

Б.Сувд¹, П.Энхтуяа¹, Б.Шүрэнчимэг², О.Ариунболор², Ц.Отгон³

¹ Нийгмийн Эрүүл Мэндийн Хүрээлэн, ² КТМС-ийн магистрант,
³ АДРА ОУБ-ын төслийн зохицуулагч

МОНГОЛ ДАХЬ ТАМХИНЫ БОРЛУУЛАЛТ, ТҮГЭЭЛТИЙН ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ

Abstract: The purpose of the survey is to identify the implication of the marketing and distribution method of tobacco products to the advertisement and give a recommendation for further action. The key recommendation was stopping the promotional sale of tobacco products, and lottery collecting the tobacco packages, to be locate the tobacco products in supermarkets in place other than next to cashier as considering its influence to the youths as an advertisement.

Key words: cigarette, Mongolia, control, anti-smoking.

Үндэслэл

Монгол улс зах зээлийн харилцаанд шилжин орсноор тамхи, тамхин бүтээгдэхүүний импортын хэмжээ улам бүр нэмэгдэж, улмаар дотоодод тамхи үйлдвэрлэх болсоор 10 шахам жилийн нүүр үзэж, энэ хэрээр тамхины хэрэглээний байдал сэтгэл эмзэглүүлсэн асуудал байсаар байна. Тамхи татах нь халдварт бус өвчин үүсэхэд нөлөөлөх анхдагч эрсдэлт хүчин зүйлсийн нэг болдог. Дэлхийн насанд хүрсэн хүн амын 1/3 буюу 1.1 миллиард хүн, эрэгтэйчүүдийн 47.0 хувь, эмэгтэйчүүдийн 12.0 хувь нь тамхи татдаг байна. Жил бүр 5 сая орчим хүн тамхинаас болж нас барж байгаагийн 60 гаруй хувь нь хөгжиж буй орнуудад ногдож байна. Дам тамхидалтын нөлөөгөөр олон зуун мянган эрүүл хүн, бага насны хүүхэд, өсвөр үеийнхэн, эмэгтэйчүүд өвчин эмгэгт өртөмхий болж үндэсний эрүүл мэнд, эдийн засаг, нөхөн үржихүйн үзүүлэлтүүдэд ихээхэн хор уршиг учирч байна. 2005 онд батлагдсан ДЭМБ-ын Тамхины хяналтын суурь конвенц (ТХСК)-ийн зарчмуудтай нийцүүлэн Тамхины хяналтын тухай хуулийг шинэчлэн найруулж УИХ-аас батлан гаргаж, тус хуулийг хэрэгжүүлэх хүрээнд ЭМЯ-наас тамхины хор хөнөөлийг олон нийтэд таниулах сургалт сурталчилгаа явуулах, сав баглаа боодол дээрх эрүүл мэндийн анхааруулгын загварыг батлан мөрдүүлэх, янжуур тамхины стандартыг Стандартлал, хэмжил зүйн үндэсний төв (СХЗҮТ)-өөс шинэчлэн боловсруулах зэргээр нэлээдгүй алхмуудыг авч хэрэгжүүлж байна. Хэдий тийм ч тамхины хэрэглээний байдал дорвитой буурахгүй хэвээр байна.

