

УДК 614.215:351.77(477)

С. Линник

## РЕАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ ГЛОБАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ВООЗ “СКОРОЧЕННЯ ШКІДЛИВОГО СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ”

Розглянуто сучасний стан впровадження в Україні стратегії ВООЗ “Скорочення шкідливого споживання алкоголю”. Представлено нормативно-правові акти України, які спрямовані на вирішення завдань, визначених у зазначеній стратегії ВООЗ. Визначено коло завдань щодо подальшого запровадження в Україні зазначеної стратегії ВООЗ.

**Ключові слова:** здоров'я, алкоголь, стратегія, ВООЗ, держава, закон.

Однією з найактуальніших проблем світового суспільства і охорони здоров'я зокрема залишається алкогольна проблема.

Нині алкоголь є наркотичною речовиною найбільш широкого споживання. Алкоголь – це не звичайний товар, рівень споживання якого визначається ринковими механізмами, а особлива речовина, тому що він викликає залежність. З його вживанням пов'язано дуже багато медичних і соціальних проблем. Недарма ще на XXVIII сесії ВООЗ у 1975 р. його було офіційно визнано наркотиком (як гашиш, героїн тощо). Окрім власне матеріальних втрат високий ступінь алкоголізації населення завдає значну шкоду демографічній та соціально-психічній сферам суспільства. Він обумовлює падіння народжуваності, руйнування національного генофонду, погіршення здоров'я підростаючого покоління, зниження трудового потенціалу, підвищення криміналізації суспільства тощо. Алкоголь є токсичною речовиною, з ним пов'язано більш ніж 60 різних порушень (ВООЗ, серія тех. докладів, № 944). Ймовірно не має такого класу хвороб, на показники яких не позначається зловживання етанолом.

У 2010 р. Всесвітня асамблея охорони здоров'я прийняла резолюцію, якою затвердила Глобальну стратегію скорочення шкідливого споживання алкоголю. Ця резолюція нагально рекомендує країнам посилити національні заходи щодо проблем громадської охорони здоров'я, що пов'язані зі споживанням алкогольних напоїв. Тим самим Всесвітня Організація Охорони Здоров'я визнала, що ситуація щодо алкоголізації населення у світі наразі дуже напружена.

Погляди дослідників кінця XIX – початку XX ст. на проблему алкоголізму вивчала В. Стремєцька [1]. М. Лук'яченко у спеціальній науковій публікації розглянула історико-педагогічний дискурс антиалкогольної пропаганди як складової формування здорового способу життя на початку XX ст. [2]. Групи ризику щодо вживання алкоголю досліджували Марк С. Гольд, Марк Д. Аронсон [3]. Кримінально-правові засоби боротьби з алкоголізмом вивчав С. Яценко [4].

Мета статті – здійснити аналіз стану реалізації Глобальної стратегії скорочення шкідливого алкоголю в Україні. Використано такі методи наукового дослідження: інформаційно-аналітичний, статистичний, порівняльний.

Проблема алкоголізації населення залишається однією з найгостріших проблем українського суспільства.

Алкоголь – другий після трудової міграції фактор катастрофічного спаду кількості населення України. Він є причиною зменшеної в Україні тривалості життя

в порівнянні з більшістю країн Європейського регіону. Індикатором стану алкогольної проблеми в країні є рівень поширеності на розлади психіки та поведінки внаслідок вживання алкоголю. В останні 5 років її рівень дещо знизився, тим не менш він залишається високим: тільки у 2011 р. на обліку у медичних закладах із діагнозом розладу психіки та поведінки внаслідок уживання алкоголю перебувало майже 600,0 тис. осіб. Рівень смертності від прямо пов'язаних із алкоголем причин хоча за останні 7 років має стійку тенденцію до зменшення, тим не менш його частка серед загальної смертності населення залишається ще й нині майже 2%: 2005 р. вона становила 3,3%, а в 2011 р. – 1,7%. За оцінкою ВООЗ, в Україні споживання алкоголю спричиняє 12% тягаря хвороб.

Проте алкоголь є невід'ємною частиною нашого культурного та економічного життя. Культурні традиції українського суспільства міцно пов'язані з ним, бо він посідає майже головне місце в усіх емоційно значущих для людини подіях.

