e4b4ffb-en>.

## 5. Uloga i karakteristike alkoholne industrije u ekonomiji Srbije

Proizvodnja alkoholnih pića u RS obuhvata niz međusobno povezanih sektora, uključujući primarnu poljoprivrednu proizvodnju, prehrambenu industriju i trgovinu. Kao polazna osnova za analizu ovog sektora mogu poslužiti podaci o potrošnji alkoholnih pića na nivou domaćinstava. Prema podacima Eurostata u 2023. godini potrošnja domaćinstava na alkoholna pića u Srbiji iznosila je 1,5% bruto domaćeg proizvoda (BDP), dok je učešće ovih izdataka u ukupnoj potrošnji domaćinstava dostiglo 2,4%.<sup>62</sup> Međutim, važno je istaći da se navedeni podaci odnose isključivo na potrošnju u okviru domaćinstava, te ne uključuju konzumaciju ostvarenu u ugostiteljskim objektima. Imajući to u vidu može se pretpostaviti da je stvarni uticaj troškova konzumiranja alkohola na budžet domaćinstva značajno veći od prikazanog.

To dodatno podupire pretpostavku da potrošnja alkohola ima značajan uticaj na snižavanje kvaliteta života kroz smanjenje raspoloživog budžeta za druga dobra kao što su hrana, higijena, obrazovanje, putovanja, itd. Efekat istiskivanja koji potrošnja ima na nivou domaćinstva utiče na značajno opadanje životnog standarda i već je potvrđen na primeru potrošnje duvanskih proizvoda u Srbiji.<sup>63</sup>

Važan aspekt analize čini razmatranje načina na koji ovaj sektor utiče na druge privredne delatnosti i tržište rada što predstavlja značajan argument industrije prilikom osporavanja kontrolnih politika, što nije karakteristično samo za Srbiju već predstavlja globalnu praksu. Industrija alkoholnih pića u velikoj meri se zasniva na poljoprivrednoj proizvodnji, budući da se veliki deo sirovina, poput žitarica, grožđa i drugih vrsta voća obezbeđuje iz domaćih izvora. Ipak, ovo ne sme biti izgovor za odsustvo sistematične borbe za smanjenje potrošnje. Interes društva treba postaviti na način da se prvo obezbede prioriteta javnog zdravlja, a posebno zdravlja mladih kao temelja održivog razvoja. Tek nakon toga se kreatori politika mogu baviti partikularnim interesima koji se odnose saniranje eventualno negativnih efekata striktnijih kontrolnih politika na industriju, zaposlenost i povezane ekonomske sektore uključujući poljoprivredu. Ovakav pristup dominantan je i na nivou EU kroz odgovarajuće dokumente koji u kontekstu održivog razvoja daju primat javnom zdravlju.<sup>64</sup>

Prema podacima RZS prerađivačka industrija je na kraju 2024. godine zapošljavala 21,5% ukupne radne snage RS. Proizvodnja pića učestvuje sa 1,8% u ukupnoj zaposlenosti prerađivačke industrije. Međutim, kada se posmatra samo sektor

---

<sup>62</sup> Eurostat. (2025). *Household final consumption expenditure by purpose (COICOP 2018)* [Data set]. Eurostat. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/nama\\_10\\_cp18\\_custom\\_17019593/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/nama_10_cp18_custom_17019593/default/table?lang=en)

<sup>63</sup> Vladislavljevic, M., Zubović, J., Jovanovic, O., & Đukić, M. (2024). Crowding-out effect of tobacco consumption in Serbia. *Tobacco Control*, 33(Suppl 2), s88-s94.

<sup>64</sup> European Commission (2021), Europe's Beating Cancer Plan. [https://health.ec.europa.eu/system/files/2022-02/eu\\_cancer-plan\\_en\\_0.pdf](https://health.ec.europa.eu/system/files/2022-02/eu_cancer-plan_en_0.pdf)

proizvodnje pića ona čini 37,4% ukupne zaposlenosti u okviru proizvodnje pića odnosno zapošljava ukupno 3.256 lica.<sup>65</sup>

**Tabela 3. Struktura zaposlenosti u industriji alkoholnih pića, 2024. godina**

Kategorija	Broj zaposlenih	Učešće	Napomena
<b>Ukupna zaposlenost</b>	2.319.535	100%	-
<b>Prerađivačka industrija</b>	497.939	21,5%	Učešće prerađivačke industrije u ukupnoj zaposlenosti
<b>Proizvodnja pića</b>	8.717	1,8%	Učešće proizvodnje pića u prerađivačkoj industriji
<b>Proizvodnja alkoholnih pića</b>	3.256	37,4%	Učešće proizvodnje alkoholnih pića u proizvodnji pića

Izvor: Republički zavod za statistiku

U okviru sektora proizvodnje alkoholnih pića Republike Srbije posebno se izdvaja pivarska industrija. Predvođena velikim međunarodnim kompanijama ova industrijska grana oslanja se na tradiciju dugu više od tri veka i danas predstavlja jednu od najsistematičnije razvijenih oblasti unutar prehrambeno-prerađivačkog sektora. Podaci iz javno objavljenih finansijskih izveštaja Agencije za privredne registre za tri vodeće pivarske kompanije u Srbiji ukazuju na visok stepen tržišne koncentracije, s obzirom na to da ove firme zajedno kontrolišu 97,5% domaćeg tržišta piva.<sup>66</sup> Najveći tržišni udeo ostvaruje *Heineken Srbija* (35,6%) uz najvišu neto dobit, dok *Carlsberg Srbija* i *Apatin Pivara* beleže nešto niže tržišne udele što se može videti iz tabele koja sledi.

**Tabela 4. Moć velikih proizvođača alkoholnih pića - Glavne pivarske kompanije u Srbiji**

Kompanija	Broj zaposlenih	Poslovni prihod (€)	Neto dobit (€)	Tržišno učešće
Heineken Srbija	421	133.723.115	22.558.605	35,6%
Carlsberg Srbija	521	123.003.138	6.264.954	32,8%
Apatin Pivara	613	109.061.991	2.345.863	29,1%

Izvor: APR

Na osnovu prezentovanih podataka jasno se vidi da je ekonomska snaga industrije alkohola veoma velika, te da postojeće poslovno okruženje, tražnja potrošača i relativno blage politike kontrole za posledicu imaju ostvarivanje značajnih profita. Na

<sup>65</sup> Republički zavod za statistiku Srbije. Potrošnja alkoholnih pića u domaćinstvima [Podaci]. Data Stat. <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/240203?languageCode=sr-Cyrl>

<sup>66</sup> Agencija za privredne registre Republike Srbije. (n.d.). *Pretraga evidencije obveznika finansijskih izveštaja*. <https://fin.apr.gov.rs/JavnaPretraga>

ostvarivanje visokih profita utiču i brojni drugi faktori, među kojima se izdvajaju niža efektivna stopa poreza na dohodak u poređenju sa drugim tržištima, izražene razlike u tržišnim udelima koje umanjuju konkurenciju, kao i ograničena pregovaračka moć domaćih maloprodajnih lanaca. Uprkos dominantnoj poziciji velikih proizvođača, poslednjih godina zabeležen je rast broja malih zanatskih pivara, iako njihov tržišni udeo ostaje skroman na nivou od oko 2%.<sup>67</sup> Pored pivarske industrije značajan segment proizvodnje alkoholnih pića u Srbiji čini i proizvodnja jakih alkoholnih pića. Od početka registracije proizvođača prema Zakonu o jakim alkoholnim pićima ("Sl. glasnik RS", br. 92/2015)<sup>68</sup> Srbija beleži značajan rast broja registrovanih proizvođača u ovom sektoru. Prema podacima Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede na kraju 2024. godine je registrovano ukupno 687 proizvođača jakih alkoholnih pića.<sup>69</sup>

Savez proizvođača rakije Srbije navodi da na kraju 2024. godine među voćnim rakijama u ukupnoj proizvodnji dominira šljivovica sa udelom od 60%. Slede dunjevača sa 15%, kajsijevača i kruškovača sa po 10%, dok ostale voćne rakije čine preostalih 5%.<sup>70</sup> Pored voćnih rakija, značajnu proizvodnju čine i ostala jaka alkoholna pića, među kojima prednjače vinjak, travarica, liker, džin i drugi proizvodi. Pored registrovanih proizvođača u Srbiji je prisutan i značajan broj fizičkih lica, pretežno iz Rasinskog, Šumadijskog, Moravičkog i Zlatiborskog okruga, koja rakiju proizvode za sopstvene potrebe, što predstavlja dugotrajan običaj duboko ukorenjen u ruralnim sredinama. Tradicionalno, većina seoskih domaćinstava koristi sopstvene voćnjake za proizvodnju rakije, najrasprostranjenijeg domaćeg voćnog proizvoda. Pozitivne trendove beleži i razvoj vinskog sektora. Na kraju 2024. godine registrovano je ukupno 497 proizvođača vina namenjenih prometu. Od tog broja 112 vinarija nosi oznaku geografskog porekla sa ukupno 450 vina.<sup>71</sup> Ekonomska aktivnost industrije alkoholnih pića prevazilazi okvire domaćeg tržišta i predstavlja značajan izvor deviznih priliva putem izvoza. Srbija se na međunarodnom tržištu, osim kao proizvođač piva, sve više afirmiše i kao proizvođač kvalitetnih vina i rakija, čime ovaj sektor doprinosi jačanju izvozne baze i internacionalizaciji domaćih brendova. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku tokom 2024. godine Srbija je izvezla alkoholna pića u vrednosti od 147.902,3 hiljada evra, dok je vrednost uvoza iznosila 90.786,3 hiljada evra,<sup>72</sup> što je rezultiralo značajnim spoljnotrgovinskim suficitom (Grafik 2).

---

<sup>67</sup> Agencija za privredne registre Republike Srbije. (n.d.). *Finansijski izveštaji II kvartal 2025* [Podaci]. <https://fin.apr.gov.rs/JavnaPretraga>

<sup>68</sup> Zakon o jakim alkoholnim pićima ("Sl. glasnik RS", br. 92/2015). Paragraf.rs. <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-jakim-alkoholnim-picima.html>

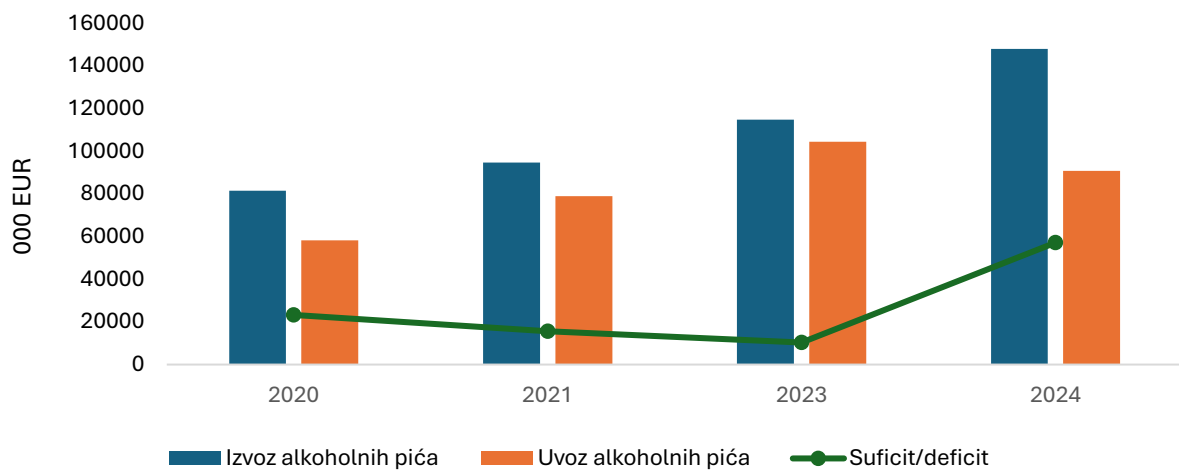
<sup>69</sup> Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije. (n.d.). Spisak registrovanih aktivnih proizvođača jakih alkoholnih pića [PDF]. <https://www.minpolj.gov.rs/spisak-registrovanih-aktivnih-proizvodjaca-jakih-alkoholnih-pica/>

<sup>70</sup> Savez proizvođača rakije Srbije. (n.d.). Zvanična veb-stranica Saveza proizvođača rakije Srbije. <https://savezrakija.rs/>

<sup>71</sup> Privredna komora Srbije – Udruženje za biljnu proizvodnju i prehrambenu industriju, Grupacija za vinogradarstvo i vinarstvo. (2025). *Beograd: Privredna komora Srbije*.

<sup>72</sup> Republički zavod za statistiku Srbije. (n.d.). Izvoz i uvoz, po robnim grupama SMTK, rev. 4 [Podaci]. <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl>

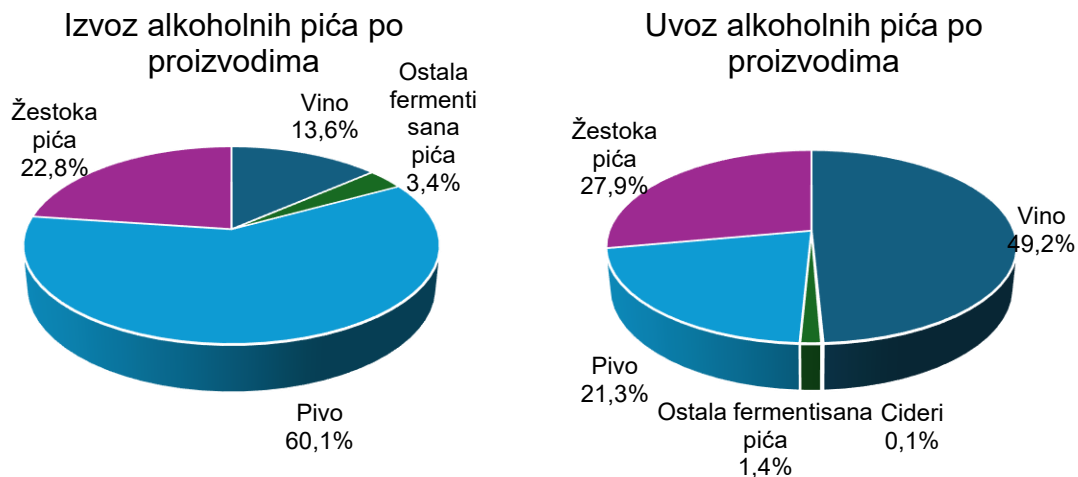
**Grafik 2. Spoljnotrgovinska razmena alkoholnih pića, 2020-2024., u 000 EUR**



Izvor: Republički zavod za statistiku

Posmatrano po grupama proizvoda, pivo je imalo najveći udeo u ukupnom izvozu alkoholnih pića iz Srbije u 2024. godini, sa oko 60%, dok su sledeći po udelu bili žestoka pića (22,8%), vino (13,6%) i fermentisana pića (3,4%). S druge strane, u strukturi uvoza, vino je imalo dominantan udeo od 49,2%, dok su žestoka pića činila 27,9%, a pivo 21,3%. Uvoz fermentisanih pića bio je zanemariv, sa udelom od samo 1,4% (Grafik 3).

**Grafik 3. Izvoz i uvoz alkoholnog pića u Srbiji**



Izvor: Republički zavod za statistiku

Potrebno je istaći da gore istaknuta profitabilnost i izvozne performanse omogućavaju industriji da sprovodi veoma intenzivne marketinške kampanje koje u slučaju nepostojanja odgovarajućih institucionalnih ograničenja dodatno utiču na percepciju potrošača uključujući i mlade. Finansiranje aktivnosti usmerenih na stvaranje imidža

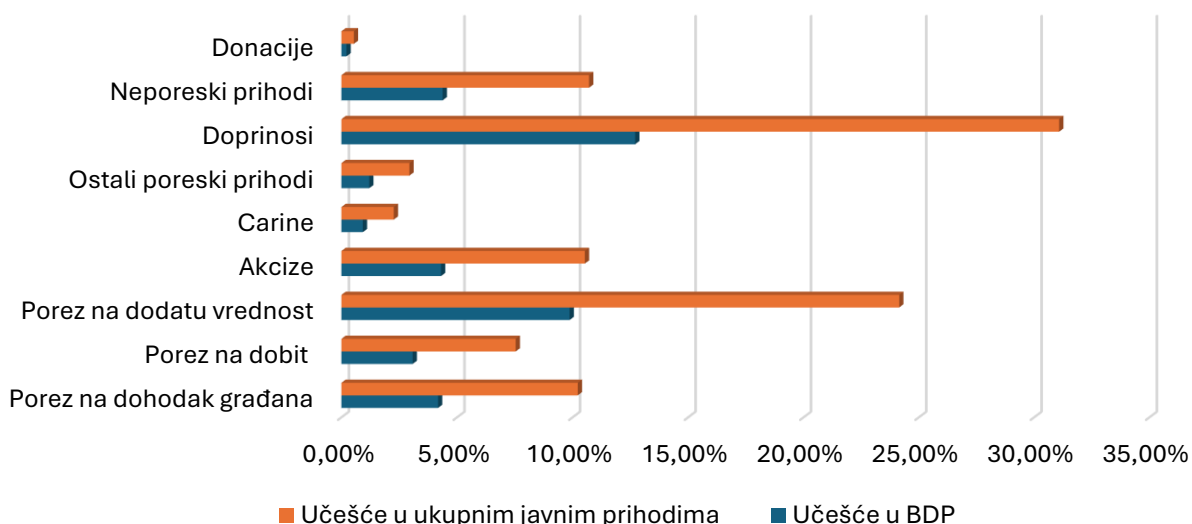
industrije alkoholnih pića kao odgovornog društvenog aktera i saradnja sa državnim institucijama predstavlja izazov za politike zaštite mladih, a to se posebno odnosi na mogućnost uticaja na poresku politiku, smanjenje pristupačnosti i ograničavanje marketinških aktivnosti.

