



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI MONOPOLIYAGA  
QARSHI KURASHISH QO‘MITASI HUZURIDAGI  
ISTE‘MOLCHILAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISH AGENTLIGI**

**CONSUMER PROTECTION AGENCY  
UNDER THE ANTIMONOPOLY COMMITTEE  
OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN**



100128, Toshkent sh., Labzak ko‘chasi, 3-uy, Tel.: (998 71) 207-46-00, Tel.: (998 71) 241-22-53  
Ishonch telefoni: 1159, Sayt: [consumer.uz](http://consumer.uz), e-mail: [info@consumer.uz](mailto:info@consumer.uz), e-xat: [consumer@exat.uz](mailto:consumer@exat.uz)

“ 6 ” август 2021 й. № 02-06/3775

## **Рекламадан фойдаланувчилар, ижтимоий тармоқ фаол фойдаланувчилари**

Ўзбекистон Республикаси Монополияга қарши курашиш қўмитаси ҳузуридаги Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш агентлиги ўз ваколатлари доирасида истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва реклама тўғрисидаги қонун ҳужжатларига риоя этилиши устидан давлат назоратини амалга оширади.

Бугунги кунда ижтимоий тармоқлардаги каналлар орқали гўзаллик маҳсулотлари терига қандай таъсир қилиши ҳақида жуда кўп рекламаларни учратиш мумкин. Аксарият рекламаларда тери ва соч учун парваришlash воситаларини самарали таъсир этиши муқаррар эканлиги санаб ўтилмоқда.

Бундан ташқари, рекламаларда жарангдор янграйдиган “табиий косметика”, “фақат табиий” дея маҳсулотнинг хусусиятлари бўрттириб кўрсатилмоқда ва рекламадан фойдаланувчиларни чалғитувчи ёки чалғитиш мумкин бўлган ишончсиз иборалардан фойдаланилмоқда. Таъкидлаш жоизки, парфюмерия-косметика воситаларини харид қилаётганда, албатта, унинг таркибида қандай моддалар борлигига эътибор қаратиш тавсия этилади.

Ўз навбатида, ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари ўртасида тери ва соч учун парваришlash воситалари катта қизиқиш уйғотмоқда ҳамда янада машҳур бўлиб бормоқда. Косметика бозорида маҳсулотлар рекламаси муҳим аҳамият касб этади, шунинг учун реклама берувчилар маҳсулотлар хусусиятларини бўрттириб кўрсатган ҳолда истеъмолчилар онгига таъсир этиш орқали маҳсулотни сотиб олишга ундамоқда.

Ўзбекистон Республикаси “Реклама тўғрисида”ги Қонунининг 6-моддасига мувофиқ, қонунийлик, аниқлик, ишончлилик, рекламадан фойдаланувчига зарар, шунингдек маънавий зарар етказмайдиган шакллар ва воситалардан фойдаланиш рекламага доир асосий талаблар ҳисобланади.

Шунингдек, ушбу Қонун билан ноаниқлиги, икки хил маънони англатиши, бўрттириб юбориши, яшириб кетиши натижасида рекламадан фойдаланувчиларни чалғитувчи ёки чалғитиши мумкин бўлган, шахсларга, зарар ва маънавий зарар етказиши мумкин бўлган нотўғри реклама тақиқланади (*юқоридаги Қонуннинг 13-моддаси*).

Ижтимоий тармоқлардаги косметика воситаларидаги маълумотлар истеъмолчиларда тиббий маслаҳатлар зарур эмаслиги тўғрисида тасаввур уйғотиши мумкин бўлган реклама сифатида тақдим қилинмоқда.

Ваҳоланки, маҳсулотларнинг кимёвий таркиби ёки унинг алоҳида компонентларини қабул қилиш ноҳўя таъсирларга олиб келиши мумкин бўлган ҳолатлар мавжуд ёки ушбу компонентларга аллергия реакция бўлиши мумкин. Бундай ҳолда вақтни ортга сурмасдан зудлик билан шифокор кўригига бориш зарур.

Шунингдек, маҳсулотларнинг алоҳида компонентлари турли хил одамларга турлича таъсир кўрсатиши мумкин. Инсон соғлиғи билан боғлиқ бўлган маҳсулотларни қўллашдан олдин унинг таркибини чуқур ўрганиш ва шифокор билан маслаҳатлашиш талаб қилинади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, Агентлик парфюмерия-косметика воситаларини харид қилишдан олдин уларнинг таркибини диққат билан ўрганиб чиқишга, заруратга кўра шифокор билан маслаҳатлашган ҳолда қарор қабул қилишга чақиради.

**Директор ўринбосари**



**А. Қурбонов**