За даними результатів дослідження компанії R&B Group (2094 респондента), проведеного у березні 2011 р., специфіка споживання алкоголю в Україні полягає в тому, що більше третини покупців алкогольних напоїв припадає на горілку. Її купляють звичайно кожні 2,0 – 2,5 тижні порівняно з 3-ма разами у 2 місяця вина та не частіше 1 разу на місяць коньяку. Найбільше витрачають на міцні алкогольні напої та пиво закордонних марок (звичайно трохи більше 400,0 грн на місяць), а витрати на придбання вітчизняних алкогольних напоїв досягають 280 – 295 грн на місяць [5].

Не може не викликати занепокоєння той факт, що витрати на придбання спиртного серед нашого населення наразі ймовірно належать до пріоритетних. Загалом на сигарети та спиртне населення витрачає більше, ніж на хліб і молоко. За даними президента Українського аналітичного центру О. Охріменка, за перше півріччя 2012 р. українці купили в роздрібній мережі продуктів харчування на 76 млрд грн, зокрема витрати на купівлю молока склали 3,5 млрд грн, хлібобулочних виробів – 1,8 млрд грн, кондитерських виробів – 3,3 млрд грн. Тоді як витрати на покупку алкогольних напоїв та тютюнових виробів дорівнювали майже 12 млрд грн та 12,4 млрд грн, відповідно, а на покупку безалкогольних напоїв, чаю, кави, мінеральної води і соків всього було витрачено 7 млрд грн [6].

Україна належить до переліку країн, у яких ринок алкогольної продукції значно перевищує 1 млрд дол. на рік.

На алкогольний ринок України впливають такі фактори:

– сезонність виробництва продукції: в осінньо-зимовий період попит на алкогольні напої підвищується на 10 – 15%, що змушує виробників збільшувати у ці періоди обсяги виробництва. Пік попиту на лікєро-горілчані вироби припадає на новорічні свята, коли обсяг продажу продукції за тиждень сягає місячного обсягу продажу у несезон;

– стабілізація за останні 10 років обсягу внутрішнього ринку горілчанних виробів на рівні 30 – 35 млн дол. у фізичному вимірі змушує легальних виробників нарощувати обсяги виробництва переважно за умови перерозподілу споживачських переваг на користь тієї чи іншої торгівельної марки, внаслідок чого гостро стоїть питання детінізації ринку лікєро-горілчанних виробів. Як вважає начальник податкової міліції України А. Головач, ліквідація тіньового ринку зможе поповнити резерв надходжень до державного бюджету щонайменше у 4 млрд грн. За повідомленням прес-служби ДПС України, лише протягом лютого 2012 р. працівники податкової міліції виявили 126 порушень законодавства, з незаконного

обігу було вилучено 1 160 000 пляшок лікєро-горілочаних виробів. У 2011 р. працівники податкової міліції вилучили з незаконного обігу товарно-матеріальних цінностей на суму 957,5 млн грн, зокрема понад 20 млн пляшок лікєро-горілочаних напоїв на суму 181,3 млн грн.

За даними Глобальної доповіді ВООЗ про стан в області алкоголю та здоров'я (лютий 2011 р.), якщо середній світовий показник споживання алкогольних напоїв дорівнює 6,1 л на 1 особу на рік, то Україна за цим показником опинилася серед країн із найбільшим рівням споживання: становить 15,6 л на 1 особу. Тобто країна зайняла 5-е місце серед 189 країн світу, для яких ВООЗ вирахував цей показник, поступаючись тільки Молдові (18,22 л), Чехії (16,45 л), Угорщині (16,27 л) та РФ (15,76 л). Доцільно враховувати той факт, що в Молдові та Угорщині високий рівень споживання алкоголю досягнуто переважно за рахунок сухого вина, а в Чехії – пива (8,51 л). Тоді як в Україні, так і в РФ населення віддає перевагу міцним алкогольним напоям (Україна – 5,21л, РФ – 6,88 л), а пиво та вино відіграють значно меншу роль: 2,69 л і 3,65 л та 0,5 л і 0,1 л відповідно. Однак МОЗ України не погоджується з такою оцінкою рівня споживання алкоголю в Україні та вважає (головний нарколог МОЗ України А. Вієвський), що Україна належить до країн із середньо-високим рівнем споживання алкоголю, що відповідає приблизно 12 л спиртного в рік.

Акцент на споживання міцних алкогольних напоїв названо північним типом споживання алкоголю. Західний тип споживання алкоголю – це, коли перевагу віддають споживанню слабоалкогольним напоям.