U okviru analize uloge alkoholne industrije u ekonomiji Srbije posebno mesto zauzimaju fiskalni aspekti, odnosno prihodi koje država ostvaruje kroz naplatu akciza na alkoholna pića. Akcize predstavljaju važan instrument poreske politike, jer osim što doprinose budžetskim prihodima, imaju i regulatornu funkciju u pogledu kontrole potrošnje proizvoda koji mogu negativno uticati na javno zdravlje.

Uključivanje podataka o prihodima od akciza doprinosi boljem razumevanju pozicije ovog sektora u ekonomiji Srbije. Time se dodatno ističe dvostruki interes države, sa jedne strane kao regulatora tržišta, a sa druge kao korisnika javnih prihoda koje generiše industrija alkoholnih pića.

Prema zvaničnim podacima Ministarstva finansija Republike Srbije<sup>73</sup> akcize u 2024. godini ukupno učestvuju sa 4,3% u bruto domaćem proizvodu (BDP) Srbije, dok njihov udeo u ukupnim javnim prihodima iznosi 10,5%. Ovi pokazatelji ukazuju na činjenicu da, iako predstavljaju stabilan izvor prihoda, fiskalni značaj akciza nije dominantan u strukturi javnih finansija. Na primer, porez na dodatu vrednost (PDV) čini 9,9% BDP i učestvuje sa 24,2% u ukupnim prihodima, dok su doprinosi daleko najznačajniji izvor budžeta sa udelom od 12,7% u BDP i 31,1% u ukupnim prihodima. I porez na dohodak građana (10,2%) i neporeski prihodi (10,7%) imaju približnu fiskalnu težinu kao i akcize.

**Grafik 4. Struktura javnih prihoda Republike Srbije prema udelu u BDP i ukupnim prihodima, 2024. godina**



Izvor: Ministarstvo finansija

<sup>73</sup> Ministarstvo finansija Republike Srbije. (2024). Tabela: Pregled prihoda po vrstama poreza – 2024. godina. [https://www.mfin.gov.rs/upload/media/sRpnaY\\_686ba59a24350.xlsx](https://www.mfin.gov.rs/upload/media/sRpnaY_686ba59a24350.xlsx)

U ukupnim prihodima od akciza najznačajniji deo čine prihodi od akciza na derivate nafte, sa udelom od 54,1%. Odmah iza njih slede akcize na duvanske proizvode koje učestvuju sa 34,0%. Ove dve kategorije zajedno generišu čak 88,1% ukupnih akciznih prihoda.

Nasuprot tome, akcize na alkoholna pića učestvuju sa 4,1% u ukupnim prihodima od akciza, odnosno čine svega 0.4% ukupnih javnih prihoda. Ova cifra ukazuje da su apsolutnim i relativnim okvirima, alkoholna pića znatno manje oporezovana i ekonomski manje značajna za budžet u poređenju sa energentima i duvanskim proizvodima, ali i da postoji značajan prostor za njihovo povećanje u skladu sa preporukama SZO. Time se potvrđuje da akcize na alkoholna pića, iako nisu zanemarljive, trenutno ne predstavljaju značajniji fiskalni instrument.

Poređenja radi, analize harmonizacije akcizne politike ukazuju na značajne razlike kada je u pitanju udeo akciznih prihoda na alkoholna pića u zemljama EU. EU je tokom 2022. godine prihodovala oko 30 milijardi evra od akciza na alkoholna pića,<sup>74</sup> dok podaci Evropske Komisije prezentovani od strane Movendi ukazuju na preko 100 milijardi ukupnih poreskih prihoda (uključujući sve poreze) prikupljenih na nivou EU. Ovi prihodi u pojedinim zemljama čine značajan udeo javnih prihoda, kao što je slučaj sa Bugarskom (6.2%) i Letonijom (4.4%).<sup>75</sup> Tako je primera radi u zemljama koje primenjuju oštriju akciznu politiku u odnosu na Srbiju taj udeo značajno veći, kao što je slučaj sa Finskom u kojoj akcize na alkoholna pića učestvuju sa 1,5% ukupnih javnih prihoda.<sup>76</sup> Oštrijom akciznom politikom, Litvanija je značajno podigla učešće ovih prihoda u budžetu. Podaci o izvršenju budžeta Litvanije za 2021. godinu pokazuju da akcize na alkoholna pića čine preko četvrtine ukupnih akciznih prihoda i po svom obimu prevazilaze akcize na duvanske proizvode.<sup>77</sup> Podaci za period 2010-2019. pokazuju da je udeo akciza na alkoholna pića u zemljama EU veoma različit, pa pojedine zemlje sa najvećim udelom (Estonija – 3,23%) ostvaruju 20 do 30 puta veći udeo ovih prihoda u odnosu na Italiju sa najnižim učešćem (0,15%).<sup>78</sup>

Ukupno posmatrano, udeo akciznih prihoda na alkohol značajno je veći u baltičkim zemljama, Poljskoj, Velikoj Britaniji, Irskoj i Finskoj (od 1.5% do 1.9% ukupnih prihoda) u odnosu na ostale zemlje. Uvidom u navedene podatke jasno se može videti da postoji značajan prostor za vođenje oštrije akcizne politike u Srbiji. Ipak, kreiranje odgovarajuće politike treba da respektuje i strukturu potrošnje po proizvodima. Primetno je da u strukturi prihoda po pojedinim proizvodima u zemljama za koje je karakteristična proizvodnja vina (mediteranske zemlje), najveće učešće čine akcize na žestoka alkoholna pića.

---

<sup>74</sup> Karpavičiūtė, A., & Šapranavičienė, M. (2025). Harmonisation of excise duties on alcohol within the EU. In *Young Scientist, Conference/Jaunasis mokslininkas, konferencija* (pp. 32-37).

<sup>75</sup> Movendi International. (2024, October 17). *European Parliament reviews alcohol taxes*. Movendi International. <https://movendi.ngo/policy-updates/2024/10/17/european-parliament-reviews-alcohol-taxes/>

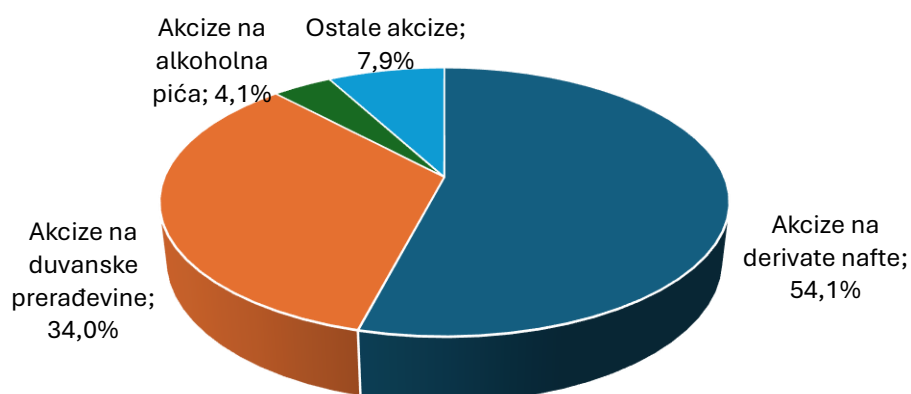
<sup>76</sup> Isto.

<sup>77</sup> Ministry of Finance of the Republic of Lithuania. (2021). *Annual report 2021*. [https://finmin.lrv.lt/public/canonical/1722402065/23266/2021\\_metai\\_EN\\_.pdf](https://finmin.lrv.lt/public/canonical/1722402065/23266/2021_metai_EN_.pdf)

<sup>78</sup> Nawrołska, I. (2023). Excise Tax on Alcohol—Fiscal or Non-Fiscal Objective?. *Optimum. Economic Studies*, 113(3), 46-64.

Posmatrajući prosečni udeo naplaćenih akciza po pojedinim vrstama pića u ukupnim akciznim prihodima (prosek 2010-2018.) može se videti da je kod dve trećine zemalja udeo akciza na pivo niži od 40%. Srbija u tom smislu spada u zemlje poput Austrije, Hrvatske i Slovenije kod kojih dominantan udeo akciznih prihoda čine akcize na pivo. S obzirom na relativno nizak nivo ostvarenih akciznih prihoda u Srbiji, postoji značajan prostor da se uz dalje povećavanje svih akciza, natproporcionalno povećavaju poreske stope na žestoka alkoholna pića. Naravno reformi akcizne politike treba da prethodi detaljna analiza strukture potrošnje i procena cenovne elastičnosti tražnje po vrstama pića kako bi se detaljno procenio stepen i dinamika povećanja, uticaj na budžet i obim smanjenja potrošnje.

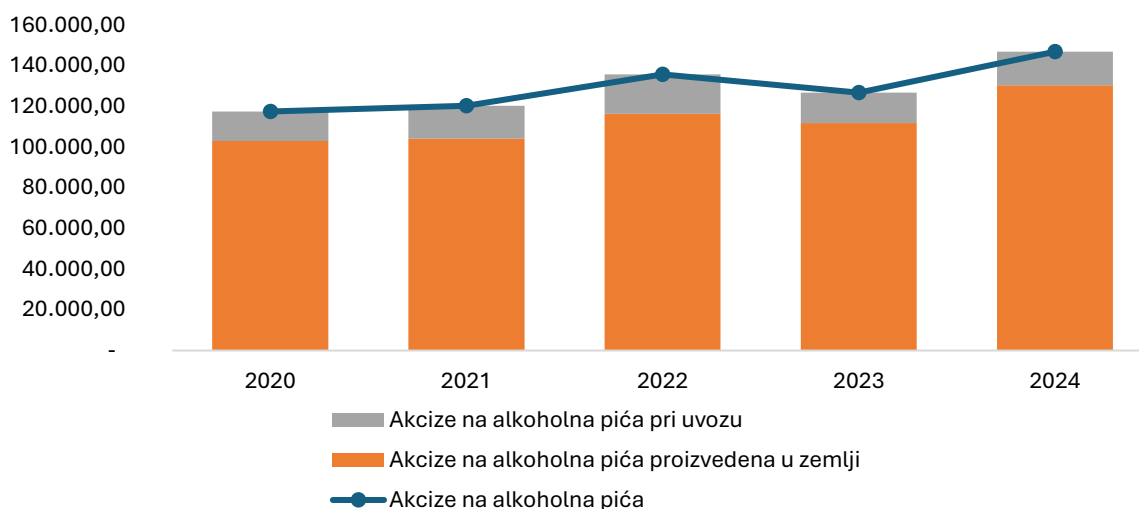
**Grafik 5. Struktura prihoda od akciza u Republici Srbiji, 2024. godina**



Izvor: Ministarstvo finansija

Prema podacima Ministarstva finansija tokom 2024. godine ukupni bruto naplaćeni prihodi od akciza na alkoholna pića iznosili su 146,9 miliona EUR. Od tog iznosa, 88,7% odnosi se na akcize naplaćene na alkoholna pića proizvedena u zemlji, dok je preostalih 11,3% ostvareno po osnovu akciza na uvoz alkoholnih pića. U odnosu na 2020. godinom ukupni bruto prihodi od akciza povećani su za 25,0%, pri čemu je prosečna godišnja stopa rasta u analiziranom periodu iznosila 6,1%.

**Grafik 6. Pregled akciza na alkoholna pića, 2020-2024., u 000 EUR**



Izvor: Ministarstvo finansija

U strukturi akciza na alkoholna pića proizvedena u zemlji tokom 2024. godine najveće učešće imaju akcize na pivo i niskoalkoholna pića sa sadržajem alkohola od 5% i više, koje čine 82,2% ukupno naplaćenih akciza. Sledi grupa ostalih alkoholnih pića sa učešćem od 5,1%, dok žestoka alkoholna pića i likeri učestvuju sa 4,7%. Ovi podaci ukazuju da pivo i niskoalkoholna pića predstavljaju najznačajniji segment u domaćoj proizvodnji i potrošnji alkoholnih pića.

**Tabela 5. Akcize na alkoholna pića proizvedena u zemlji, 2020-2024., u 000 EUR**

Akciza	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Akciza na pivo, niskoalkoholna pića koja sadrže pivo bez obzira na procenat piva koji sadrže i niskoalkoholna pića koja sadrže 5% ili više procenata alkohola</b>	88.467,4	87.946,6	97.665,6	92.549,7	107.088,9
<b>Akciza na prirodnu rakiju i vinjak</b>	3.191,8	4.231,7	4.731,5	4.306,0	4.849,6
<b>Akciza na niskoalkoholna pića</b>	696,8	1.049,0	1.237,9	1.125,9	22,4
<b>Akciza na žestoka alkoholna pića i likere</b>	3.251,1	3.432,0	3.920,7	4.470,5	6.100,9
<b>Akciza na rakije od voća, grožđa, specijalne rakije</b>	2.560,2	3.113,2	3.908,5	3.125,0	4.467,5
<b>Akciza na rakije od žitarica i ostalih poljoprivrednih sirovina</b>	3,2	1,6	2,4	1,9	1,2
<b>Akciza na ostala alkoholna pića</b>	4.785,8	4.334,9	4.932,8	6.150,9	6.662,1

<b>Akciza na niskoalkoholna pića, proizvedena u zemlji koja sadrže do 5% alkohola</b>	0,0	0,0	0,0	138,2	1.127,7
---	-----	-----	-----	-------	---------

Izvor: Ministarstvo finansija

Tabela 6. Akcize na alkoholna pića pri uvozu, 2020-2024, u 000 EUR

<b>Akciza</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Akciza pri uvozu piva, niskoalkoholna pića koja sadrže pivo bez obzira na procenat piva koji sadrže i niskoalkoholna pića koja sadrže 5% ili više procenata alkohola</b>	7.770,8	10.182,8	11.269,2	7.216,2	7.229,6
<b>Akciza na niskoalkoholna pića iz uvoza</b>	0,0	0,0	0,0	26,4	67,9
<b>Akciza pri uvozu prirodne rakije i vinjaka</b>	0,0	15,1	0,0	0,0	0,0
<b>Akciza pri uvozu žestokih alkoholnih pića i likera</b>	2.479,5	5.054,9	8.005,3	7.710,3	9.070,1
<b>Akciza pri uvozu viskija, džina, konjaka i ostalih alkoholnih pića</b>	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>Akciza pri uvozu rakija od voća, grožđa i specijalnih rakija</b>	430,5	236,2	0,3	0,0	0,0
<b>Akciza pri uvozu rakija od žitarica i ostalih poljoprivrednih sirovina</b>	3.858,6	770,6	0,0	0,9	7,1
<b>Akciza na niskoalkoholna pića iz uvoza, koja sadrže do 5% alkohola</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	175,0

Izvor: Ministarstvo finansija

Sa druge strane, najveći deo naplaćenih akciza na alkoholna pića pri uvozu tokom 2024. godine potiče od akciza na žestoka alkoholna pića i likere, sa učešćem od 54,8%, dok akcize na pivo i niskoalkoholna pića sa 5% ili više alkohola čine 43,7% ukupno naplaćenih prihoda po ovom osnovu.

Na osnovu analiziranih podataka može se zaključiti da akcize na alkoholna pića imaju ograničen fiskalni uticaj i ne predstavljaju značajan izvor budžetskih prihoda. Udeo prihoda od ovih akciza u ukupnim javnim приходima je relativno nizak, što ukazuje na njihovu sporednu ulogu u poreskom sistemu. Ipak, s obzirom na potencijalnu ulogu akciza u oblikovanju javnog zdravlja, preporučuje se sprovođenje detaljne analize cenovne elastičnosti tražnje alkoholnih pića. Na taj način bi se mogao empirijski proceniti efekat oštrije fiskalne politike na smanjenje potrošnje alkohola i povećanje

prihoda i istovremeno razmotriti mogućnosti za unapređenje fiskalne efikasnosti. Pri tome, potrebno je navedenu analizu izvršiti prema različitim vrstama alkoholnih pića, ali i prema dohodovnim kategorijama stanovništva. Takva analiza bi pomogla kreiranje fiskalne politike kojom bi se u dovoljnoj meri destimulisala potrošnja uz istovremeni porast prihoda, odnosno ostvarila takozvana „dvostruka dividenda“ – smanjenje potrošnje štetnih proizvoda („socijalna dividenda“) i generisanje prihoda („ekonomska dividenda“).

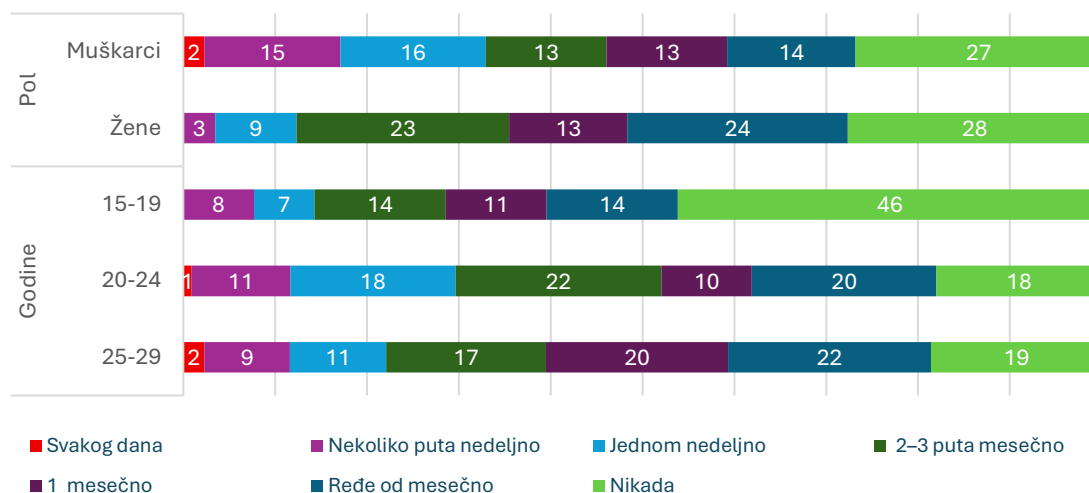
## 6. Rezultati kvantitativnog istraživanja o navikama konzumacije alkohola

Evropsko socijalno istraživanje (ESS) predstavlja jedinstveno međunarodno uporedivo istraživanje koje se sprovodi svake dve godine širom Evrope od 2001. godine. Ovim istraživanjem omogućava se uvid u stavove, verovanja i ponašanja građana po različitim oblastima uključujući ekonomske, kulturne i političke aspekte sa ciljem boljeg razumevanja društva, identifikovanja razlika među zemljama i stvaranje osnova za kreiranje kvalitetnijih javnih politika. Kao takva, ESS predstavlja jednu od najznačajnijih baza podataka o evropskom društvu koja respektuje rigorozne metodološke standarde. Poslednji dostupni anketni upitnici iz 11. talasa sprovedenog 2023. godine uključili su i pitanja koja se odnose na potrošnju alkohola što je dovelo do prikupljanja značajnih podataka koji omogućavaju razumevanja obrazaca i intenziteta potrošnje. U nastavku sledi analiza potrošnje alkohola u Srbiji na osnovu podataka ESS uz komparativnu perspektivu koja uključuje ostale evropske zemlje.