Судлагдсан байдал

Өнөөгийн байдлаар, Монгол улсын дөрвөн хүний нэг нь өдөр бүр тогтмол тамхи татаж байгаа нь 2005, 2009 оны судалгаагаар (25.2%, 24.3%) тогтоогдсон байна. Энэ нь зөвхөн насанд хүрэгчдэд төдийгүй хүүхэд, өсвөр үеийнхний дунд нийтлэг (23.4%) байгаа нь хүмүүс тамхинд эрт орж байгааг харуулж байна (2007 он). “Дэлхийн залуучуудын тамхины хэрэглээний судалгаа”-гаар Монгол өсвөр насны хүүхдүүдийн 38.8 хувь нь тамхи татаж байсан бөгөөд тэдний ихэнх нь 13-15 насандаа тамхи татаж эхэлжээ. Эрүүл мэндийн чиглэлээр суралцаж буй оюутнуудын дундах тамхины хэрэглээ судалгаагаар нийгмийн эрүүл мэндийн чиглэлээр суралцаж буй оюутнуудын 19.8 хувь, шүдний эмчилгээний оюутнуудын 33.3 хувь нь тогтмол тамхи хэрэглэдэг байсан. Энэ нь тамхины хор хөнөөлийг бусдаас илүү мэдэж байгаа эрүүл мэндийн чиглэлээр суралцаж буй оюутнуудын тамхины хэрэглээ бусад насны бүлгийнхнээс илүү байгаа нь анхаарал татсан асуудал болж байна. Дам тамхидалт нь хүүхдэд илүү хортой нөлөө үзүүлдэг. Тэдний биеийн килограмм жинд шингэх никотин болон бусад хорт бодисын хэмжээ нь насанд хүрэгсдийнхээс их байдаг. Өдөр бүр тамхитай орчинд амьдардаг хүүхдүүд сургалтын хугацааны 33 хувийг алдаж, жилдээ 10-аас дээш удаа ханиад, амьсгалын замын цочмог халдвараар өвчилдөг байна. Дам тамхидалтыг тооцоолоход маш хүндрэлтэй байдаг. 1998, 2003, 2007 оны судалгааны дүн өсвөр үеийнхний 64.0 хувь нь тамхитай орчинд амьдарч, 44 хувь нь тамхи худалдан авч байна. Энэ нь тамхины талаарх анхны мэдэгдэхүүнийг хүүхдэд,

өсвөр насныхан гэр бүлийн орчноос авч байгаа томоохон баримт болов уу. Дээрх тоо баримт дам тамхидалтын байдлыг бүрэн илэрхийлж чадахгүй бөгөөд ажлын байр, олон нийтийн газарт тамхины утаанд нэрвэгдэж байгааг тооцвол үүнээс ч илүү тоо гарна. Ерөнхий боловсролын сургуулийн ажилтнуудын 24.8 хувь нь тамхи татдаг, үүнээс 11.6 хувь (СИ 9.0-14.7) нь өдөр бүр тогтмол тамхи татдаг нь сургуулийн орчинд дам тамхидалтыг бий болгож, сурагчдад сөргөөр нөлөөлөх талтайг харуулж байна. 2007 оны “Дотоод орчны агаарын чанар” судалгаанд хамрагдсан 15-аас дээш насны тамхи огт татдаггүй хүмүүс тамхи татдаг оролцогсдоос илүүтэйгээр томуу томуу төст өвчнөөр өвчилжээ ($p=0.003$). Энэ нь 15-аас дээш насны тамхи огт татдаггүй хүмүүс (дунджаар 17 ± 10 цаг) илүү их цагийг тамхитай орчинд өнгөрүүлдэг байв. Тамхи татдаггүй ч ($R_{xy}=-0.078$, $p=0.009$) эмэгтэйчүүд ($R_{xy}=0.072$, $p=0.017$) томуу, томуу төст өвчнөөр илүү олон удаа өвдсөн нь судалгаагаар тогтоогдсон нь дам тамхидалтад өртөж байгааг нотолж байна. Судалгаа болон тоон мэдээллээр тамхидалт манай улсад улам бүр нийтлэг болж байна. Энэ нь зөвхөн идэвхитэй тамхичдад төдийгүй, дам тамхидалтад өртөж байгаа хүмүүст хүртэл нөлөөлж халдварт бус өвчин үүсэх гол эрсдэлт хүчин зүйл болсоор байна. Тамхины хэрэглээ нэмэгдэхэд тамхинаас үүдэлтэй өвчний тархалт, түүнд зарцуулах эмнэлгийн үйлчилгээний зардал нэмэгдэх, хувь хүний болон гэр бүлийн эрүүл мэнд доройтох зэрэг нийгмийн эрүүл мэндэд асар их хортой нөлөө үзүүлсээр байна. АДРА ОУБ-ын эрүүл мэндийн хөтөлбөр нь эрүүл амьдралын хэв маягийг түгээн дэлгэрүүлж, Монгол оронд элбэг тохиолдож байгаа урьдчилан сэргийлж болохуйц халдварт болон халдварт бус өвчин эмгэгийн тохиолдлыг бууруулахад хувь нэмрээ оруулах зорилготойгоор ажиллаж байна. Энэ ч учраас тамхины борлуулалт, түгээлтийн өнөөгийн нөхцөл нь сурталчилгаа мөн эсэхийг судлан, цаашид авах арга хэмжээг төлөвлөхөөр ажиллаж байна.