Глобальна стратегія із скорочення шкідливого впливу споживання алкоголю ВООЗ рекомендує в основу національної політики щодо боротьби з алкоголізацією населення покласти такі заходи та дії, що повинні взаємно доповнювати та підтримувати один одного: дії по боротьбі з управлінням транспортними засобами у стані алкогольного сп'яніння; цінова політика стосовно алкоголю; регулювання (подаліше обмеження аж до повної заборони) маркетингу алкогольних напоїв; заходи по обмеженню доступності для населення алкоголю (скорочення кількості торговельних магазинів з продажу алкогольних виробів, введення більш суворих вікових обмежень для осіб, яким законодавство дозволяє купляти спиртне тощо); відповідні заходи охорони здоров'я (скрінінг, короткотермінові втручання для зміни небезпечної моделі споживання алкогольних напоїв, яку ВООЗ визначає в обсязі від 60,0 г і більше чистого алкоголю на день, та лікування порушень, пов'язаних з споживанням алкоголю); підвищення поінформованості широких верств населення щодо впливу споживання тощо [7].

ВООЗ у своєму документі “Основи політики досягнення здоров'я для всіх у XXI столітті” поставила завдання до 2015 р. значно зменшити несприятливий вплив алкоголю на здоров'я шляхом зменшення його споживання до 6,0 л на рік та невживання його особами до 15 років. Доведено, що зниження рівня вживання спиртного на 10% призводить до зниження пов'язаної з алкоголем смертності серед чоловіків майже на 20%, а також до зниження на 5% показника нещасних випадків із летальним наслідком, самовбивств та вбивств серед населення загалом.

Державна політика України щодо протидії алкоголізації населення України регулюється цілою низкою законів, серед яких потрібно виділити Закони України “Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів”, “Про рекламу”, Кримінальний кодекс України, Кодекс України про адміністративні правопорушення, “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо

обмеження споживання і продажу пива та слабоалкогольних напоїв”, “Про внесення змін до деяких законів України з питань акцизного збору”, “Основи законодавства України про охорону здоров’я” тощо. Вони вирішують такі питання політики контролю над алкоголем: основи державної політики України щодо споживання алкогольних напоїв, регулювання виробництва алкогольних напоїв, контроль за якістю алкогольних напоїв, питання імпорту, експорту та оптово-роздрібною торгівлі ними, заходи щодо обмеження шкідливого впливу споживання алкогольних напоїв, особливості реклами алкогольних напоїв в Україні, основні напрямки інформування широких кіл населення про шкідливість алкоголю, відповідальність за порушення норм щодо виробництва і торгівлі алкогольними напоями тощо. Проте залишаються не врегульованими багато питань щодо політики з протидії алкоголізації населення.

Резолюція 58-й сесії Всесвітньої асамблеї охорони здоров’я (травень, 2005 р.) ВНА 58.26 “Проблеми громадського здоров’я, що викликані шкідливим споживанням алкоголю” закликала всі країни розробити та провести оцінку програм із скорочення негативних наслідків шкідливого споживання алкоголю. Тим не менше до сьогодні Україна вирішує проблему алкоголізації населення не програмним методом. Наразі розроблений проект “Концепції державної політики щодо попередження шкідливих наслідків зловживання алкоголем на період 2012 – 2020 рр.” (реєстраційний № 7372 від 26.04.2012 р., автори проекту – народні депутати України С. Шевчук, Т. Бахтеєва, В. Карпук). На жаль, в ньому окремі важливі питання цієї проблеми вирішуються не зовсім вдало. Так, сумнівним є запропоноване програмно-цільове вирішення алкогольної проблеми шляхом: “на загальнодержавному рівні реалізація мети та завдань цієї Концепції забезпечується шляхом розроблення відомчих програм у сферах регулювання виробництва та обігу алкогольної продукції”. Тобто на центральному рівні практично пропонується замість широкого міжсекторального підходу запровадити фактично моносекторальний підхід. Тоді як на регіональному рівні пропонується трохи інший підхід: „На регіональному рівні потрібно розробити і реалізувати обласні (міські, районні) програми (проекти) з врахуванням специфіки та традицій різних груп населення”. Внаслідок цього не зовсім зрозуміло як при відсутності загальнодержавної програми розробляти, наприклад, відповідні регіональні програми. Значним недоліком проекту Концепції є невизначений фінансовий механізм фінансування її заходів. У пояснювальній записці до проекту Постанови “Концепція державної політики щодо попередження шкідливих наслідків зловживання алкоголем на період 2012 – 2020 рр.” у розділі 5: Фінансово-економічне обґрунтування стверджується, що “...прийняття даного проекту Закону та його реалізація не потребуватиме додаткових витрат з Державного бюджету України”. І це при тому, що в тексті проекту Концепції одночасно стверджується, що “Медичні заходи повинні отримувати фінансування в обсягах, що відповідають масштабам реальних алкогольних проблем”.