### 6.1. Učestalost konzumiranja

Podaci o učestalosti konzumacije alkohola pokazuju nam da ne postoje razlike u učešću apstinenata prema polu. Nešto više od četvrtine i mladih muškaraca (27%) i mladih žena navodi da nikada ne konzumira alkohol (Grafik 7). Ali kada je reč o onima koji alkohol konzumiraju, razlike su već jasnije, jer ga muškarci znatno učestalije piju od žena. Oko 2% njih to čini svakog dana, dodatnih 15% nekoliko puta nedeljno, 16% jednom nedeljno, a po 14% dva do tri puta mesečno ili ređe. Ukupno posmatrano trećina (33%) mladih muškaraca makar jednom nedeljno konzumira alkohol. Među ženama je učestalost značajno ređa, pa u ovom uzorku nema mladih žena koje piju svakodnevno oko 3% njih konzumira alkohol nekoliko puta nedeljno, a 9% makar jednom nedeljno.

**Grafik 7. Učestalost konzumiranja alkohola među mladima u Srbiji prema polu i godinama**



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

Kada se učestalost konzumacije alkohola posmatra u odnosu na starosnu strukturu mladih situacija je sledeća. Nešto manje od polovine (46%) ispitanika ispod dvadeset godina starosti ne pije uopšte. Oko 8% koristi alkohol nekoliko puta nedeljno i dodatnih 7% jednom nedeljno, što čini da svaka sedma osoba (15%) redovno konzumira alkohol. U starijim grupama značajno opada broj apstinenata i u obe grupe tek svaka peta osoba nikada ne pije, dok istovremeno raste učestalost onih koji redovno konzumiraju alkohol.

Zanimljivo je da je učestalost upotrebe alkohola nešto viša u srednjoj starosnoj grupi (20–24 godine) nego u starijoj (25–29 godina). Podaci ukazuju na to da je „pik“ učestalosti konzumiranja alkohola između 20. i 24. godine te da onda malo opada tako što se smanjuje učešće onih koji alkohol konzumiraju jednom ili dva do tri puta nedeljno, a raste učešće onih koji to čine mesečno. Možemo pretpostaviti da ovakva distribucija korelira sa obrascima druženja i izlaženja, te da su te aktivnosti najintenzivnije u srednjoj starosnoj grupi, sa odrastanjem one se proređuju, a sa njima opada i učestalost konzumacije alkohola.

## 6.2. Kada piju, koliko alkohola konzumiraju

U Evropskom društvenom istraživanju ispitanicima su postavljena pitanja o tome u kojoj meri i koja pića konzumiraju. S obzirom na to da pića imaju različit procenat alkohola, napravljen je proračun koliko grama alkohola svaki ispitanik ili ispitanica popiju. U tabeli 7 prikazane su procene količine grama alkohola u različitim tipovima pića koja se najčešće konzumiraju u Srbiji.

Dva su indikatora koja ćemo koristiti: poslednja količina konzumiranog alkohola (1.) tokom jednog radnog dana (od ponedeljka do četvrtka) i (2.) jednog dana vikenda (od

petka do nedelje). Ovi podaci se ne odnose na upotrebu alkohola svakog radnog dana ili svakog vikenda, već konzumirana količina poslednjeg puta.

**Tabela 7. Procena količine alkohola u gramima u različitim tipovima pića**

Tip pića	Količina (ml)	% vol.	Grams alkohola
Malo pivo	330	5	13
Veliko pivo	500	5	20
Čaša vina	175	14	19
Čaša špricera	300	6	14
Boca vina	750	12	71
Čašica žestokog pića	30	40	10
Koktel	100	28	22
Liker	30	20	5

Podaci u daljem tekstu odnose se samo na ispitanike koji su konzumirali alkohol (isključeni su oni koji ne piju). Tokom radnog dana (Grafik 8), muškarci u proseku popiju dva velika piva (38 grama), a žene u proseku jedno veliko i jedno malo pivo (33 grama). I muškarci i žene povećavaju količinu alkohola koju piju tokom vikenda, ali je to povećanje konzumirane količine znatno više među muškarcima nego među ženama.

Tako muškarci tokom vikenda u proseku popiju celu bocu vina i još jedno malo pivo (84 grama), dok žene u tom periodu nedelje u proseku popiju tri čaše vina (57 grama). I za muškarce i za žene vikend je vreme kada se izlazi, druži i kada se alkohol konzumira kako bi se opustili i/ili da bi se osećali komfornije i dokazali vršnjacima. Ali ova supstanca je u tom smislu značajnija mladićima, s obzirom na količine konzumiranog alkohola.

**Grafik 8. Količina konzumiranog alkohola u gramima tokom radnog dana i dana vikenda prema polu**

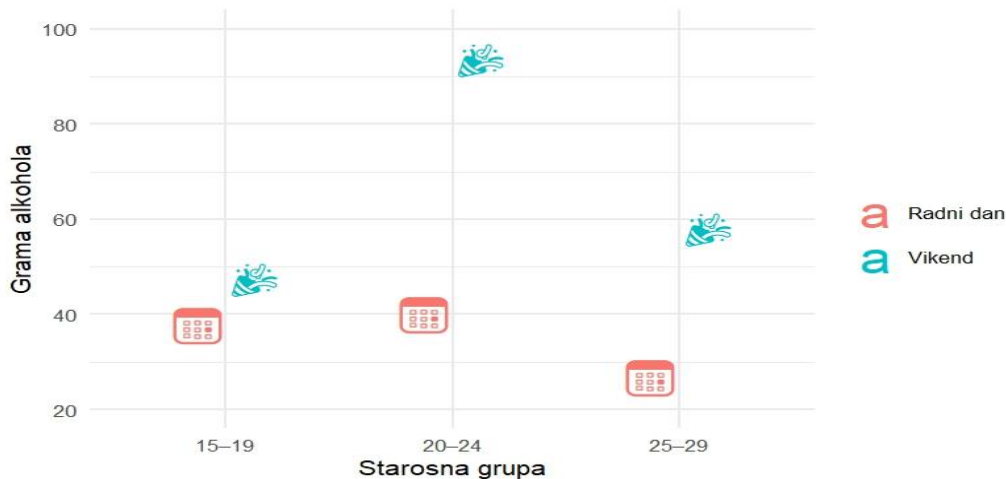


Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

Kada se podaci posmatraju u odnosu na starosnu strukturu mladih (Grafik 9), uočava se da u najmlađoj grupi, uzrasta od 15 do 19 godina, količina konzumiranog alkohola

tokom radnih dana i vikenda gotovo ne pokazuje razliku, sa prosečnom potrošnjom od oko dva velika piva, odnosno 40 grama čistog alkohola. U starosnoj grupi od 20. do 24. godine primećuje se obrazac značajne konzumacije većih količina alkohola vikendom. Mladi ovog godišta (koji piju) u proseku popiju bocu vina i jedno veliko pivo tokom jednog dana vikenda (oko 90 grama).

**Grafik 9. Količina konzumiranog alkohola u gramima tokom radnog dana i vikendom prema starosnim grupama**



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

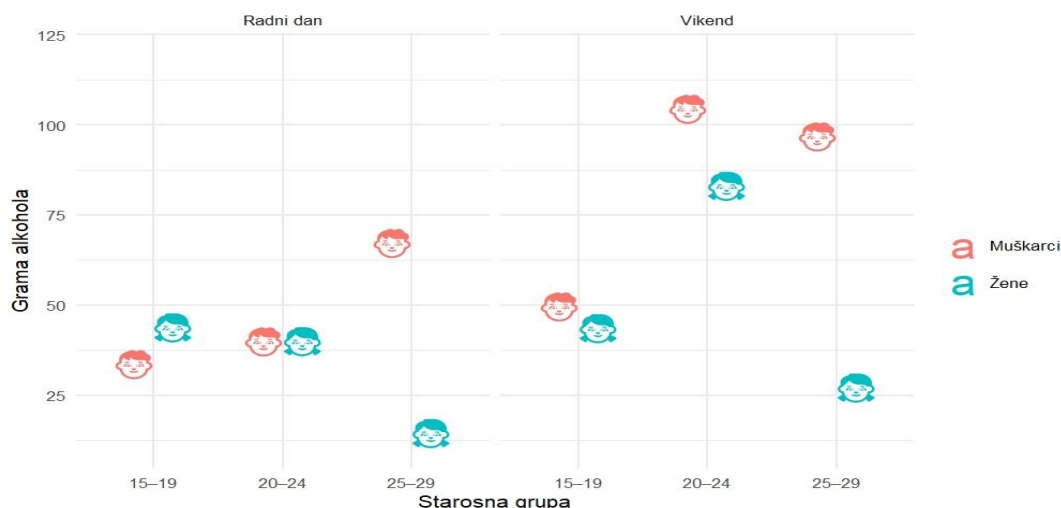
U narednoj starosnoj grupi (25-29 godina) količina konzumiranog alkohola vikendom opada na oko tri čaše vina. U prve dve grupe količina pića tokom radnog dana je ujednačena i iznosi u proseku oko dva velika piva, da bi u trećoj količina u proseku opala nešto preko jednog velikog piva. Primećujemo da veće količine alkohola tokom vikenda posebno konzumiraju srednje starosne grupe i da se sa odrastanjem ta praksa proređuje.

Još detaljniji obrazac konzumiranja alkohola prepoznajemo ukoliko posmatramo odnos pola i starosti (Grafik 10). Kad je reč o konzumaciji alkohola tokom radnog dana u starosnim grupama 15-19 i 20-24 godina, nema razlika između mladića i devojaka. Međutim, u najstarijoj starosnoj grupi muškarci na dnevnom nivou popiju u proseku oko tri velika piva (oko 60 grama), dok žene popiju u proseku manje od dva likera. Dakle, sa odrastanjem žene značajno smanjuju upotrebu alkohola radnim danima, a muškarci povećavaju. Jedan od razloga može biti ulazak u roditeljske uloge, koje pred ženu postavljaju zahtev za zdravijim stilom života, a za muškarca znače ulazak u „muški svet“, koji uključuje svakodnevnu konzumaciju alkohola. Tokom vikenda količina popijenog alkohola je na sličnom nivou za muškarce i žene uzrasta 15-19 godina.

U starosnoj grupi 20-24 povećava se količina konzumiranog alkohola i među muškarcima i među ženama, pa su muškarci tokom poslednjeg vikenda popili u proseku bocu vina, veliko pivo i čašicu žestine, a žene bocu vina. U najstarijoj starosnoj grupi malo opada količina konzumiranog alkohola među muškarcima, ali

zato značajno opada među ženama. I dok muškarci, kada piju tokom vikenda, i dalje popiju u proseku celu bocu vina i još jedno malo pivo, žene piće svode na manje količine, najčešće jedan koktel.

**Grafik 10. Količina konzumiranog alkohola u gramima tokom radnog dana i vikendom prema starosnim grupama i polu**

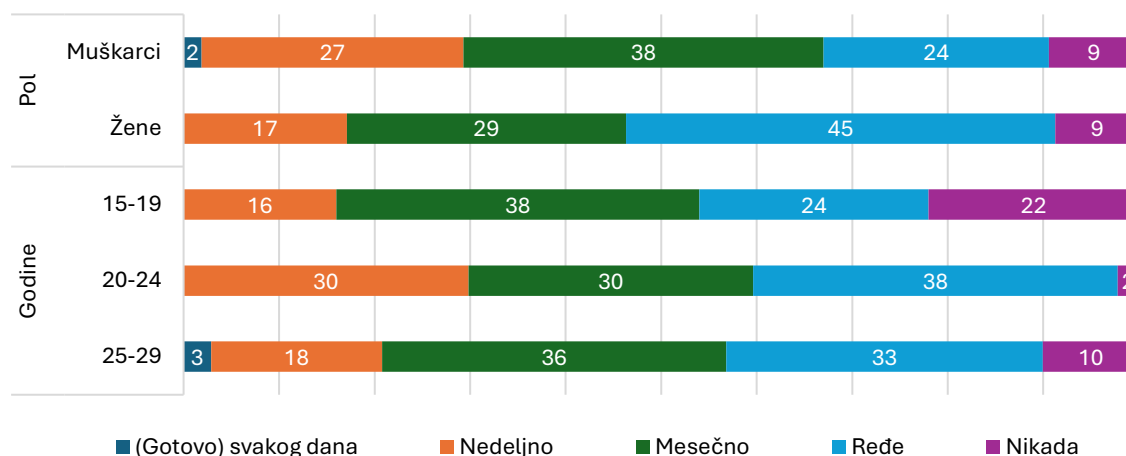


Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

### 6.3. Učestalost opijanja

Opijanje (eng. *binge drinking*) odnosi se na učestalost konzumiranja velike količine alkohola koja dovodi do stanja opijenosti (Grafik 11). U ovom istraživanju opijanje je operacionalizovano kroz 6 ili više jedinica alkohola tokom jedne prilike za žene, i 8 ili više jedinica alkohola za muškarce. Podaci se odnose samo na ispitanike koji inače konzumiraju alkohol i isključuju one koji su izjavili da nikada ne piju.

**Grafik 8. Učestalost opijanja mladih u Srbiji prema polu i godinama**



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

Muškarci se češće opijaju nego žene. Tako oko 2% muškaraca na dnevnom nivou popije osam ili više alkoholnih pića, i dodatno više od četvrtine njih (27%) opija se makar jednom nedeljno. Jednom mesečno opije se oko 38% mladih muškaraca, 24% ređe od jednom mesečno, a tek 9% konzumenata alkohola nikada se ne opijaju. Ako primetimo da se dve trećine muškaraca opija jednom mesečno ili češće, to nam ukazuje da je u značajnom broju cilj upotrebe alkoholnih pića upravo – opijanje.

Među ženama je učešće opijanja znatno manje, pa u uzorku nema onih koje se opijaju svakog dana, ali se zato svaka šesta (18%) mlada žena opije jednom nedeljno. Jednom mesečno opija se nešto manje od trećine žena (29%), a najveći broj njih tek ponekada. Ipak, kao i u slučaju muškaraca, samo 9% žena nikada se ne opija. Opijanje na mesečnom ili češćem nivou, među ženama je nešto ispod polovine (46%), ukazujući na to da je cilj njihovog konzumiranja alkohola u manjem stepenu usmeren ka opijanju.

U odnosu na godine starosti, učestalost opijanja raste do srednje starosne grupe, a onda polako opada. Mladi od 15. do 19. godine (22%) nikada se ne opijaju, ali zato njih 16% to čine jednom nedeljno i 38% mesečno. Pripadnici starosne grupe od 20. do 24. godine (30%) opijaju se jednom nedeljno i 30% njih jednom mesečno, pa gotovo da nema nikog ko se ne opija makar nekada. U najstarijoj kohorti opada učešće onih koji piju na nedeljnom nivou, ali se pojavljuje kategorija onih što se opijaju svakog dana (3%). Učešće ispitanika koji se nikada ne opijaju se ne povećava, pa se tako svaka deseta (10%) mlada osoba koja konzumira alkohol uopšte ne opija.

Ovi podaci nam ukazuju na to da je upotreba alkohola najintenzivnija u periodu kada su druženja i izlasci najučestaliji (u periodu od 20. do 24. godine), što se vidi i prema dominaciji opijanja na nedeljnom nivou. Sa odrastanjem, jedan broj mladih prestaje da pije intenzivno, smanjuje učestalost opijanja, ali se zato pojavljuje i jedna kategorija koja je razvila nezdravu praksu svakodnevnog opijanja.

## 6.4. Posledice konzumiranja alkohola

Učestalost upotrebe i količina konzumiranog alkohola povezani su sa drugim oblicima rizičnih ponašanja i sa zdravstvenim rizicima po mentalno i fizičko zdravlje (tabela 8). Najpre, što učestalije mladi piju alkohol, češće i u većim količinama konzumiraju cigarete. Ova veza je nešto jača sa učestalošću opijanja. Češće konzumiranje alkohola povećava rizik od osećaja da je „sve teško“, visokog krvnog pritiska i problema sa disanjem. Upotreba alkohola tokom radne nedelje povezan je i sa depresijom, osećanjem da je „sve teško“, sa nemirnim snom, osećanjima usamljenosti i tuge. Sa povećanjem količine konzumiranog alkohola tokom vikenda rastu mogućnosti za pojavu depresije, nemirnog sna, usamljenosti, visokog pritiska i problema sa disanjem.