Судалгааны аргачлал

Судалгааны зорилго, хүлээгдэж буй үр дүнтэй уялдуулан тоон (асуумж) болон чанарын (ганцаарчилсан, бүлгийн ярилцлага, ажиглалт) судалгааны арга зүйг хослуулан хэрэглэв. Судалгааг захиалагчийн хүсэлтээр хүн амын дийлэнх нь оршин суудаг Улаанбаатар хотын төвийн 6 дүүргийг хамруулав. Асуумж судалгаанд Улаанбаатар хотын дэлгүүрээр худалдаа хийж байсан нийт 300 иргэнийг хамруулсан нь судалгааны зорилгыг хангахад найдвартай мэдээллийн эх сурвалж болсон (Хүснэгт 1).

Хүснэгт 1. Түүврийн хэмжээ, судалгааны арга болон ярилцлагад хамрагдсан хүн амаар

Судалгаанд хамруулсан хүн ам	Судалгааны аргуудаар				Бүгд
	Асуулга	Ганцаарчилсан ярилцлага	Бүлгийн ярилцлага	Ажиглалт	
Олон нийт	300	10	20		330
Худалдааны ажилтан		10			10
Дэлгүүр	-	-		56	56
Бүгд	300	20	20	56	396

Мэдээлэл цуглуулалт, боловсруулалт

Судалгааны арга хэрэглэгдэхүүнийг боловсруулсны дараа мэдээлэл цуглуулах сургалтыг зохион байгуулав. Судалгааны арга, хэрэглэгдэхүүнийг мэргэжилтнүүд болон хүн амын дунд туршин, засаж сайжруулсаны эцэст ашигласан. Асуумжийн аргаар авсан хүчин төгөлдөр 300 асуулгыг боловсруулах, дүн шинжилгээ хийх үйлдлийг SPSS-16.0 багц программыг ашиглан судалгааны тайлан бичихэд бэлэн болгосон. Чанарын мэдээллийг энгийн нэгтгэлийн аргаар боловсруулж, дүн шинжилгээ хийв. Чанарын судалгаа цуглуулсан удирдамжийн дагуу багц кодыг боловсруулж бүх ярилцлагуудыг кодлон нийтлэг болон ялгаатай хүчин зүйлд үндэслэн тайлбарлах хандлагаар дүн шинжилгээ хийж тайланд оруулахад бэлтгэсэн.

Судалгааны үр дүн

Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 64.7 хувь (194) нь сүүлийн нэг сард тамхи худалдан авч байсан ажээ. Насны бүлгээр авч үзвэл 15-19 насны 26 өсвөр насны хүүхдүүдийн 76.9 хувь нь тамхийг өөртөө болон бусдын шаардлагаар хүнсний дэлгүүрээс худалдан авч байсан ажээ. Эдгээр хүмүүсийн 69.0 хувь нь тамхийг ширхэгээр худалдан авч байжээ. Тамхийг ширхэгээр худалдан авч байсан иргэдийг насны бүлгээр авч үзэхэд 30-34 насныханд хамгийн өндөр хувийн жинтэй байсан. Тамхи ширхэгээр худалдан авч байсан иргэдийн 43.0 хувь нь дэлгүүрээс, 26.0 хувь нь ТҮЦ-нээс тамхи ширхэгээр худалдан авч хэрэглэдэг байв.