Заходи щодо зменшення доступності для населення алкоголю належать до ефективних стратегій зменшення шкоди, пов’язаної із споживанням алкоголю.

У чинному законодавстві, на жаль, заходи щодо обмеження доступу покупців до алкогольних напоїв фактично зведено лише до встановлення вікового цензу для покупців (від 18 років і старше) та деяких обмежень щодо місць і правил продажу алкогольних виробів. Тоді як такі важливі дії щодо обмеження доступу до спиртного, як, зважає ВООЗ, насамперед обмеження часу та днів його продажу, дії стосовно обмеження чи стримування кількості торгових точок із продажу

алкогольних виробів, підвищення вимог для отримання ліцензії з продажу спиртного тощо не отримало свого відображення. Крім того воно також не враховує досвід розвинених країн щодо “європеїзування” торгових точок, що реалізують алкогольні напої: наявність окремих (спеціальних) відділів з окремими входами тощо.

Доступність горілки в Україні в порівнянні з країнами ЄС є значно вищою, ніж алкогольних напоїв із меншим вмістом алкоголю. Наприклад, один градус алкоголю в пиві коштує споживачеві в 1,75 рази дорожче, ніж у горілці. Середнє співвідношення цін за пляшку горілки та пива у ЄС становить 9,7 до 1,0. В Україні це співвідношення – приблизно 5 до 1, що суттєво впливає на вибір споживання міцних спиртних напоїв.

Дуже суттєвим фактором у скороченні шкідливого споживання алкоголю є послаблення впливу маркетингу алкогольних виробів. Чинне законодавство України ще й досі не повністю перекриває шляхи рекламування спиртного: воно заборонено засобами внутрішньої та зовнішньої реклами, на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів загального користування та метрополітену, з 6 год. ранку до 23 год. по телебаченню та радіо, на перших і останніх сторінках газет, на обкладинках журналів та інших видань, в усіх виданнях для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих видань. Проте для алкогольної реклами все ще залишаються досить потужні засоби як Інтернет, підкастинг (автоматизована розсилка рекламних повідомлень через веб-сайти), мобільні телефони, з деякими обмеженнями телебачення та радіо тощо. Така існуюча практика рекламування спиртного не сприяє вирішенню проблеми алкоголізації населення. Потрібно також враховувати й той факт, що в Україні практично основна увага досі приділяється заходам щодо обмеження аж до повної заборони у ЗМІ рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів. Це дуже важливо, однак не може вирішити проблеми, щоб останні більшою мірою сприяли формуванню здорового способу життя, ніж перешкоджали. Так, у повсякденних матеріалах ЗМІ наприклад, алкогольна тематика нині займає ледь не домінуючу позицію. Наше суспільство ще не усвідомило необхідність прийняття заходів щодо обмеження показу нездорового способу життя на телебаченні та в кіно.

Ефективним механізмом зменшення попиту населення на алкогольні напої ВООЗ вважає підвищення обізнаності населення щодо шкідливих наслідків зловживання алкоголем. Для цього необхідно впровадити систему оперативного інформування широких верств населення щодо моделей небезпечного споживання етанолу, насамперед через електронні та друковані ЗМІ, ширше використовувати соціальну рекламну інформацію щодо шкоди надмірного споживання спиртного та переваг тверезого способу життя тощо. В цьому аспекті Україна значно поступається розвиненим країнам. Так, у нас ще й досі не запроваджено інформування споживачів слабоалкогольних напоїв щодо вмісту алкоголю в продукції як в 100 мл, так і в обсязі споживачької упаковки. Чинне законодавство не передбачає обов'язкову вимогу щодо нанесення на споживчу упаковку слабоалкогольних напоїв контрастного попереджувального напису про шкоду надмірного споживання алкоголю для здоров'я, як це прийнято в країнах ЄС (не менше 10% площі) тощо.