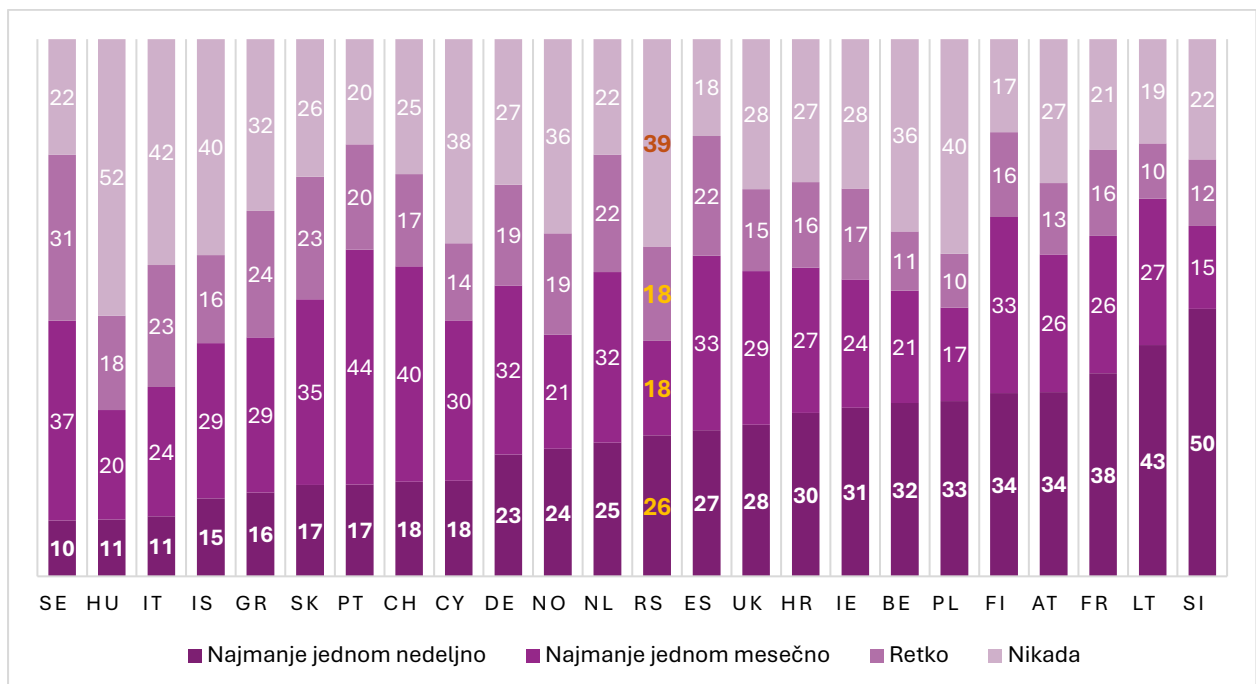
Tabela 8. Korelacije između rizičnih ponašanja i zdravstvenih problema

	Učestalost pušenja	Depresija	Osećaj da je „sve teško”	Nemiran san	Osećaj usamljenosti	Osećaj tuge	Visok pritisak	Problema disanja
Učestalost konzumiranja Grama alkohola: ponedjeljak–četvrtak	.210**	0.075	.220**	0.085	0.043	0.052	.155**	.120*
Učestalost konzumiranja Grama alkohola: petak–nedelja	0.102	.226**	.203**	.266**	.261**	.225**	0.003	0.139
Učestalost opijanja	.186**	.175*	0.095	.155*	.193**	0.130	.319**	.190**
	.263**	0.041	0.028	0.125	0.052	-0.022	.268**	0.119

## 6.5. Alkoholna slika Srbije u ogledalu Evrope

Sama učestalost konzumacije alkohola među mladima u Srbiji procentualno je približna proseku u Evropi (Grafik 12). Prema podacima ESS, mladi u Mađarskoj, Italiji i Grčkoj nešto ređe konzumiraju alkohol u odnosu na svoje vršnjake u drugim evropskim zemljama, a mladi u Sloveniji, Litvaniji, Francuskoj, Austriji i Finskoj nešto češće od proseka. Sa rezultatom da dve od pet mladih osoba nikada ne koriste alkohol, ali da četvrtina njih pije svakog dana, Srbija je negde na nivou evropskog proseka.

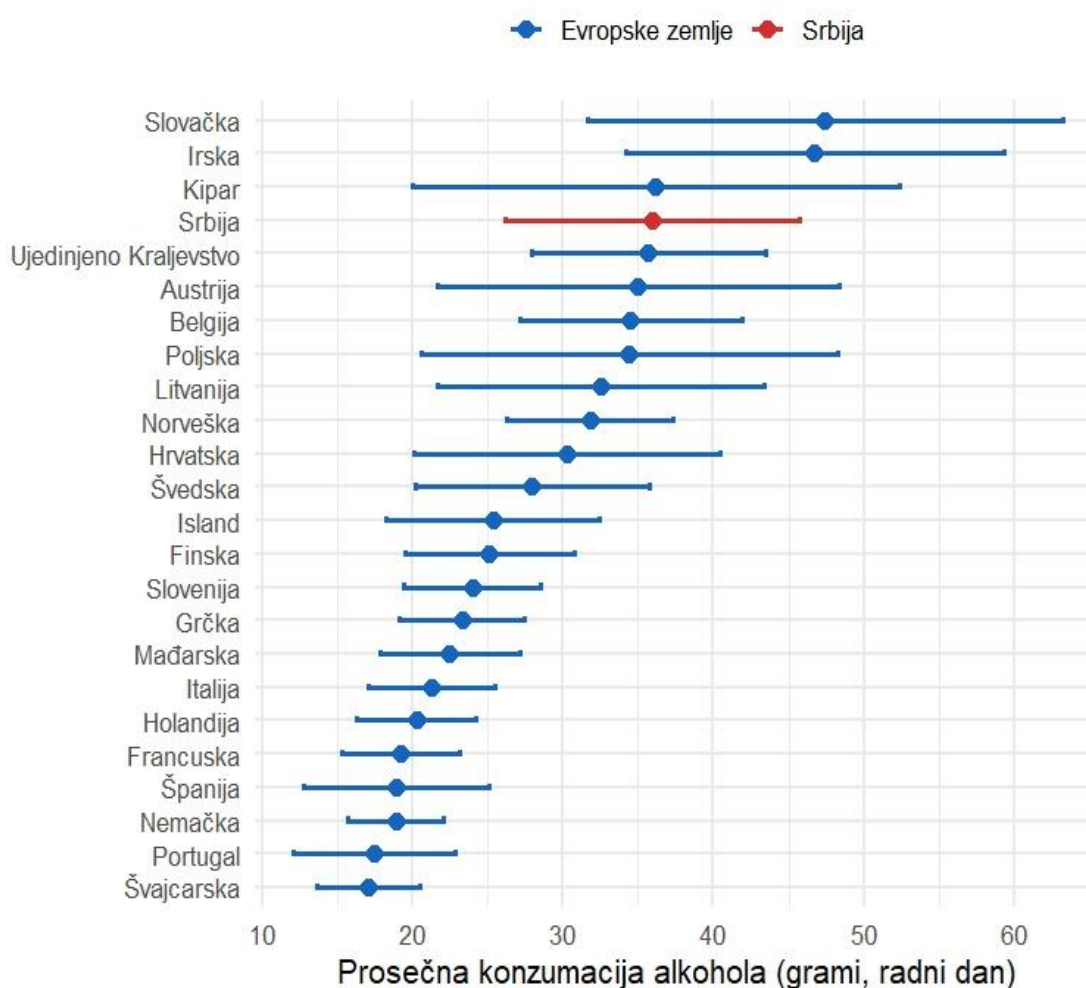
Grafik 9. Učestalost konzumacije alkohola u evropskim zemljama



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

Ipak, iako mladi u Srbiji ne konzumiraju alkohol znatno učestalije od svojih vršnjaka, onda kada piju tokom radne nedelje (Grafik 13), to čine u količinama koje su znatno više od većine mladih u drugim evropskim zemljama. Količine alkohola koje mladi u Srbiji popiju tokom radnog dana su među najvišima u Evropi, i uz mlade sa Kipra iz Slovačke, Irske, Ujedinjenog Kraljevstva predstavlja veoma visok nivo konzumacija alkohola u uporednom okviru.

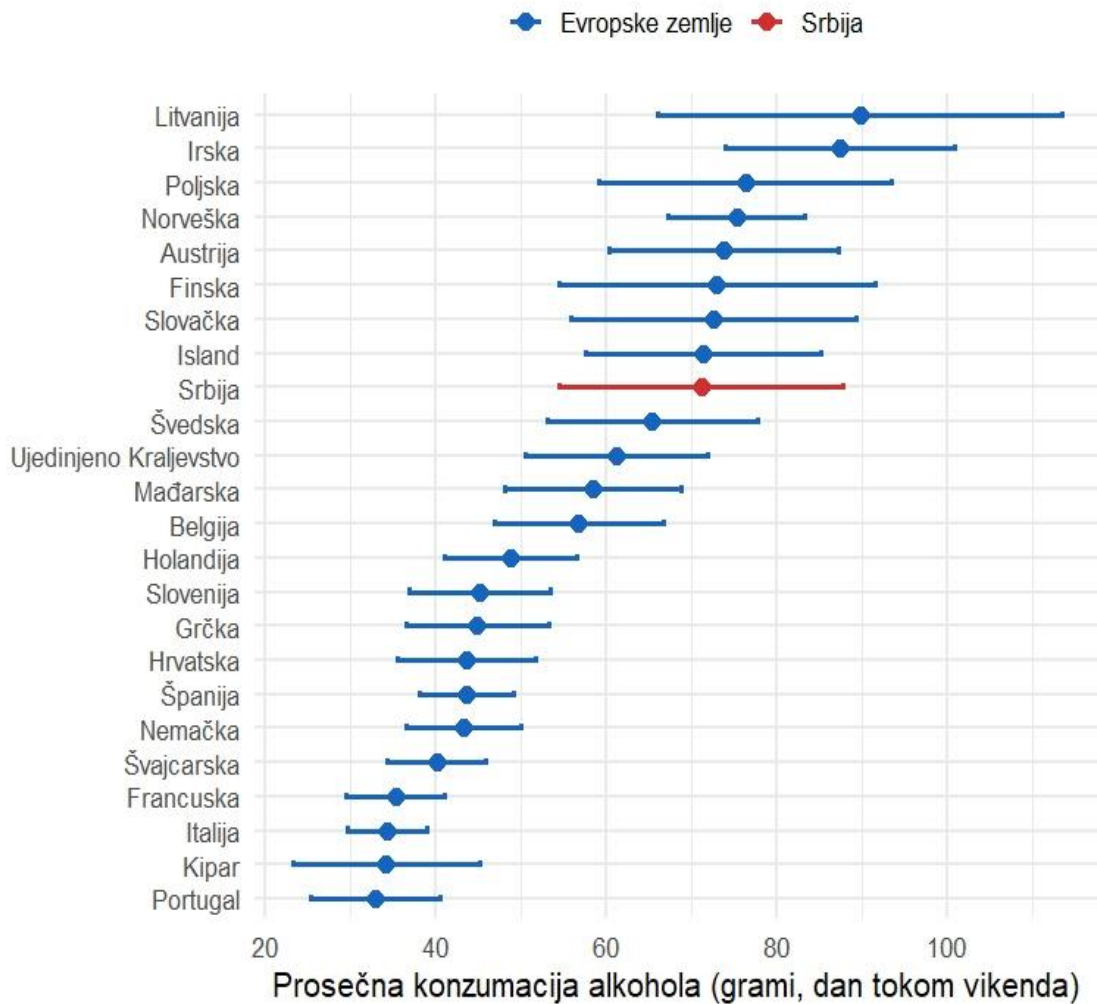
**Grafik 10. Količina konzumiranog alkohola (u gramima) tokom radnog dana u evropskim zemljama (sa intervalima poverenja)**



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

Količina konzumiranog alkohola tokom vikenda takođe je nešto viša u odnosu na većinu evropskih zemalja, ali su mladi u ovom pogledu bliže evropskom proseku. Oba indikatora jasno pokazuju da mladi u Srbiji potiču iz zemalja u kojima njihovi vršnjaci uopšte piju značajne količine alkohola.

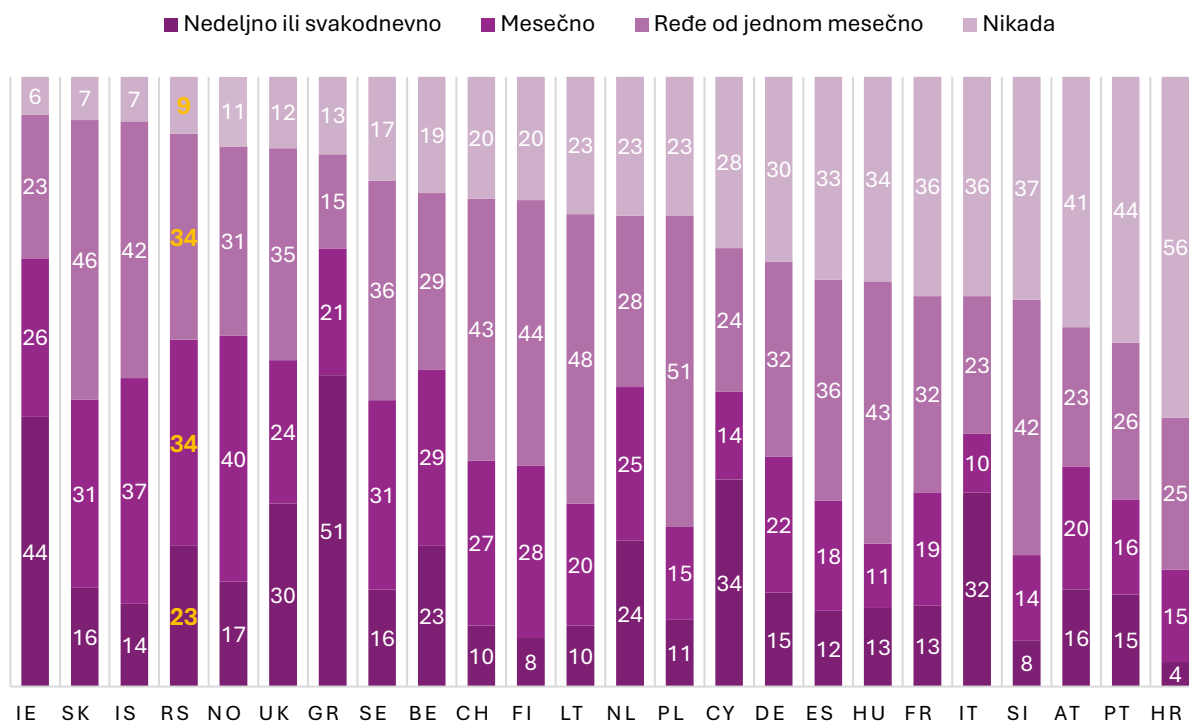
**Grafik 11. Količina konzumiranog alkohola (u gramima) tokom dana vikenda u evropskim zemljama (sa intervalima poverenja)**



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

Konačno, analiza učestalosti opijanja u uporednom okviru otkriva da mladi u Srbiji pariraju svojim vršnjacima iz reda zemalja u kojima se većina onih koji konzumiraju alkohol makar ponekada opijaju i u kojima značajan broj mladih to čini na nedeljnom ili mesečnom nivou (Grafik 15).

**Grafik 12. Učestalost opijanja u evropskim zemljama**



Izvor: ESS ERIC (2024a, XI talas)

## 7. Rezultati ESPAD istraživanja u vezi sa prevalencijom potrošnje alkohola mladih starosti 15 i 16 godina

Istraživanje *European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs* (ESPAD) predstavlja međunarodno uporedivu anketu o korišćenju štetnih supstanci koja se sprovodi na uzorku mladih starosti 15 i 16 godina u 37 evropskih zemalja počev od 1995. godine. Poslednja 8. runda istraživanja sprovedena je 2024. godine na uzorku od 113 882 učenika i učenica. Uz standardizovan set pitanja, ovo istraživanje imalo je poseban fokus na pitanja mentalnog zdravlja i prevencije imajući u vidu njihov rastući uticaj na zdravstvene ishode mladih. Prvi rezultati istraživanja publikovani su 20. maja 2025. godine, a objavljivanje kompletnog izveštaja se očekuje u oktobru 2025. godine. Ukupno posmatrano, rezultati 8. runde ESPAD pokazali su blago opadanje potrošnje alkohola i epizoda prekomernog opijanja (eng. binge drinking) koje je posebno vidljivo na uzorku dečaka, dok potrošnja devojčica pokazuje relativno stabilan trend. Ipak, uprkos ohrabrujućim trendovima, postoji veliki varijabilitet po zemljama i brojni izazovi za kreatore politika uključujući još uvek veoma široku dostupnost alkoholnih pića maloletnicima, problem ranog počinjanja sa konzumacijom i česte epizode prekomernog opijanja. Ključni nalazi istraživanja iz 2024. godine su pokazali sledeće:

- Trećina anketiranih je probala alkohol sa 13 godina ili manje

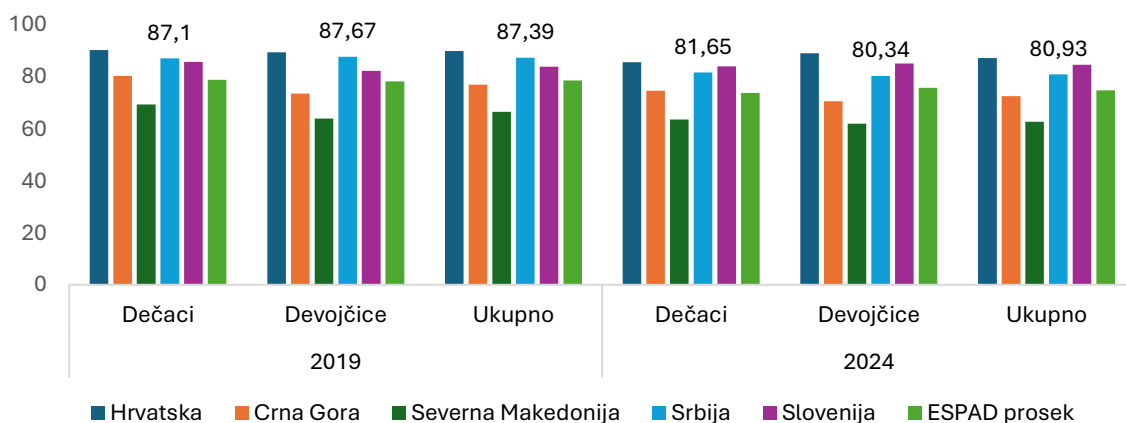
- Oko 8% mladih starosti 15-16 godina je iskusilo pijanstvo sa 13 godina ili manje
- Dečaci pokazuju neznatno veću prevalencu potrošnje u odnosu na devojčice, kako po konzumaciji alkohola (34% u odnosu na 33%), tako i po opijanju (8,2% u odnosu na 7,8%)
- U Srbiji i zemljama regiona, za razliku od većina zemalja EU, dečaci još uvek značajno više konzumiraju alkohol u odnosu na devojčice
- Tri od četiri ispitanika/ce smatra da je lako ili veoma lako nabaviti alkoholna pića 42% mladih je konzumiralo alkohol u prethodnih 30 dana
- U odnosu na prvo ESPAD istraživanje sprovedeno 1995. godine, primetan je značajan pad potrošnje alkoholnih pića u prethodnih 30 dana, pri čemu su najveća smanjenja zabeležena na Islandu (sa 56% na 12%), u Irskoj (sa 66% na 35%) i Finskoj (sa 57% na 27%).