Ер нь супермаркет л гэхээс биш бусад бүх л хүнсний дэлгүүрүүд тамхийг ширхэгээр худалдаалж л байгаа ш дээ. Монголын хууль 3 хоног гэдэг шүү дээ.

Иргэн А, БГД

Бусад дэлгүүрт яадгийг би мэдэхгүй ээ. Манай гэрийн гадаа байгаа энэ (ажиглалтаар нийт 5 дэлгүүр байсан) дэлгүүрүүд л лав тамхийг ширхэгээр худалдаалдаг.

Иргэн Б, СБД

Хэдийгээр тамхийг ширхэглэн зарж борлуулахыг хориглосон хууль гарсан ч хуулийг сурталчилдаггүй, ямар учраас ширхэглэн зарж борлуулахыг хориглосон талаарх мэдлэг байхгүй, иргэн бүрийн хуулиа дээдлэх хандлага муу байгаа нь ийм үр дүнд хүргэсээр байна. Судалгаанд хамрагдагсдын 60.6 хувь (182) нь үйлчлүүлдэг дэлгүүрт нь тамхийг кассын дэргэд байршуулсан байдаг гэжээ. Тамхийг дэлгүүр, супермаркетийн хаана байршуулдаг болохыг мэдэх байдлыг насны бүлгээр авч үзэхэд 15-19 насны хүүхдүүдийн 7.7 хувь нь л мэдэхгүй гэсэн хариултыг өгсөн байв. Насны бүлэг бага байхад дэлгүүрт тамхийг хаана байрлуулахыг мэддэггүй гэсэн хувийн жин бага байлаа.



Зураг 1. Тамхийг хүнсний дэлгүүрт хаана байршуулан худалдаалдаг талаарх оролцогсдын хувийн жин, 2010, Улаанбаатар хот

ДЭМБ-ын Тамхины хяналтын суурь конвенцийн 13 дугаар зүйлд худалдааны цэгүүдэд тавьсан тамхин бүтээгдэхүүний үзүүлэн өөрөө ухуулга, сурталчилгаанд тооцогдоно хэмээн заасан байдаг. Бүтээгдэхүүнийг ийнхүү дэлгэн харуулах нь тамхин бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сэдэл бий болгож, тамхины хэрэглээ нийгэмд хүлээн зөвшөөрөгдсөн зүйл мэт сэтгэгдэл төрүүлэн, тамхи татдаг хүмүүсийг тамхинаас гарах аргагүй болгох замаар сурталчилгаа болдог. Хамгийн гол нь дэлгэн харуулсан бүтээгдэхүүний сурталчилгааны нөлөөнд бага залуу насны хүмүүс илүү их өртдөг.



“Монгол Тамхи СО” ХХК

Тамхийг ийнхүү байршуулахыг бэлтгэн нийлүүлэгч өөрийн санхүүжилтээр тамхи байршуулах лангууг хийж өгдөг байна. Тус дэлгүүрт тамхи байршуулах лангуу хийж өгсөн тул импортолдог болон үйлдвэрлэдэг тамхийг илүү давтамжтайгаар байршуулах шаардлага тавьдаг ажээ. Жишээ нь: Өөрийн нийлүүлдэг тамхийг лангууны 60хувьд дээд талд эгнүүлэн байршуулахыг шаарддаг ажээ. Мөн тамхины өрөлтийг аль тамхийг хэдийг өрөх шаардлагатай талаарх мэдээллийг ч өгдөг байлаа. Тоон судалгаанд оролцогсдоос кассын дэргэд тамхи

байршуулдаг нь таны болон бусад хүмүүсийн тамхи худалдан авах сэдлийг төрүүлдэг үү гэсэн асуултаар тодруулсан. Судалгаанд хамрагдсан хоёр оролцогчийн нэг (50.7%, 152) нь тамхи худалдан авах сэдэл төрүүлдэг, төрүүлдэг байж болох юм гэсэн хариултыг өгсөн.