Соціальна реклама на сучасному етапі визначається як ефективний освітній засіб, який дає змогу досягти й мотивувати велику аудиторію. Вона є однією із найзручніших форм поширення суспільно важливої інформації. Тому не даремно соціальну рекламу у світі широко використовують як інструмент зміни ставлення

суспільства до певної проблеми. Однак можливість використання соціальної реклами для утвердження здорового способу життя та боротьби зі шкідливими для здоров'я звичками внаслідок недосконалості Законів “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, “Про інформацію”, “Про рекламу” та інші законодавчі акти вкрай обмежені. Безкоштовний принцип соціальної реклами на сьогодні в нашій державі є фактично несправедливим, бо він розповсюджується тільки на ЗМІ, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів. Тобто на комерційні (приватні) ЗМІ, які становлять більше 95% від загальної кількості, не поширюється. Тому регламентовані у Законі України “Про рекламу” (ст. 12) квоти на соціальну рекламу по телебаченню, радіо і в пресі обсягом не менше 5% ефірного часу та друкованої площі, відведених для реклами, їх не стосується. Таким чином, вони не надають рекламні послуги безкоштовно. Однак це аж ніяк не заважає їм широко надавати теле- та радіоефір для пропаганди шкідливих для здоров'я звичок, насамперед, вживання алкогольних напоїв. Водночас у нас ще й досі не розроблений механізм реалізації безкоштовної соціальної реклами. Це своєю чергою дозволяє ЗМІ, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, відмовитися від неї під будь-яким приводом, як, наприклад, що вже надали соціальну рекламу іншим державним організаціям. Для вирішення вказаних проблем соціальної реклами доцільно, на нашу думку, внести відповідні зміни до декількох законів України, зокрема “Про рекламу”, “Про телебачення і радіомовлення” тощо. Тільки в такому разі соціальна реклама зможе набути справді масового спрямування.

До найбільш ефективних засобів скорочення проблем, що пов'язані з алкоголем, ВООЗ вважає прийняття заходів проти управління транспортними засобами у стані сп'яніння. В останні роки в Україні до чинного законодавства були внесені суттєві зміни щодо посилення відповідальності за водіння у нетверезому стані: були підвищені розміри штрафів, а також введені додаткові норми покарання, такі як громадські роботи (від 40 до 50 год.) та адміністративний арешт (на термін від 7 до 10 діб) тощо. Запровадження норми, згідно з якою п'яним можна вважати водія, у якого вміст алкоголю в крові перевищує 0,2 проміле, дозволило Україні за цим показником зрівнятися з такими країнами як Польща та КНР та випередити Бельгію, Нідерланди, Велику Британію, Туреччину тощо, в яких останній дещо більший. Проте ми значно їм поступаємося у розмірі штрафів за перевищення цієї норми.

Стосовно цінової політики держави щодо алкоголю, то останнім часом спостерігаються певні позитивні зміни. З грудня 2010 р. вона стала регулюватися Податковим кодексом України, в якому передбачено спеціальний розділ VI. Акцизний податок. Останніми роками систематично відбувається підвищення акцизів на спирт та лікєро-горілчані вироби приблизно у розмірі рівня інфляції. В 2011 р. ціна на горілчані вироби піднялася на 6,9%, тобто практично дорівнювала рівню інфляції минулого року. В Україні віднедавна запроваджена практика регламентації мінімальної ціни на горілку. Як вважають експерти, такі кроки дають змогу зменшити тіньовий сектор “неврахованого” або “необлікованого” алкоголю (частка нелегальної горілки в Україні, як вважають самі виробники алкогольних напоїв, складає більше 30%) та збільшити надходження до держбюджету від акцизу на алкогольні вироби.

У 2011 р. мінімальна роздрібна ціна за пляшку (0,5 л) горілки з врахуванням підвищення цін на спирти, склотару, енергоносії тощо піднялася з 17,96 до 26,1 грн,

тобто це призвело до подорожання легальної горілки. Ціна, як відомо, для більшості наших не дуже заможніх співвітчизників є одним із найважливіших факторів при покупці алкогольних напоїв. Вона й сприяє тому, що покупці звертаються до більш дешевої нелегальної продукції та самогону. Зростання перебуває у прямій залежності як від його собівартості, так і різниці з мінімальною роздрібною ціною за пляшку горілки: з існуючої вартості 1 кг цукру, вартість 1 л самогону, як вважають фахівці, становить приблизно 10 – 12 грн.