U nastavku sledi prikaz ključnih indikatora ESPAD istraživanja za Srbiju i poređenja sa zemljama okruženja i proseka 37 zemalja koje su pokriveno anketom.

Najveći broj mladih starosti 15 i 16 godina već je imalo iskustva sa alkoholom. Tri četvrtine mladih probalo je alkohol, uz neznatno veći udeo devojčica u odnosu na dečake. U poređenju sa 2019. godinom, ovaj udeo beleži pad u 2024. godini, pri čemu sa izuzetkom Severne Makedonije, udeo mladih u Srbiji i susednim zemljama je nešto veći u odnosu na prosek 37 zemalja pokrivenih ovim istraživanjem. U Srbiji je blizu 81% ispitanika probalo alkohol do svoje 16. godine, što je za oko 6 procentnih poena niže u odnosu na 2019. godinu (Grafik 16). U odnosu na ostale zemlje, značajan udeo mladih u Srbiji bar jednom je probao alkohol u prethodnih mesec dana, njih gotovo 57%.

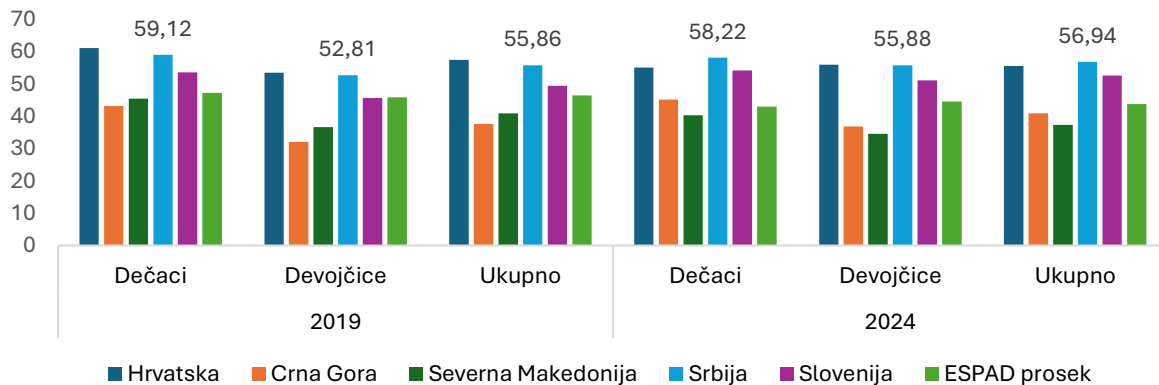
Pri tome, ovaj udeo ne samo da je značajno veći u odnosu na prosek ESPAD zemalja (43,8%), već beleži porast u odnosu na 2019. godinu, dok se razlika po polu smanjila. Udeo dečaka koji su konzumirali alkohol u prethodnih mesec dana u Srbiji je uz Hrvatsku veći nego u bilo kojoj zemlji regiona i iznosi 58,2% (Grafik 17).

**Grafik 13. Udeo mladih (15-16 godina) koji su bar jednom probali alkohol u svom životu**



Izvor: ESPAD

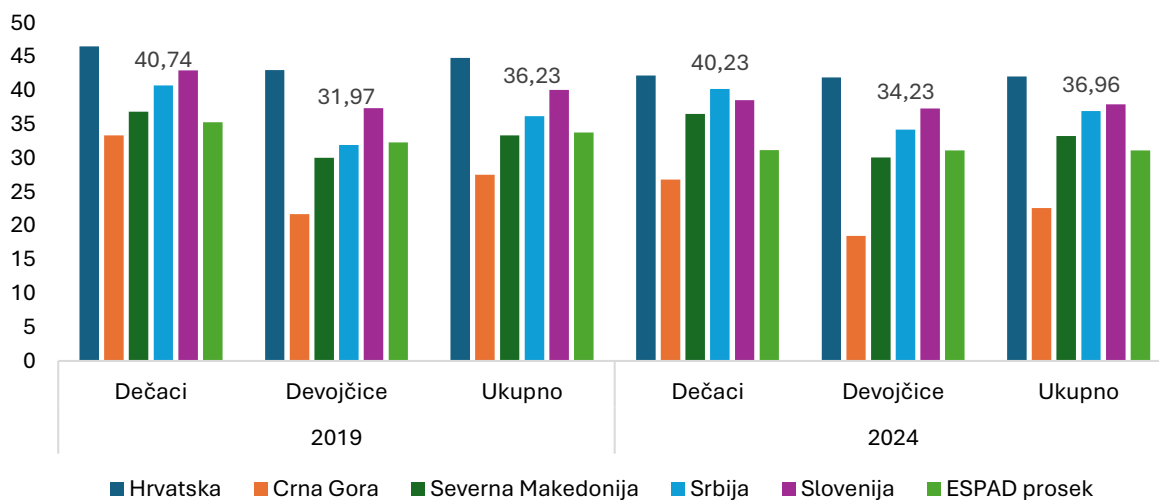
**Grafik 14. Udeo mladih (15-16 godina) koji su bar jednom probali alkohol u poslednjih mesec dana**



Izvor: ESPAD

Jedan od posebno značajnih indikatora navika mladih koji predstavlja značajan budućih ishoda i problema koji proizilaze iz prekomerne upotrebe predstavlja tzv. binge drinking koji se odnosi na epizode prekomernog opijanja (5 ili više pića u jednoj prilici) u prethodnih mesec dana. Prosek ESPAD zemalja iznosi 31,1%, što predstavlja smanjenje za preko 2,5 procentnih poena u odnosu na 2019. godinu. Gotovo 37% ispitanika,ca u Srbiji je odgovorilo potvrdno na ovo pitanje što je svrstava među evropske zemlje sa najvećim udelom mladih koji su iskusili epizode opijanja u prethodnih mesec dana. Pri tome, ovaj udeo je gotovo identičan onom od pre 5 godina što ukazuje na nepostojanje progressa kada su u pitanju efekti mera javnih politika u ovom segmentu. Srbija po ovom aspektu pokazuje nešto bolje rezultate u odnosu na Hrvatsku (42,1%) i Sloveniju (37,9%), ali je za razliku od Srbije, u navedenim zemljama regiona zabeleženo smanjenje u odnosu na prethodnu anketu iz 2019. godine (Grafik 18).

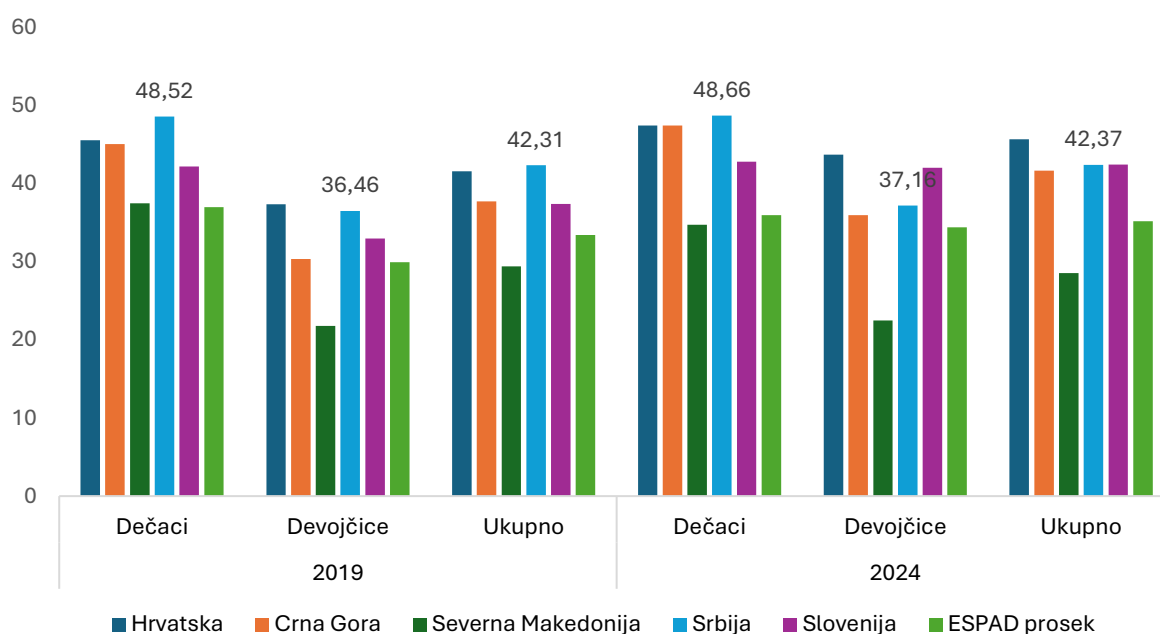
**Grafik 15. Udeo mladih koji su imali epizode prekomernog opijanja (5 ili više pića u jednoj prilici) u prethodnih 30 dana (u %)**



Izvor: ESPAD

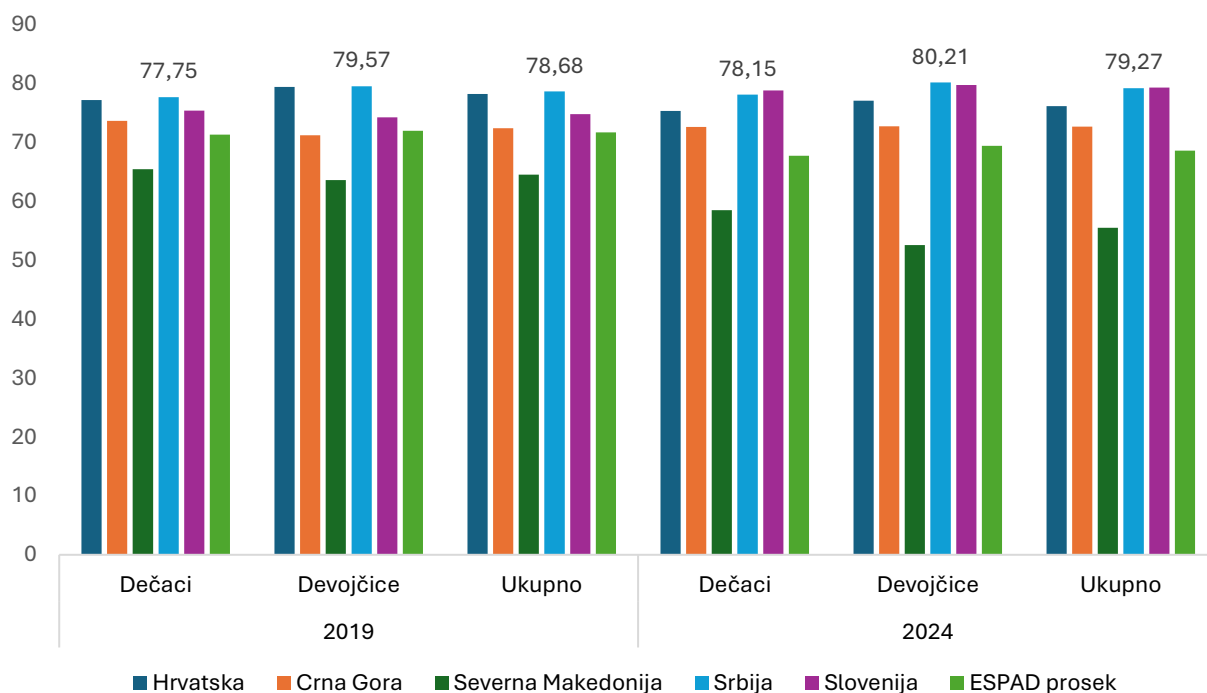
Kada je u pitanju inicijacija, gotovo polovina dečaka u Srbiji (48,7%) probalo je alkohol sa 13 godina ili ranije i po tome Srbija stoji najlošije u regionu. Za čitav region Zapadnog Balkana karakteristično je veoma rano počinjanje sa konzumacijom alkohola u odnosu na većinu posmatranih zemalja. Srbija je po ovom indikatoru na 6. mestu sa udelom od 42,4% mladih koji su alkohol probali do svoje 13. godine (Grafik 19). Uzroci ovakvog stanja nalaze se svakako u normalizaciji konzumacije alkohola, relativno pristupačnim cenama, ali i činjenici da su alkoholna pića usled nepoštovanja starosne granice kupovine lako dostupna. Podaci ESPAD pokazuju dostupnost alkoholnih pića maloletnicima kroz pitanje o tome koliko bi lako bilo nabaviti određeno alkoholno piće (pivo, vino ili žestoka alkoholna pića). U Srbiji četiri od pet mladih nema problem da nabavi pivo, tri četvrtine može bez većih problema nabaviti vino, dok preko dve trećine mladih može nabaviti žestoka alkoholna pića. I po ovom indikatoru Srbija ima najslabije performanse u odnosu na zemlje regiona, pri čemu su žestoka alkoholna pića u odnosu na 2019. godinu čak postala lakše dostupna imajući u vidu skok od gotovo 5,5 procentnih poena (Grafici 20-22). Alkoholna pića su u svim zemljama regiona izuzev Severne Makedonije značajno lakše dostupna u odnosu na prosek zemalja ESPAD.