Зураг 2. Кассын ойролцоо тамхи худалдаалж байгаа нь худалдан авах сэдэл төрүүлдэг талаарх оролцогсдын хариулт, 2010, Улаанбаатар хот

Харин эрэгтэйчүүдийн олонх (63.4%, 46) нь кассын ойролцоо тамхи байршуулдаг нь худалдан авах сэдэл төрүүлдэг гэжээ (Хүснэгт 2).

Хүснэгт 2. Кассын ойролцоо тамхи байршуулах нь худалдан авах сэдэл төрүүлдэг байдал, оролцогсдын хариултын хувийн жин, хүйсээр, 2010 он, Улаанбаатар хот

Кассын ойролцоо тамхи худалдаалж байгаа нь худалдан авах сэдэл төрүүлэх үү.	Эрэгтэй		Эмэгтэй		Нийт	
	б.тоо	%	б.тоо	%	б.тоо	%
Төрүүлдэг	46	63.4	27	36.6	73	24.3
Төрүүлдэг байж болох юм	41	51.9	38	48.1	79	26.4
Төрүүлдэггүй	74	50.0	74	50.0	148	49.3

Ажиглалт: Хүнсний ихэнх дэлгүүр, ялангуяа супермаркетуудад кассын дэргэд тамхийг байршуулсан байна. Тамхины байршил нь бүх худалдан авагч дайрч өнгөрдөг, тодорхой хугацаанд хүмүүс хүлээлт хийдэг, худалдан авах сэдэл төрүүлэхүйц өөрөөр хэлбэл “ЧУХАЛ ГОЛ” цэгт байрлуулсан байлаа.

Би сая гэнэт энд (кассын дэргэд) ирээд харж байсан чинь тамхиа мартсанаа санаад авч байна. Манай охин хүртэл энд ирээд зогсохоороо л бохь, шоколад заавал аваад гардаг. Үнэхээр л энд авсан юмаа бичүүлэх гээд зогсож байхдаа энд өрсөн байгаа бүх л юмнаас ялангуяа энэ хүүхдүүд авмаар санагддаг юм шиг байгаан.

Иргэн Б, СБД

Чанарын судалгаанд хамрагдсан оролцогсдын олонхи нь кассын дэргэд зогсож байхдаа тэнд өрөөстэй байгаа зүйлсээс ямар нэгэн зүйл худалдан авах сэдэл төрдөг гэж байлаа. Ер нь кассын дэргэд тамхи өрөөстэй байгаа нь тэдэнд энэ байдаг л зүйл гэсэн ойлголтыг өгсөн болох нь ажиглагдсан. Энэ нь нийгэмд тамхи хүлээн зөвшөөрөгдсөн гэсэн үзэл хандлагыг хэдийнээ бий болгосон байгаа нь харагдлаа. Насны бүлэг бага байхад кассын ойролцоох тамхи нь худалдан авах сэдэл төрүүлдэг гэсэн хувийн жин өндөр байсан. Тухайлбал, 15-19 насныхны 54.1 хувь нь, 20-24 насны хүүхдүүдийн 63.7 хувь нь кассын дэргэд байх тамхийг худалдан авах сэдэл төрдөг, төрдөг байж болох юм хэмээн хариулжээ. **ДЭМБ-ын тамхины хяналтын суурь конвенцийг зөрчсөн үйл ажиллагаа байсаар байна.** Урамшуулал, борлуулалтын цэгүүдэд самбар гаргах, сугалаа, үнэгүй бэлэг, бүтээгдэхүүний үнэгүй дээж, хямдрал зэрэг үйлчилгээг тамхи нийлүүлэгч байгууллагууд супермаркет ялангуяа жижиглэнгийн худалдаачдад үзүүлж байгаа нь судалгааны явцад ажиглагдсан.