Безумовно заважає країні прийняти більш ефективні заходи щодо обмеження доступу населення до спиртного побоювання зменшення надходжень від акцизу на алкоголь, розмір якого наразі досить значний, що дещо може негативно вплинути на економічні показники країни: якщо у 2002 р., наприклад, надходження від алкогольних акцизів до державного бюджету дорівнювало трохи більше 1,4 млрд грн, то у 2010 р. та 2011 р. більше 7,6 млрд грн і майже 6,9 млрд грн, відповідно.

### **Висновки**

Алкоголь є невід'ємною частиною нашого культурного та економічного життя. Шкідливе споживання алкоголю має серйозні наслідки для здоров'я населення України. Глобальна стратегія із скорочення шкідливого впливу споживання алкоголю ВООЗ наразі в Україні втілена лише частково і потребує з боку держави розробки та запровадження відповідних адекватних засобів протидії алкоголізації населення.

Перспективи подальших досліджень у зазначеному напрямку полягають у систематичному вивченні і оцінці стану алкоголізації населення України та його тенденції в порівнянні з країнами ЄС та Європейським регіоном, відповідності чинних нормативно-правових матеріалів з алкогольної проблеми принципам та заходам Глобальної стратегії по скороченню шкідливого впливу споживання алкоголю ВООЗ.

### **Література**

1. Стремецька В. О. Теоретичні аспекти боротьби з алкоголізмом у кінці XIX – на початку XX ст. [Електронний ресурс] / В. О. Стремецька. — Режим доступу : <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2008/83-70-5.pdf>.
2. Лук'яненко М. І. Антиалкогольна пропаганда як складова формування здорового способу життя на початку XX ст.: історико-педагогічний дискурс [Електронний ресурс] / М. І. Лук'яненко. — Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua/2Fportal%2Fsoc\\_gum%2Fppmb%2Ftexts%2F2010\\_9%2F10lmiapa.pdf&ei=JlrYUliSCMnEtQaFvoDwDg&usg=AFQjCNFtHPPIjfYjxXMxmzL02VRRQArfQ](http://www.nbuv.gov.ua/2Fportal%2Fsoc_gum%2Fppmb%2Ftexts%2F2010_9%2F10lmiapa.pdf&ei=JlrYUliSCMnEtQaFvoDwDg&usg=AFQjCNFtHPPIjfYjxXMxmzL02VRRQArfQ).
3. Гольд М. С. Коли вживання алкоголю стає проблемою? [Електронний ресурс] / М. С. Гольд, М. Д. Аронсон. — Режим доступу : <http://mediclab.com.ua/index.php?newsid=15782>.
4. Яценко С. С. Кримінально-правові засоби боротьби з алкоголізмом та наркоманією: порівняльно-правовий підхід [Електронний ресурс] / С. С. Яценко. — Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/2Fportal%2Fsoc\\_gum%2FMbez%2Fpravov%2F2010\\_2%2FYacenko.pdf&ei=51fYUFbLybIGoZCBiAc&usg=AFQjCNFws5wZjx9v7\\_xeqsn-1Sm7vB6PCw](http://www.nbuv.gov.ua/2Fportal%2Fsoc_gum%2FMbez%2Fpravov%2F2010_2%2FYacenko.pdf&ei=51fYUFbLybIGoZCBiAc&usg=AFQjCNFws5wZjx9v7_xeqsn-1Sm7vB6PCw).
5. Обзор алкогольного рынка Украины [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rb.com.ua/rus/marketing/tendency/7596>.

6. На сигарети і горілку українці витрачають більше, ніж на хліб і молоко [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://vkurse.ua/ua/events/na-sigarety-i-vodku-ukraincy-tratyat-bolshe.html>.

7. Глобальная стратегия сокращения вредного употребления алкоголя [Текст]. — [Б. г.] : ВОЗ, 2010.— 40 с.

**S. Lynnyk**

#### **IMPLEMENTATION IN UKRAINE OF GLOBAL STRATEGY OF WHO “TO REDUCE THE HARMFUL USE OF ALCOHOL”**

**The current status of implementation in Ukraine the WHO strategy “To reduce the harmful use of alcohol” is considered. Legal acts of Ukraine, aimed at addressing the challenges identified in the mentioned WHO strategy are given. The references for the further implementation in Ukraine the WHO strategy are determined.**

**Key words: health, alcohol, strategy, WHO, state, law.**