**Grafik 16. Udeo mladih od 15-16 godina koji su probali alkohol sa 13 godina**



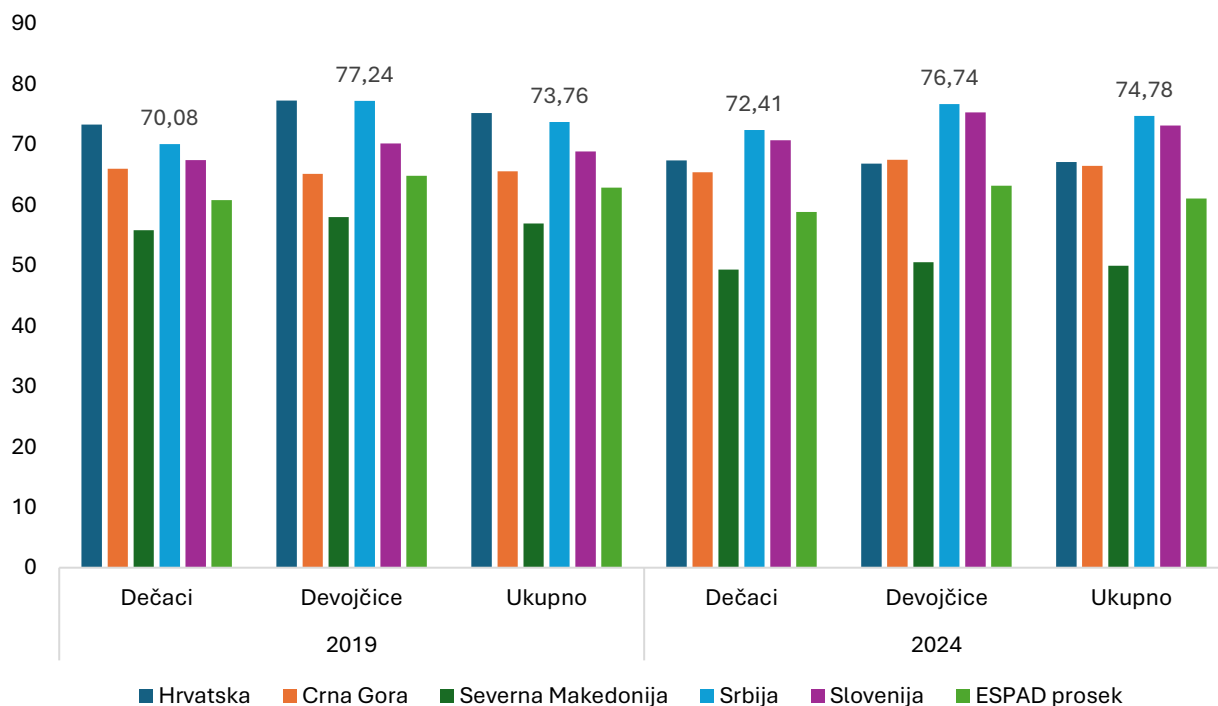
Izvor: ESPAD

**Grafik 20. Udeo mladih koji smatra da bi lako mogao nabaviti pivo (u %)**



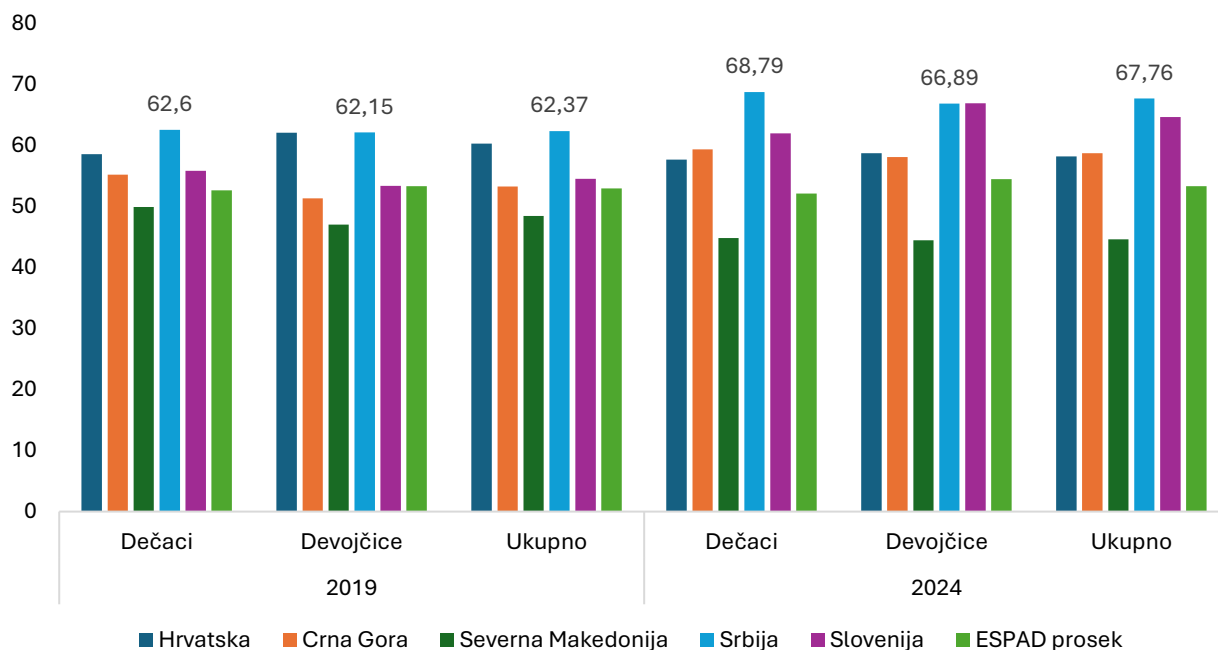
Izvor: ESPAD

**Grafik 17. Udeo mladih koji smatra da bi lako mogao nabaviti vino (u %)**



Izvor: ESPAD

**Grafik 18. Udeo mladih koji smatra da bi lako mogao nabaviti žestoka alkoholna pića (u %)**



Izvor: ESPAD

Rezultati sprovedenog istraživanja pokazuju i dalje prisutan problem značajne upotrebe alkohola među mladima u Srbiji i neophodnost urgentnog institucionalnog odgovora. Srbija spada u zemlje u kojima mladi u velikoj meri konzumiraju alkohol i prema većini posmatranih pokazatelja značajno je iznad proseka zemalja ESPAD, a prema nekima čak i spada u zemlje u kojima su trenutne navike mladih izrazito zabrinjavajuće. Za kreatore politika u ovom segmentu od posebnog značaja su podaci o ranim počinjanju sa konzumacijom, potrošnji alkohola među mladima u prethodnih mesec dana, odnosno epizodama prekomernog opijanja. Podatke o ranom otpočinjanju potkrepljuju podaci o izrazito lakoj dostupnosti alkoholnih pića koja je čak porasla u prethodnih 5 godina. Anketa ESPAD ukazuje da je potrebno hitno reagovati kroz mere cenovne politike koje imaju direktan efekat na inicijaciju i prekomernu upotrebu, ali i kroz strožu primenu postojećih mera zabrane prodaje maloletnicima. Dodatno, u dugom roku je potrebno raditi na široj implementaciji preventivnih mera i informisanja mladih, ali i ostalih aktera u vezi sa negativnim posledicama potrošnje alkohola među maloletnom populacijom.

## 8. Kvalitativni nalazi kao osnova za kreiranje politika

U periodu od maja do juna 2025. godine sprovedena je serija polustrukturiranih intervju sa relevantnim akterima iz oblasti omladinske politike, javnog zdravlja, prevencije zavisnosti i rada sa mladima. Cilj istraživanja bio je višeslojan: identifikovati obrasce konzumacije alkohola među mladima u Srbiji, sagledati dostupnost i percepciju alkohola, evaluirati efikasnost postojećih politika i institucionalnih odgovora te mapirati ključne faktore koji doprinose širenju, odnosno ublažavanju ovog fenomena. Među učesnicima su se našli predstavnici Ministarstva turizma i omladine, SZO, Krovne organizacije mladih Srbije (KOMS), Instituta za javno zdravlje Vojvodine, predstavnici vojnozdravstvenog sistema, kao i nevladinih organizacija koje se bave omladinom, javnim zdravljem i zagovaranjem.

Analiza sprovedenih intervju sa predstavnicima institucija, organizacijama civilnog društva i stručnjacima iz oblasti zdravlja i omladinske politike pokazuje da je konzumacija alkohola među mladima u Srbiji kompleksan društveni fenomen, koji se odvija u okviru kulturno prihvaćenih obrazaca ponašanja, slabe institucionalne kontrole i nedovoljno razvijenog sistema prevencije. Sagovornici u najvećoj meri dele mišljenje da je upotreba alkohola među mladima široko rasprostranjena te da obuhvata sve mlađe uzraste, uključujući i decu mlađu od 14 godina. Uočeno je da većina mladih makar jednom u životu proba alkohol, a učestalost konzumacije u uzrastu između 15. i 18. godine ukazuje na zabrinjavajući trend normalizacije pijenja, posebno u kontekstu socijalnih okupljanja, javnih manifestacija i neformalnih društvenih mreža. Skoro svi ispitanici istakli su da sledeći faktori najviše doprinose konzumaciji alkohola među mladima:

- društveni uticaj i neposredno okruženje,
- radoznalost,
- kulturološki obrasci i tolerancija prema alkoholu i
- uticaj medija.

### 8.1. Ekonomska i fizička dostupnost

Sagovornici ističu da je alkohol mladima veoma lako dostupan, kako u fizičkom smislu, tako i sa stanovišta cene. Cene alkoholnih pića relativno su niske u poređenju sa drugim psihoaktivnim supstancama, a dostupnost u prodavnicama i ugostiteljskim objektima je visoka, uprkos formalnim zakonskim zabranama. Praksa pokazuje da se maloletnicima alkohol često prodaje bez kontrole, a prodajno osoblje retko sprovodi proveru starosti. Pored toga, kućna proizvodnja alkohola i njegovo prisustvo u svakodnevnom životu dodatno doprinose normalizaciji konzumacije, pa mladi često dolaze u kontakt sa alkoholom u svojim porodicama, čak ga dobijaju direktno od članova porodice. Alkohol se u tom smislu ne percipira kao opasna supstanca, već kao deo tradicije i socijalnog identiteta, naročito u kontekstu obeležavanja praznika, slavlja i proslava.

## 8.2. Normalizacija potrošnje među mladima i uticaj marketinga

Sagovornici ukazuju na snažan uticaj društvenog okruženja, naročito vršnjačke grupe, prilikom donošenja odluke o konzumiranju alkohola. Mladi koji žele da se integrišu u određenu socijalnu sredinu često osećaju pritisak da piju, a alkohol se percipira kao sredstvo za opuštanje, samopotvrđivanje ili dokazivanje zrelosti, naročito među adolescentima. U ovom procesu važnu ulogu igraju i mediji, naročito društvene mreže koje često promovisu alkohol kroz sadržaje influencersa, muzičkih spotova i reklama. Sagovornici navode da marketing alkoholnih pića, iako formalno regulisan, nalazi načine da dopre do mladih, posebno putem neformalnih kanala i indirektnog sponzorisavanja događaja. Problem dodatno komplikuje činjenica da se poznate ličnosti, poput sportista, glumaca ili muzičara, pojavljuju u reklamama ili sadržajima koji promovisu alkohol, što mladi često tumače kao poruku da je konzumacija deo uspešnog i slobodnog životnog stila.

## 8.3. Mere prevencije i informisanost

Informisanost mladih o rizicima konzumacije alkohola ocenjuje se kao nedovoljna. Sagovornici ukazuju na to da sistem formalnog obrazovanja ne posvećuje dovoljno pažnje ovoj temi, niti postoji dosledan kurikulum koji bi mlade upoznao sa posledicama i mehanizmima zaštite. Školski programi uglavnom zanemaruju pitanja zdravih stilova života, a kada se i obrađuju, to se često svodi na jedinstvene radionice koje zavise od entuzijazma pojedinačnih nastavnika ili eksternih saradnika. Sagovornici se slažu da bi edukacija morala biti stalna, prilagođena uzrastu, i usmerena na osnaživanje kritičkog mišljenja među mladima. Kao naročito efikasan pristup prepoznaje se metoda vršnjačke edukacije, u kojoj mladi, kroz poverenje i međusobnu razmenu iskustava prenose poruke o rizicima konzumacije alkohola. Ipak, ovakvi programi još uvek su retki i zavise od kapaciteta i motivacije nevladinih organizacija. Kao najefikasnije predloge za unapređenje preventivnih mera sagovornici navode uvođenje radionica u saradnji sa obrazovnim i zdravstvenim institucijama, kao i kancelarijama za mlade; obuke vršnjačkih edukatora; kampanje usmerene na informisanje porodica o štetnosti alkohola putem televizijskih sadržaja; neposredan rad sa mladima kroz svedočenja osoba koje imaju negativna lična iskustva sa alkoholom, kao i kampanje sa javnim ličnostima, posebno influencersima i muzičkim izvođačima koji imaju značajan uticaj na mlade putem društvenih mreža.

## 8.4. Institucionalni odgovor i ograničavanje prodaje maloletnicima

Kada je reč o javnim politikama i institucionalnom odgovoru, većina sagovornika ističe da postojeći mehanizmi nisu dovoljno efikasni niti sistemski povezani. Politike koje se odnose na zabranu prodaje alkohola maloletnicima uglavnom ostaju „mrtvo slovo na papiru“ jer nisu praćene mehanizmima kontrole i sankcija. Sagovornici ukazuju i na nedoslednosti u zakonodavnom okviru, gde se u nekim propisima granica za kupovinu alkohola postavlja na 16 godina, a u drugim na 18, što stvara konfuziju u sprovođenju.

Dodatno, nakon navršenih 18 godina ne postoje nikakva zakonska ograničenja u vezi sa kupovinom i konzumacijom alkohola. Na taj način alkohol postaje lako dostupan osobama koje su tek postale punoletne ali se i dalje smatraju mladima. Imajući u vidu da veliki broj mladih počinje sa konzumacijom alkohola između 15. i 18. godine jasno je da zakonska zabrana važi samo tokom relativno kratkog perioda.

Pored toga, broj inspektora na terenu je ograničen, svest prodavaca i ugostitelja o zakonskim obavezama je niska, a sankcionisanje je retko i selektivno. Iako se deklarativno ističe važnost prevencije, u praksi se najčešće ne ulažu dovoljna sredstva u kontinuirane programe, niti postoji jasno opredeljenje da se tema zdravlja mladih institucionalizuje kao prioritarna. Istraživanje CZOR koje se zasnivalo na metodologiji tajnog kupca potvrdilo je navedene nalaze. Od 12 pokušanih kupovina od strane maloletnika svih 12 su bile uspešne, pri čemu je kao dokaz obezbeđen odgovarajući račun. Na osnovu navedenog jasno se može konstatovati da iako postoji, mera zabrane prodaje maloletnicima se ne primenjuje na odgovarajući način što potvrđuje sekundarne statističke podatke o izrazito lakoj dostupnosti.

Konačno, potrebno je istaći i Strategiju za mlade za period 2023-2030. i odgovarajući Akcioni Plan za period 2023-2025. Iako je smanjenje potrošnje mladih starosti od 15 do 30 godina prepoznato kao jedan od indikatora uspešnosti, postavljen ambiciozni cilj smanjenja udela mladih koji su probali alkohol kod mladih na 25% (sa sadašnjih oko 70%) čini se teško ostvarivim. To je još jasnije kada se pogledaju sredstva alocirana za namene programa usmerenih na mere prevencije i edukaciju mladih koja su veoma skromna a tokom posmatranog perioda imaju opadajući karakter. Stoga je teško očekivati da se bez značajnijih finansijskih ulaganja sprovedu efektivne mere kontrolnih politika koje bi dovele do ostvarenja ciljane vrednosti indikatora.

## 8.6. Međusektorska saradnja

U domenu međusektorske saradnje većina sagovornika ukazuje na ograničeni kapacitet i fragmentiranost pristupa. Iako postoje formalna tela i radne grupe koje okupljaju predstavnike različitih sektora (zdravstvo, obrazovanje, omladina), saradnja je često nekonzistentna, obeležena promenama kadrovskih rešenja i bez jasne linije odgovornosti. Sagovornici ističu potrebu za dugoročnim i stabilnim timovima koji nisu podložni političkim promenama, već imaju kontinuitet i stručni legitimitet da se bave ovim temama. Takođe, prepoznaje se da zdravstveni sektor, iako formalno nadležan, ima ograničene kapacitete, sa veoma malim brojem stručnjaka koji su direktno dostupni mladima. Prema dostupnim podacima navedenim u intervjuima, na jednog školskog psihologa dolazi i do 18.000 mladih, što dodatno ukazuje na ozbiljan disbalans između potreba i resursa. Sve trenutno dostupne mere sprovode se bez aktivnijeg učešća predstavnika sektora trgovine i finansija u čijem mandatu se nalazi niz potencijalno efektivnih mera počev od tržišne inspekcije, ograničavanja marketinga, akcizne politike i drugih cenovnih instrumenata poput minimalne cene ili uvođenja "earmarking" principa.

## 8.6. Finansijski resursi

Slično drugim politikama u oblasti javnog zdravlja i na osnovu komparativnih praksi, a imajući u vidu dominantan javni interes, finansiranje kontrolnih politika se uglavnom sprovodi iz javnih izvora, Stoga je osnov sprovođenja efektivnih politika kontrole politička posvećenost ostvarenju ciljeva javnog zdravlja i posledično obezbeđenje održivog budžetskog finansiranja. Sve dostupne nezavisne analize ekonomskih troškova i koristi, nezavisno od konkretne mere ili nivoa razvijenosti zemlje, pokazuju ekonomsku efektivnost politika kontrole. Na jednu jedinicu uloženi sredstava, monetarno izraženi efekti sprovedenih mera kreću se u nivou od čak nekoliko desetina jedinica. Studija OECD ukazuje da se na 1 dolar uloženi sredstava kroz ekonomske koristi vrati 16 dolara.<sup>79</sup> S obzirom na ograničena finansijska sredstva, Vlada se može opredeliti za nekoliko načina obezbeđenja dodatnih sredstava kroz snažnije oporezivanje potrošnje i uvođenje „earmarking“ principa. I ovde je potrebno napomenuti značaj međusektorske saradnje s obzirom da se ostvarenje prioriteta javnog zdravlja u ovom slučaju može ostvariti i kroz saradnju i ko-finansiranje sa drugim akterima kao što su primera radi Ministarstva zaduženo za trgovinu, mlade, pitanja bezbednosti u saobraćaju, razvoja civilnog društva i lokalne samouprave, Dodatno, potrebno je iskoristiti i mogućnosti korišćenja međunarodnih izvora finansiranja (npr. EU) u okviru poziva koji podržavaju programe i projekte u oblasti javnog zdravlja. Uz to, postoji mogućnost privlačenja sredstava iz privatnog sektora fokusirajući se na one aktere koji imaju finansijski interes u vezi sa promocijom zdravih životnih stilova (sport, rekreacija, održivi razvoj, itd.). Naravno, preduslov za korišćenje navedenih mogućnosti predstavlja uspostavljanje odgovarajućeg strateškog i institucionalnog okvira.

## 8.7. Poreska politika

Na kraju, pojedini sagovornici problematizuju i postojeću poresku politiku prema alkoholnim pićima. Iako formalno postoje akcize, njihova visina ne predstavlja ozbiljan demotivišući faktor. Zbog toga alkohol ostaje najpristupačnija psihoaktivna supstanca u Srbiji, a njegova prisutnost u svakodnevnom životu mladih ne proizlazi isključivo iz individualnih izbora, već i iz duboko kulturnih obrazaca, sistemske pasivnosti i nedovoljne podrške institucija. Dodatni izazov predstavlja činjenica da se sredstva prikupljena od poreza ne usmeravaju ka preventivnim programima. U tom kontekstu sve je više inicijativa koje zagovaraju uvođenje modela takozvanog „earmarkinga“, kojim bi se deo prihoda od poreza na alkohol namenski izdvajao za obrazovne kampanje, savetovaništa, psihosocijalne intervencije i druge javno-zdravstvene aktivnosti usmerene ka mladima. Poreska politika je u nadležnosti Ministarstva finansija, pri čemu pitanje njene adekvatnosti nije diskutovano na odgovarajući način kako bi se razmotrilo pitanje priuštivosti alkoholnih pića. Kao što je potvrđeno

---

<sup>79</sup> OECD. (2021). Preventing Harmful Alcohol Use. OECD Health Policy Studies. <https://doi.org/10.1787/6e4b4ffb-en>

istraživanjima u velikom broju zemalja uključujući i analize SZO, priuštivost alkoholnih pića posebno pogađa mlade utičući na rano otpočinjanje potrošnje i njen intenzitet.

Sumirajući sve nalaze proistekle iz intervjua može se zaključiti da konzumacija alkohola među mladima u Srbiji nije izolovan fenomen, već duboko ukorenjen u društvenim normama, uz izraženu potrebu za koordinisanim, sveobuhvatnim i dugoročnim pristupom koji povezuje prevenciju, edukaciju, kontrolu i podršku. Sagovornici se slažu da problem ne leži samo u pojedincima, već u celokupnom sistemu koji trenutno ne prepoznaje ni razmere, ni posledice ovog problema. To ukazuje na neophodnost uspostavljanja društvenog konsenzusa i definisanja strateškog pristupa borbi protiv potrošnje sa posebnim fokusom na mlade i adolescente. Inicijalni korak bi trebalo da predstavlja preliminarna procena troškova *statusa quo* i odgovora na pitanje koliko Srbija gubi usled posledica potrošnje alkohola među mladima uključujući zdravstvene troškove, izgubljene godine života i ostale društvene troškove po različitim segmentima (obrazovanje, radna snaga, kriminal, porodično nasilje, saobraćaj, itd.).