Тамхи худалдаалдаг дэлгүүрүүдэд өрөлтийг буюу стандарт өрөлтийн уралдаан тэмцээн зохиодог. Энэ нь дэлгүүрийн ажилтнуудад тамхийг үзэмжтэй сайхан өрөх нөхцлийг бүрдүүлж байдаг. Шинээр импортлосон бүтээгдэхүүнийг танилцуулах, урамшуулал буюу бараа бүтээгдэхүүн дагалдуулах (тамхи дээр асаагуур өгөх, тамхины хайрцаг цуглуулж бүтээгдэхүүн авах, сугалаат худалдаа, тухайн тамхины амталгаат худалдаа) зэрэг маркетингийн үйл ажиллагааг явуулдаг.

Тамхи худалдан борлуулах цэгүүдэд ил тодоор тамхийг сурталчилсан үйл ажиллагаа явагдсаар байгаа нь чанарын судалгаагаар харагдсан.

Тамхи худалдан борлуулдаг хүмүүст ЭССЕ тамхи оруулж ирдэг газраас саяхныг болтол уралдаан зарласан байлаа. Тухайлбал ЭССЕ тамхины хайрцаг цуглуулсан хүмүүст майхан, гар чийдэн, аяга, аяны хэрэглэл зэрэг урамшууллыг олгож байсан. Үүнд: тухайн тамхийг борлуулагч, тэдний гэр бүл, хүүхдүүд бүгд ЭССЕ тамхийг зарах, түүний хайрцгийг цуглуулах ажилд гарцгаасан.

Ажиглалтаар судалгааны баг 7 буудлаас 4-р хороолол хүртэл зам дагуух нийт 54 дэлгүүрээр орж ажиглалт хийсэн. Ажиглалтаар тамхийг хаана байршуулсан, тамхи бүрийн үнийг тавьсан байдал, ширхэгээр худалдаалдаг эсэх, илтээр сурталчилж буй тамхи, хэдэн төрлийн тамхийг нэг самбарт өлгөсөн байгаа зэргийг тогтоосон. Автобусны буудал болгонд жижиглэн худалдааны дэлгүүр байсан бөгөөд эдгээр зам дагуух байршилтай дэлгүүрүүдийн байнгын бус худалдан авагчийн худалдан авдаг бүтээгдэхүүн нь тамхи байсан. Тамхи худалдан авагчид тухайн дэлгүүрийн хаана нь тамхи байгааг тодруулахгүйгээр шууд л кассын дэргэд очоод тамхиа худалдан аваад шууд гардаг байсан. Ажиглалтад хамрагдсан нийт 54 дэлгүүрийн 23 (42.6%) нь



лангуун дотор, 16 (29.6%) нь хананд тавиурт эгнүүлэн, 15 (27.8) нь кассын дэргэд байршуулан худалдаалж байсан.

Гэр хорооллын зам дагуух байршилтай хүнсний дэлгүүрүүдийн дийлэнхд нь кассын машин байгаагүй. Иймээс ч тэд лангуун дотор, эсвэл ханандаа тамхийг эгнүүлэн өрж байршуулсан байлаа. Кассын машинтай дэлгүүрүүдэд кассын дэргэд л тамхи өрөөстэй байсан. Мөн тамхинд зориулсан өрөлт хийх жижиг, лангуунуудыг тамхи

нийлүүлэгч компани дэлгүүрүүдэд үнэ төлбөргүйгээр өгдөг бөгөөд зарим тохиолдолд өөрсдийн байгууллага буюу далд утгаар тамхийг илт сурталчилсан дүр зураг харагдсан. Эндээс тамхийг ямар ч байсан хүний нүдэнд өртөхүйцээр эгнүүлэн тавьж худалдаалдаг болох нь хараглаа. Ажиглалтад хамрагдсан нийт дэлгүүрийн 46.3 хувь (25) нь тамхины үнэ бүрийг байршуулсан байхад 14.8 хувь нь огт байршуулаагүй байсан. Тамхийг хаана байрлуулахаас үл хамааран дийлэнх дэлгүүр тамхи бүрийн дор үнийг нь байрлуулж тавьсан байв.