## 9. Zaključci i preporuke

Konzumacija alkohola među mladima u Srbiji predstavlja ozbiljan izazov za javno zdravlje, obrazovni sistem i socijalnu politiku, ali i pitanje prioriteta ekonomskog razvoja. Iako podaci ne ukazuju na znatno veću učestalost konzumacije u odnosu na vršnjake iz drugih evropskih zemalja, zabrinjavaju obrasci ponašanja koji uključuju konzumiranje većih količina alkohola, naročito tokom radnih dana i vikenda. Podaci ESS ukazuju da oko 40% mladih u Srbiji starosti od 15 do 19 godine konzumira alkohol barem jednom mesečno, dok taj udeo među starosnim grupama od 20 do 24 i 25 do 29 godina raste na oko 60%. Oko 54% mladih od 15 do 19 godina koji konzumiraju alkohol opijaju se barem jednom mesečno, što pokazuje da značajan broj mladih ispod starosnog limita ili neposredno nakon punoletstva pije radi opijanja. Dodatno, za Srbiju je karakteristično da, u odnosu na većinu drugih evropskih zemalja, mladi počinju sa konzumacijom veoma rano. Oko 42% sa konzumacijom počinje sa 13 godina ili ranije. Takvo ponašanje povezano je na individualnom nivou sa nizom štetnih posledica, uključujući povećan rizik od depresije, poremećaja spavanja, usamljenosti, problema sa disanjem i povišenog krvnog pritiska. Dugoročne posledice po društvo ogledaju se u značajnom broju godina izgubljenog života ili oboljevanja od bolesti povezanih sa konzumacijom uključujući pripadajuće troškove lečenja i izgubljenu produktivnost, slabije obrazovne rezultate, lošije ishodišta na tržištu rada, porodično nasilje, itd. Sveukupno, potrošnja alkohola utiče na suboptimalno korišćenje resursa i predstavlja značajno ograničenje društvenog razvoja. U nastavku sledi prikaz ključnih zaključaka proisteklih na osnovu sprovedenog istraživanja:

- **Sistem kontrole potrošnje alkohola nedovoljno utiče na ograničavanje dostupnosti i priuštivosti alkoholnih pića mladima**

Pored individualnih i socijalnih činilaca, na rasprostranjenost konzumacije alkohola među mladima značajno utiču i strukturne slabosti sistema. Alkohol je mladima lako dostupan, kako kroz široku prisutnost u maloprodaji i ugostiteljskim objektima, tako i zbog relativno niskih cena koje ga čine ekonomski pristupačnim. Podaci ESPAD potvrđuju pretpostavku da sistem nedovoljno štiti maloletnike omogućavajući im da relativno lako dođu do alkoholnog pića. Nabavka piva i vina ne predstavlja problem za četiri petine odnosno tri četvrtine mladih uzrasta od 15 do 16 godina. Posebno je indikativan porast udela mladih koji bez poteškoća mogu nabaviti žestoka alkoholna pića u odnosu na 2019. godinu. Tek svaki treći smatra da bi to mogao predstavljati problem. Poređenje cena alkoholnih pića po evropskim zemljama prilagođenim za indeks kupovne moći ukazuje da Srbija spada u red zemalja srednje priuštivosti. Trenutna poreska politika nema za cilj smanjenje priuštivosti, niti sadrži mehanizme koji bi omogućili njeno prilagođavanje inflatornim pritiscima i rastu dohotka.

- **Institucionalni kapaciteti i međuinstitucionalna saradnja nisu dovoljni da isprate ciljeve postavljene strateškim dokumentima**

Zakonodavni okvir u Srbiji je neusklađen i često nedosledan. Kaznene mere su blage, a inspekcijski nadzor neredovan i nedovoljno sistemski postavljen. Ovim istraživanjem je utvrđeno da institucije u Srbiji ne prate podatke o broju kazni izdatih za prekršaj prodaje alkoholnih pića maloletnicima. Srbija bi u tom smislu mogla koristiti iskustva drugih zemalja (npr. Island, Litvanija i Slovenija) koje su značajno podigle kapacitete inspekcijских službi sa ciljem zaštite i podizanja svesti stanovništva, a posebno maloletnika. Istovremeno, obrazovni sistem ne pruža adekvatnu podršku kroz kontinuirane preventivne programe. Informisanost mladih o rizicima konzumacije alkohola je nedovoljna. Edukacija o štetnosti alkohola uglavnom se ograničava na povremene radionice, koje često zavise od entuzijazma pojedinačnih nastavnika ili angažovanja eksternih saradnika, umesto da budu deo sistemski uređenog pristupa. Saradnja obrazovnih i zdravstvenih institucija sa ciljem kreiranja efikasnih i deci prilagođenih edukativnih kampanja uglavnom izostaje.

- **Marketing alkoholnih pića nedovoljno je regulisan što podstiče normalizaciju potrošnje među mladima**

Dodatnu opasnost predstavljaju ukorenjeni kulturološki obrasci koji ne samo da tolerišu, već često i podstiču konzumaciju. Mladi koji teže prihvatanju u određenoj društvenoj sredini neretko osećaju pritisak da piju, dok se alkohol percipira kao sredstvo za opuštanje, samopotvrđivanje ili dokazivanje zrelosti, posebno u periodu adolescencije. Ovaj pritisak dodatno pojačavaju sadržaji na društvenim mrežama i u savremenim medijima, gde se alkohol prikazuje kao simbol zabave, društvene prihvaćenosti i lične slobode. Marketing alkoholne industrije nije u dovoljnoj meri regulisan što se može primetiti i kroz zastupljenost reklama na televizijskim programima i sponzorstva na sportskim i kulturnim manifestacijama koja veoma često okupljaju decu i adolescente. Prisutnost reklama nije ograničena ni kada je u pitanju

blizina mesta na kojima deca provode značajno vreme (omladinski klubovi, pozorišta, bioskopi, sportski centri, itd.).

- **Ekonomski uticaj industrije alkohola nije zanemarljiv ali ne predstavlja argument za odsustvo striktnijih kontrolnih politika, a posebno odsustvo dovoljne zaštite maloletnika**

Analiza ekonomskog doprinosa industrije alkoholnih pića u Srbiji pokazuje da ovaj sektor aktivno učestvuje u privrednim tokovima, posebno kroz zapošljavanje i izvozno orijentisanu proizvodnju. Ipak, njegov ukupan uticaj ostaje ograničen, a tržišni efekti nisu od presudnog značaja za stabilnost nacionalne ekonomije. Ovakvi nalazi dodatno potkrepljuju opravdanost sprovođenja odlučnih javnozdravstvenih mera, budući da bi ograničavanje dostupnosti alkohola, naročito među mladima, imalo minimalan uticaj na privredne tokove, dok bi koristi po zdravlje populacije bile znatne. Sprovedeno istraživanje potvrđuje značajan uticaj industrije koji se ogleda u nastojanjima da se uspori primena striktnije regulative.

- **Trenutna međusektorska saradnja je nedovoljna, posebno u oblasti kreiranja akcizne politike**

Iako međusektorska saradnja formalno postoji, njeno funkcionisanje je u praksi neujednačeno i u velikoj meri zavisi od pojedinačnih inicijativa i raspoloživih kadrovskih kapaciteta. Nedostatak jasno definisanih linija odgovornosti dodatno komplikuje sprovođenje politika usmerenih na zaštitu mladih. U domenu fiskalne politike, postojeći model oporezivanja alkoholnih pića pokazuje se kao nedelotvoran u pogledu smanjenja potrošnje: visina akciza ne deluje destimulišuće, a prikupljena sredstva se ne usmeravaju u mere prevencije, obrazovanja i zaštite javnog zdravlja. Time se propušta mogućnost korišćenja ekonomskih instrumenata kao alata javnozdravstvene politike. Efektivnost akcizne politike i dalje nije pitanje o kome se javno diskutuje već ostaje isključivo u domenu rada Ministarstva finansija, iako imaju direktan uticaj na potrošnju i proizvode značajno šire efekte od budžetskih.

Nalazi studije ukazuju na to da je konzumacija alkohola među mladima kompleksan i višedimenzionalan problem, koji zahteva koordinisan, sveobuhvatan i dugoročno održiv odgovor. Ključno je uspostaviti integrisani okvir koji povezuje preventivne, edukativne, regulatorne i fiskalne mehanizme, uz jasno definisane institucionalne nadležnosti i mehanizme za kontinuirano praćenje i evaluaciju efekata politika. U suprotnom, postoji realan rizik od daljeg normalizovanja i porasta konzumacije alkohola među mladima, što predstavlja ozbiljnu prepreku razvoju zdravijeg i bezbednijeg društva.

Na osnovu navedenih nalaza sprovedenog istraživanja proistekle su sledeće

#### **PREPORUKE:**

---

**Harmonizacija  
zakonodavstva i  
usklađivanje starosnih  
granica**

Neophodno je uskladiti sve zakonske propise koji regulišu prodaju i konzumaciju alkohola kako bi se uspostavila jedinstvena starosna granica od najmanje 18 godina. Time bi se otklonile postojeće neusklađenosti koje unose konfuziju u sprovođenje zakona i otežavaju nadzor. Uz to, preporučuje se razmatranje uvođenja dodatnih mera zaštite za osobe između 18. i 21. godine, koje se i dalje nalaze u rizičnom periodu razvoja, kako bi se osnažila prevencija i smanjila dostupnost alkohola u toj ranjivoj grupi.

---

**Izrada nove  
nacionalne strategije  
za prevenciju  
konzumacije alkohola**

Umesto oslanjanja na postojeću Uredbu o Nacionalnom programu, koja se pokazala kao nedovoljno funkcionalna i bez precizno definisanih mehanizama implementacije, preporučuje se izrada nove, sveobuhvatne nacionalne strategije. Ovaj strateški dokument treba da bude usklađen sa relevantnim javnim politikama, uključujući Strategiju za mlade, i da sadrži jasno postavljene ciljeve, merljive indikatore, precizno određene nadležne institucije, definisane izvore finansiranja i održive mehanizme međusektorske koordinacije. Takav pristup omogućio bi efikasnije planiranje, sprovođenje i praćenje mera usmerenih na smanjenje konzumacije alkohola među mladima. Pitanje finansiranja ima posebno mesto jer bez obezbeđenja odgovarajućih sredstava za sprovođenje mera i definisanja izvora finansiranja ne može se očekivati napredak u ostvarenju postavljenih indikatora.

---

**Revizija ciljeva i fokus  
na realne ciljne grupe  
u okviru Strategije za  
mlade**

Ciljevi postavljeni u okviru Strategije za mlade, a posebno Cilj 5 koji se odnosi na stvaranje zdravog i bezbednog okruženja, zahtevaju pažljivu reviziju i preciznije usmeravanje aktivnosti. Neophodno je strateški planirati mere koje će biti usmerene ne samo na postojeću populaciju mladih, već i na generacije koje će do 2030. godine ući u starosnu grupu od 15 do 30 godina. Posebnu pažnju treba posvetiti adolescentima i mladima uzrasta od 15 do 24 godine koji će i u narednom periodu ostati deo ciljne grupe obuhvaćene strategijom. Dodatno, realizacija ciljeva operacionalizovana Akcionim Planom mora biti praćena alociranjem značajnijih finansijskih sredstava usmerenim na mere prevencije i podizanje svesti svih aktera uz blisku koordinaciju sa institucijama sektora javnog zdravlja i organizacijama civilnog društva.

---

---

## Izmene Zakona o zaštiti potrošača

Potrebno je sprovesti izmene Zakona o zaštiti potrošača, sa posebnim akcentom na preciznije definisanje prekršaja u vezi sa prodajom alkoholnih pića maloletnim licima, kao i na uvođenje strožih i efikasnijih kaznenih mera koje bi imale odvraćajući efekat. Takođe, preporučuje se uvođenje pravne osnove kojom bi se zaposlenima u trgovinskim i ugostiteljskim objektima omogućilo da zatraže na uvid lični dokument kupca u slučajevima sumnje da se radi o maloletnom licu. Za realizaciju ove preporuke neophodno je dodatno raditi na podizanju kapaciteta tržišne inspekcije i podizanju svesti javnosti.

---

## Uvođenje obavezne preventivne edukacije u školama i sistemska edukacija roditelja i lokalnih zajednica

Prevenција rane konzumacije alkohola treba da postane sastavni deo školskog programa kroz sistemsku i kontinuiranu edukaciju o rizicima i posledicama upotrebe alkohola, počev još od osnovnog obrazovanja. Kao posebno efikasan pristup prepoznaje se vršnjačka edukacija, u okviru koje mladi, oslanjajući se na međusobno poverenje i deljenje iskustava, prenose poruke o štetnosti konzumacije alkohola. Dodatnu vrednost ima i neposredan rad sa mladima kroz svedočenja osoba koje imaju lična, negativna iskustva sa alkoholom. Roditelji i lokalne zajednice treba da budu uključeni u programe prevencije kroz kontinuiranu edukaciju i osnaživanje u prepoznavanju i reagovanju na rizična ponašanja mladih.

---

## Unapređenje poreske politike

Potrebno je razmotriti povećanje akciza na sva alkoholna pića, uz primenu principa namenski usmerenih prihoda („*earmarking*“), kojim bi se deo sredstava od akciza izdvajao za programe prevencije i lečenja bolesti povezanih sa konzumacijom alkohola. Imajući u vidu ključnu ulogu cenovne politike u kontroli potrošnje, neophodno je redefinisati prioritete akcizne politike, koja je trenutno pretežno usmerena na ostvarenje stabilnih budžetskih prihoda, zanemarujući moguće dugoročne društvene koristi, uključujući uštede u zdravstvenim i drugim javnim rashodima koje proizlaze iz smanjene potrošnje alkohola. U fokusu revidirane poreske politike treba da bude priuštivost. Kako bi se to postiglo, potrebno je osigurati da se akcize kontinuirano koriguju na način da uzmu u obzir kretanje inflacije i porast dohotka stanovništva. Takođe, preporučuje se sprovođenje

---

---

analize elastičnosti između prihoda od akciza i nivoa potrošnje alkoholnih pića, kako bi se empirijski procenio uticaj fiskalne politike na smanjenje potrošnje i povećanje javnih prihoda. Dodatno, potrebno je razmotriti i uvođenje minimalne cene alkoholnih pića kako bi se izbeglo supstituisanje skupljih pića jeftinijim.

---

**Proširenje zabrane reklamiranja alkohola u medijima i događajima koji imaju veze sa mladima**

Postavljanje ograničenja u oglašavanju alkoholnih pića u medijskim sadržajima i na digitalnim platformama koje su dostupne mlađoj populaciji. Posebna pažnja mora biti usmerena na sprečavanje promocije alkohola kroz kanale koje deca i adolescenti najčešće koriste, kako bi se smanjio njihov izloženost marketinškim porukama koje podstiču ranu i rizičnu konzumaciju. Dodatno, potrebno je sprovesti ograničavanje mogućnosti industrije da sponzoriše događaje koje posećuju i prate maloletnici (sportski, kulturni, zabavni događaji, itd.), i proširenje zabrane reklamiranja u blizini obrazovnih institucija na ostale prostore u kojima borave mladi (omladinski klubovi, pozorišta, parkovi, itd.).

---

**Jačanje kapaciteta inspekcija i kontrolnih mehanizama**

Inspekcijske službe moraju biti kadrovski i tehnički osnažene kako bi mogle efikasnije da nadziru prodaju i promociju alkoholnih pića, posebno u blizini škola, omladinskih centara i drugih mesta okupljanja mladih. U cilju kontrole sprovođenja implementacije zakona potrebno je vršiti intenzivnije inspekcijske aktivnosti koje se između ostalog mogu zasnivati i na podsticanju građanskog učešća i sprovođenju "tajnih kupovina".

Iskustva Slovenije koja je počela sa intenzivnom primenom ovih mera mogu biti od koristi. Neophodno je razviti savremenije i efikasnije modele nadzora nad sprovođenjem zakona, uključujući uvođenje digitalnih alata za evidentiranje prodaje alkohola i prijavu nepravilnosti od strane građana i zaposlenih u sektoru. U tom kontekstu tržišna inspekcija bi trebalo da uspostavi poseban sistem evidencije prekršaja koji se odnose isključivo na alkoholna pića, odvojen od onih koji se tiču duvanskih proizvoda, pirotehnike i sličnih kategorija. Redovno i transparentno izveštavanje o ovim podacima omogućilo bi bolje praćenje trendova i usmeravanje nadzornih aktivnosti na rizična područja, čime bi se

	značajno unapredila primena zakona i smanjila dostupnost alkohola mladima.
<b>Razvoj i finansiranje vršnjačkih i digitalnih kampanja uz podsticanje učešća civilnog sektora u aktivnostima promocije zdravih stilova života</b>	Preporučuje se osmišljavanje savremenih kampanja sa ciljem informisanja mladih o štetnosti alkohola. Ove kampanje treba da koriste jezik i formate bliske mladima, kao i da omoguće direktno učešće mladih u njihovoj izradi i sprovođenju. Uloga civilnog društva u aktivnostima podizanja svesti i direktnog rada sa mladima je nezamenljiva imajući u vidu njihovo iskustvo rada sa mladima "na terenu". Dodatno, saradnja civilnog društva sa ostalim akterima treba da rezultira sprovođenjem akcija koje promovišu alternative konzumiranju alkohola oslanjajući se na zdrave životne stilove.
<b>Osnaživanje međusektorske saradnje</b>	Rešavanje problema zloupotrebe alkohola zahteva koordinisano delovanje sektora zdravstva, obrazovanja, finansija, policije i lokalne samouprave, uz jasno definisane nadležnosti i zajedničku odgovornost. Neophodno je formirati stabilne, dugoročne timove sa institucionalnim kontinuitetom i stručnim legitimitetom, koji neće biti podložni političkim promenama. Takođe, iako je zdravstveni sektor formalno nadležan, on raspolaže ograničenim kapacitetima, uz izuzetno mali broj stručnjaka koji su direktno dostupni mladima, što dodatno otežava sprovođenje preventivnih i savetodavnih aktivnosti.
<b>Obaveza izveštavanja i evaluacija učinaka</b>	Preporučuje se uspostavljanje obaveze redovnog izveštavanja o realizaciji planiranih aktivnosti iz postojećih i budućih strateških dokumenata u oblasti prevencije konzumacije alkohola. Istovremeno, potrebno je razviti mehanizme nezavisnog praćenja i evaluacije učinka, uz jasno definisane pokazatelje napretka koji će biti javno dostupni. Transparentnost u sprovođenju i proceni rezultata predstavlja ključni preduslov za odgovorno upravljanje javnim politikama i dugoročno unapređenje njihove efikasnosti.

## 10. Lista referenci

1. Agencija za privredne registre Republike Srbije. Finansijski izveštaji II kvartal 2025 [Podaci]. <https://fin.apr.gov.rs/JavnaPretraga>
2. Agencija za privredne registre Republike Srbije. (n.d.). Pretraga evidencije obveznika finansijskih izveštaja. <https://fin.apr.gov.rs/JavnaPretraga>
3. Babor, T. F., Casswell, S., Graham, K., Huckle, T., Livingston, M., Österberg, E., ... & Sornpaisarn, B. (2022). Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy. Oxford University Press.
4. Berdzuli, N., Ferreira-Borges, C., Gual, A., & Rehm, J. (2020). Alcohol control policy in Europe: Overview and exemplary countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8162
5. Dunbar, R.I.M., Launay, J., Wlodarski, R. et al. Functional Benefits of (Modest) Alcohol Consumption. *Adaptive Human Behavior and Physiology* 3, 118–133 (2017). <https://doi.org/10.1007/s40750-016-0058-4>
6. European Commission (2021), Europe's Beating Cancer Plan. [https://health.ec.europa.eu/system/files/2022-02/eu\\_cancer-plan\\_en\\_0.pdf](https://health.ec.europa.eu/system/files/2022-02/eu_cancer-plan_en_0.pdf)
7. European Union Drugs Agency. (2024). ESPAD 2024 key findings. [https://www.euda.europa.eu/publications/data-factsheets/espac-2024-key-findings\\_en](https://www.euda.europa.eu/publications/data-factsheets/espac-2024-key-findings_en)
8. Eurostat. (2023). Comparative price levels of consumer goods and services. European Commission. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative\\_price\\_levels\\_of\\_consumer\\_goods\\_and\\_services](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative_price_levels_of_consumer_goods_and_services)
9. Eurostat. (2025). Household final consumption expenditure by purpose (COICOP 2018) [Data set]. Eurostat. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/nama\\_10\\_cp18\\_custom\\_17019593/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/nama_10_cp18_custom_17019593/default/table?lang=en)
10. Guindon, G.E., Zhao, K., Fatima, T., Garasia, S., Quinn, N., Baskerville, N.B., i ostali. (2022). Prices, taxes and alcohol use: a systematic umbrella review. *Addiction*. 117(12):3004–3023 <https://doi.org/10.1111/add.15966>
11. Institute of Alcohol Studies. (2003). Alcohol misuse: How much does it cost? <https://www.ias.org.uk/uploads/pdf/Economic%20impacts%20docs/costi%20uk.pdf>
12. Jernigan, D. H. (2010). The extent of global alcohol marketing and its impact on youth. *Contemporary Drug Problems*, 37(1), 57–89.
13. Karpavičiūtė, A., & Šapranavičienė, M. (2025, July). Harmonisation of excise duties on alcohol within the EU. In *Young Scientist, Conference/Jaunasis mokslininkas, konferencija* (pp. 32-37).
14. Kilian, C., Lemp, J. M., Llamosas-Falcón, L., i ostali (2023). Reducing alcohol use through alcohol control policies in the general population and population subgroups: A systematic review and meta-analysis. *eClinicalMedicine*, 59, Article 101996. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2023.101996>
15. Manthey, J. Gobiņa, I. Isajeva, L. Neneman, J. Reile, R. Štelemėkas, M. i ostali (2024). The Impact of Raising Alcohol Taxes on Government Tax Revenue: Insights from Five European Countries. *Appl Health Econ Health Policy*. 22(3):363–374 <https://doi.org/10.1007/s40258-024-00873-5>

16. Manthey, J., Hassan, S. A., Carr, S., Kilian, C., Kuitunen-Paul, S., & Rehm, J. (2021). What are the economic costs to society attributable to alcohol use? A systematic review and modelling study. *Pharmacoeconomics*, 39(7), 809-822.
17. Marinković, I. (2020). Estimates of alcohol-related mortality in Serbia (2016-2018). *Stanovništvo*, 58(1), 89–111. <https://doi.org/10.2298/STNV2001089M>
18. McCambridge, J., & Lesch, M. (2024). Are we moving into a new era for alcohol policy globally? An analysis of the Global Alcohol Action Plan 2022-30. *BMJ Global Health*, 9(2), e014246.
19. McCreanor, T., Lyons, A., Griffin, C., Goodwin, I., Barnes, H. M., & Hutton, F. (2013). Youth drinking cultures, social networking and alcohol marketing: Implications for public health. *Critical Public Health*, 23(1), 110–120.
20. McCreanor, T., Moewaka Barnes, A., Goodwin, I., Carah, N., Young, J., Spicer, J., & Lyons, A. C. (2025). Alcohol marketing on social media: young people's exposure, engagement and alcohol-related behaviors. *Addiction Research & Theory*, 33(3), 161-171.
21. Ministarstvo finansija Republike Srbije. (2024). *Tabela: Pregled prihoda po vrstama poreza – 2024. godina*. [https://www.mfin.gov.rs/upload/media/sRpnaY\\_686ba59a24350.xlsx](https://www.mfin.gov.rs/upload/media/sRpnaY_686ba59a24350.xlsx)
22. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije. Spisak registrovanih aktivnih proizvođača jakih alkoholnih pića [PDF]. <https://www.minpolj.gov.rs/spisak-registrovanih-aktivnih-proizvodjaca-jakih-alkoholnih-pica/>
23. Ministarstvo turizma i omladine. (2023). Akcioni plan za mlade 2023–2025 za sprovođenje Strategije za mlade u Republici Srbiji. [https://mto.gov.rs/extfile/sr/2540/akcioni\\_pl\\_2023-2025\\_za\\_mlade\\_RS\\_2023-2030\\_063\\_cyr.pdf](https://mto.gov.rs/extfile/sr/2540/akcioni_pl_2023-2025_za_mlade_RS_2023-2030_063_cyr.pdf)
24. Ministarstvo turizma i omladine. (2021). Istraživanje o položaju i potrebama mladih. <https://mto.gov.rs/tekst/sr/1180/istrazivanja.php>
25. Ministarstvo unutrašnje i spoljne trgovine Republike Srbije. (2024). Istraživanje o stavovima i navikama potrošača u vezi sa upotrebom alkoholnih pića. <https://mto.gov.rs/extfile/sr/7971/Istrazivanje112024.pdf>
26. Ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Srbije. (2024). Pojačana kontrola saobraćaja – alkohol i psihoaktivne supstance. <https://www.mup.gov.rs/wps/portal/sr/aktuelno/saopštenja/38bfb805-35c2-4bba-b2b9-66c254ae1d96>
27. Nastasić, A. (2011). Ekonomski pristup problemu alkoholizma. Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu. <https://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/BZ-eko-pristup-alkhlzm-Nastasic-sent.pdf>
28. Nawrołska, I. (2023). Excise Tax on Alcohol—Fiscal or Non-Fiscal Objective?. *Optimum. Economic Studies*, 113(3), 46-64.
29. Nina media. (2022). Terensko istraživanje o položaju i potrebama mladih u Republici Srbiji 2021. Beograd.
30. O'Keefe, J. H., Bhatti, S. K., Bajwa, A., DiNicolantonio, J. J., & Lavie, C. J. (2014, March). Alcohol and cardiovascular health: The dose makes the poison... or the remedy. *Mayo Clinic Proceedings*, 89(3), 382–393. Elsevier.
31. OECD. (2021). Preventing Harmful Alcohol Use. *OECD Health Policy Studies*. <https://doi.org/10.1787/6e4b4ffb-en>
32. Paschall, M. J., Grube, J. W., Thomas, S., Cannon, C., & Treffers, R. (2012). Relationships between local enforcement, alcohol availability, drinking norms, and adolescent alcohol use in 50 California cities. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 73(4), 657–665.
33. Pellechia, T. (2020). Online Alcohol Sales Grew In 2019, Yet All Is Not Rosy. *Forbes*.
34. Pravni kutak. (2024). *Prodaja alkohola maloletnicima: Zakonska zabrana i loša praksa u Srbiji*. <https://rkp.rs/prodaja-alkohola-maloletnicima-zakonska-zabrana-i-losa-praksa-u-srbiji>
35. Privredna komora Srbije – Udruženje za biljnu proizvodnju i prehrambenu industriju, Grupacija za vinogradarstvo i vinarstvo. (2025). Beograd: Privredna komora Srbije.

36. Rehm, J., Anderson, P., Manthey, J., Shield, K. D., Struzzo, P., Wojnar, M., & Gual, A. (2016). Alcohol use disorders in primary health care: What do we know and where do we go? *Alcohol and Alcoholism*, 51(4), 422–427.
37. Republički zavod za statistiku Srbije. (n.d.). Izvoz i uvoz, po robnim grupama SMTK, rev. 4 [Podaci]. <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl>
38. Republički zavod za statistiku Srbije. Potrošnja alkoholnih pića u domaćinstvima [Podaci]. Data Stat. <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/240203?languageCode=sr-Cyrl>
39. Roerecke, M., & Rehm, J. (2014). Alcohol consumption, drinking patterns, and ischemic heart disease: a narrative review of meta-analyses and a systematic review and meta-analysis of the impact of heavy drinking occasions on risk for moderate drinkers. *BMC Medicine*, 12, 182. <https://doi.org/10.1186/s12916-014-0182-6>
40. Room, R. (2021). Global intergovernmental initiatives to minimise alcohol problems: Some good intentions, but little action. *European Journal of Risk Regulation*, 12, 419–432.
41. Savez proizvođača rakije Srbije. (n.d.). Zvanična veb-stranica Saveza proizvođača rakije Srbije. <https://savezrakija.rs/>
42. Stockwell, T., Zhao, J., Giesbrecht, N., i ostali. (2012). The raising of minimum alcohol prices in Saskatchewan, Canada: Impacts on consumption and implications for public health. *American Journal of Public Health*, 102, e103–e110.
43. Stockwell, T., Zhao, J., Panwar, S., Roemer, A., Naimi, T., & Chikritzhs, T. (2016). Do “moderate” drinkers have reduced mortality risk? A systematic review and meta-analysis of alcohol consumption and all-cause mortality. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 77(2), 185–198.
44. Strategija za mlade u Republici Srbiji za period 2023-2030. godina ("Sl. glasnik RS", br. 9/2023). [http://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2023\\_02/SG\\_009\\_2023\\_002.htm](http://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2023_02/SG_009_2023_002.htm)
45. Subbaraman, M., & Kerr, W. (2013). State panel estimates of the effects of the minimum legal drinking age on alcohol consumption, 1950–2002. *Alcohol: Clinical and Experimental Research*, 37, e291–e296.
46. Štelemėkas, M., Manthey, J., i ostali (2021). Alcohol control policy measures and all-cause mortality in Lithuania: An interrupted time-series analysis. *Addiction*, 116(10), 2673–2684. <https://doi.org/10.1111/add.15470>
47. Thavorncharoensap, M., Teerawattananon, Y., Yothasamut, J., Lertpitakpong, C., & Chaikledkaew, U. (2009). The economic impact of alcohol consumption: A systematic review. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 4, Article 20. <https://doi.org/10.1186/1747-597X-4-20>
48. Uredba o nacionalnom programu prevencije štetne upotrebe alkohola i alkoholom uzrokovanih poremećaja u Republici Srbiji ("Sl. glasnik RS", br. 115/2017). [http://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2017\\_12/t12\\_0309.htm](http://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2017_12/t12_0309.htm)
49. Vlada Republike Srbije. (2023). Program za suzbijanje sive ekonomije za period od 2023. do 2025. Godine ("Sl. glasnik RS", br. 21/2023). <https://www.paragrafco.co.rs/propisi/program-za-suzbijanje-sive-ekonomije-2023-2025-godine.html>
50. Vladislavljević, M., Zubović, J., Jovanović, O., & Đukić, M. (2024). Crowding-out effect of tobacco consumption in Serbia. *Tobacco Control*, 33(Suppl 2), s88-s94.
51. Vojnomedicinska akademija, Centar za kontrolu trovanja. (2023). Godišnjak Centra za kontrolu trovanja. <http://www.vma.mod.gov.rs/godisnjak-ckt-2023.pdf>
52. Wagenaar, A. C., & Toomey, T. L. (2002). Effects of minimum drinking age laws: review and analyses of the literature from 1960 to 2000. *Journal of Studies on Alcohol, supplement*, (14), 206-225.
53. World Health Organization. (2024). Alcohol. Fact sheet. WHO. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>
54. WHO – Regional Office for Europe. (2025). Alcohol taxes, prices and affordability in the WHO European Region in 2022. <https://www.who.int/europe/publications/i/item/9789289061940>

55. WHO – Regional Office for Europe. (2020). Alcohol pricing in the WHO European Region: Update report on the evidence and recommended policy actions. <https://www.who.int/publications/i/item/10665-336159>
56. WHO – Regional Office for Europe. (2020a). Policy in action: A tool for measuring alcohol policy implementation. <https://www.who.int/publications/i/item/10665-336159>
57. WHO – Regional Office for Europe. SDR, selected alcohol-related causes, per 100 000. European Health Information Gateway. [https://gateway.euro.who.int/en/indicators/hfa\\_475-5060-sdr-selected-alcohol-related-causes-per-100-000/](https://gateway.euro.who.int/en/indicators/hfa_475-5060-sdr-selected-alcohol-related-causes-per-100-000/)
58. WHO. (2010). Global strategy to reduce the harmful use of alcohol. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/44395>
59. WHO. (2015). Young people and alcohol: A resource book. WHO – Regional Office for the Western Pacific. <https://iris.who.int/handle/10665/208202>
60. WHO. (2018). SAFER: A world free from alcohol-related harm. <https://www.who.int/initiatives/SAFER/about>
61. WHO. (2024). Global status report on alcohol and health and treatment of substance use disorders. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240083616>
62. Wyllie, A., Zhang, J. F., & Casswell, S. (1998). Positive responses to televised beer advertisements associated with drinking and problems reported by 18- to 29-year-olds. *Addiction*, 93(5), 749–760.
63. Young, R., Macdonald, L., & Ellaway, A. (2013). Associations between proximity and density of local alcohol outlets and alcohol use among Scottish adolescents. *Health & Place*, 19(1), 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.10.003>
64. Zakon o akcizama ("Sl. glasnik RS", br. 22/2001, 73/2001, 80/2002, 43/2003, 72/2003, 43/2004, 55/2004, 135/2004, 46/2005, 101/2005 - dr. zakon, 61/2007, 5/2009, 31/2009, 101/2010, 43/2011, 101/2011, 6/2012 - usklađeni din. izn., 43/2012 - odluka, 76/2012 - odluka, 93/2012, 119/2012, 8/2013 - usklađeni din. izn., 47/2013, 4/2014 - usklađeni din. izn., 68/2014 - dr. zakon, 142/2014, 4/2015 - usklađeni din. izn., 5/2015 - usklađeni din. izn., 55/2015, 103/2015, 5/2016 - usklađeni din. izn., 108/2016, 7/2017 - usklađeni din. izn., 18/2018 - usklađeni din. izn., 30/2018, 4/2019 - usklađeni din. izn., 5/2020 - usklađeni din. izn., 7/2020 - izm. usklađenih din. izn., 78/2020 - izm. usklađenih din. izn., 153/2020, 11/2021 - usklađeni din. izn., 53/2021, 32/2022 - odluka, 46/2022 - odluka, 50/2022 - odluka, 62/2022 - odluka, 73/2022 - odluka, 84/2022 - odluka, 89/2022 - odluka, 97/2022 - odluka, 110/2022 - odluka, 121/2022 - odluka, 130/2022 - odluka, 144/2022 - odluka, 6/2023 - odluka, 15/2023 - odluka, 25/2023 - odluka, 75/2023, 30/2024 - usklađeni din. izn., 94/2024, 10/2025 - usklađeni din. izn. i 12/2025 - izmena usklađenih din. izn.). <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-akcizama.html>
65. Zakon o jakim alkoholnim pićima ("Sl. glasnik RS", br. 92/2015). <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-jakim-alkoholnim-picima.html>
66. Zakon o javnom redu i miru ("Sl. glasnik RS", br. 6/2016 i 24/2018). [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_javnom\\_redu\\_i\\_miru.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_redu_i_miru.html)
67. Zakon o mladima ("Sl. glasnik RS", br. 50/2011 i 116/2022 - dr. zakon). [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_mladima.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_mladima.html)
68. Zakon o oglašavanju ("Sl. glasnik RS", br. 6/2016 i 52/2019). [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_oglasavanju.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_oglasavanju.html)
69. Zakon o zaštiti potrošača ("Sl. glasnik RS", br. 88/2021). [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_zastiti\\_potrosaca.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_potrosaca.html)
70. Zakon o zdravstvenoj zaštiti ("Sl. glasnik RS", br. 25/2019 i 92/2023). [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_zdravstvenoj\\_zastiti.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zdravstvenoj_zastiti.html)
71. Zakona o javnom zdravlju ("Sl. glasnik RS", br. 15/2016). [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_javnom\\_zdravlju.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_zdravlju.html)
72. Zhang J. (2012). Alcohol advertising in China. In: Non-government Organization Meeting on Alcohol Policy, 24 September 2004, Auckland, New Zealand: Auckland: Asia Pacific Alcohol Policy Alliance; 2012

Ova publikacija objavljena je uz finansijsku pomoć Evropske unije i IOGT-NTO Movement. Za njegovu sadržinu odgovoran je isključivo CZOR, MRCN i UZPV i ta sadržina nipošto ne izražava zvanične stavove Evropske unije i IOGT-NTO Movement.