Тамхины үнэ байршуулсан байх нь сонголт хийхэд бүр хялбар болгодог. Бид чинь ширхэгээр авдаг болохоор нэг тамхины үнийг 20-д хуваагаад л ширхэгийн үнийг нь гаргаад хэдийн тамхи авч болохоо тооцдог гэх үү дээ.

Иргэн О, ЧД

Хүснэгт 9. Ажиглалт хийсэн дэлгүүрүүдэд тамхины байршилт болон борлуулалтаар, 2010

Тамхины нэршил	Хамгийн их гүйлгээтэй тамхи	Байршил, өрсөн байдал
Кент	+++++	Дийлэнх дэлгүүрүүдэд хамгийн ихээр, дээд талд нь өрсөн байлаа (нэгэн жигд 7-10 ширхэгийг өрсөн).
Улаан шонхор	++++	Өрөлт тийм өвөрмөц бус
Эссе	++++	Хамгийн ихээр нэг жигд өрсөн байсан (нэгэн жигд 7-10 ширхэгийг өрсөн).
Цагаан өргөө	+++	Тавиур дээр 1-2 ширхэг л байна.
West	++	Өрөлт тийм өвөрмөц бус (1-3 ширхэгийг өрсөн)
Mild seven	+	Өрөлт тийм өвөрмөц бус (1-3 ширхэгийг өрсөн)

LD	+	Өрөлт тийм өвөрмөц бус (1-3 ширхэгийг өрсөн)
Хамгийн их гүйлгээтэй экспортын тамхийг хэрхэн өрөхийг нийлүүлэгч компани зааварладаг, шаарддаг гэж худалдагч нар ярьж байсан. Гэр хороололд “монгол тамхи”-ийг ямар нэг байдлаар өрсөн өрөөгүй хамгийн их гүйлгээтэй байдаг ажээ. Эндээс тамхийг онцгойлон өрж байршуулснаар гүйлгээ нэмэгддэг байж болох хандлага ажиглагдаж байна.		
Хариултын хувилбар: +++++ (70% түүнээс дээш), +++++ (50%-69%), +++ (30-49%), ++ (10%-29%), + (0-9%)		

Монгол тамхи буюу “Улаан шонхор”, “Цагаан өргөө” нь хамгийн их гүйлгээтэй ч хамгийн хямд үнэтэй тамхи болохыг дээрх хүснэгтээс харж болно.

Дүгнэлт ДЭМБ-ын ТХСК болон Монгол улсын “Тамхины хяналтын тухай” хууль зөрчигдсөөр байна. Судалгаанд оролцогсдын олонх нь тамхийг кассын дэргэд байршуулдаг гэдгийг мэддэг, өсвөр насны хүүхдүүдэд кассын ойролцоох тамхи нь худалдан авах сэдэл төрүүлдэг болох нь батлагдлаа.

Зөвлөмж Өнөөгийн тамхины борлуулалт, түгээлтийн байдал нь Монгол улсад ДЭМБ-ын ТХСК болон “Тамхины хяналтын тухай” хуулийг зөрчиж байгааг мэргэжлийн хүмүүст танилцуулж, хуулийг хэрэгжүүлэх талаарх ажлыг зохион байгуулах нь зүйтэй юм. Цаашид хууль хэрэгжиж эхлэхээс өмнө иргэдэд шууд танилцуулан сурталчилж байх нь хэрэгжилтэд илүү үр дүнтэй байх болно. Тамхины хайрцаг цуглуулж сугалаанд оролцох, тамхи худалдан авсан хүмүүст урамшуулал олгох зэрэг нь сурталчилгаа болж байгаа тул тамхи нийлүүлэгч байгууллагуудад энэхүү үйлдлийг шууд хориглох хэрэгтэй.