



Наприкінці весни цього року планувалася чергове нагородження переможців рейтингу вподобань, Фаворитів Успіху – 2019, яке на жаль, з очевидних причин, не відбулося.

Ми до останнього моменту відчайдушно сподівалися на послаблення карантинних заходів, на хоча б часткове зняття заборони на проведення масових заходів, проте, вже розуміємо, що це не станеться в найближчому майбутньому. Насправді, 17-а церемонія нагородження переможців рейтингу ще неодмінно відбудеться, але мабуть вже не в цьому році. Можливо навіть, що вручення за 2019 рік буде спільно з переможцями рейтингу нинішнього року. Але взагалі, ми згодні з думкою, що здоров'я і безпека людей понад усе і дотримуємося карантинних заходів з самого початку їх введення.

Як би там не було, ми вирішили що оголошення переможців минулорічного рейтингу має відбутись у будь-якому випадку. Хай не урочистій обстановці, зате безпечно. І звичайно ж, краще пізно, ніж ніколи. **Незабаром у липні ми проведемо віртуальне нагородження Фаворитів року!** Україна дізнається найкращий вибір!

Слідкуйте за подальшими анонсами на [наших сторінках в соцмережах](#), і вказуйте свої персональні рекомендації найкращого вибору в цілорічному [народному голосуванні](#)!



До речі, до кінця 2 квартального етапу голосування 2020 року залишилось близько тижня. Підтримайте в **народному голосуванні** свої улюблені бренди товарів і послуг, які заслуговують на звання «Фаворит Успіху – 2020»!

[Приступити до визначення Фаворитів – 2020](#)



І ще, просто звертаємо увагу, що незважаючи на те, що вручення нагород торішнім переможцям ще не встигло відбутися, всі підсумки минулорічного дослідження народних уподобань — публічні та відкриті.

Ви можете вже хоч зараз запитати хто став переможцем рейтингу у цікавій для вас категорії. Щоби побачити який саме бренд найбільше бажали та рекомендували українські споживачі в минулому році, просто відкрийте будь-яку категорію голосування і [загляньте в результати 2019 року!](#)

Тільки в рейтингу «Фаворити Успіху» ви можете дізнатися не тільки імена лідерів, але тих хто зайняв друге, третє, будь-яке місце, слідкувати за ходом голосування в реальному часі. Вибирайте найкращих на [FAVOR.com.ua](#) і коли стикаєтесь з труднощами вибору — дивіться що рекомендують інші люди!

## Цифри та трішки цікавої статистики про дослідження 2019 року:

- Народне голосування, яке визначило найкращі бренди товарів і послуг на українському ринку, тривало на [FAVOR.com.ua](#) протягом усього 2019 року: **з 1 січня по 31 грудня**.
- Свою лепту в визначення найкращих внесли **38620** респондентів з усіх куточків України (за винятком окупованих територій), або ж **39400** респондентів загалом (включаючи іноземців). Нагадаємо, за [методикою конкурсу](#) голоси нерезидентів України враховуються тільки в блоках номінацій [«Шоу-бізнес»](#) та [«Туризм»](#). В інших випадках — ігноруються.



У визначенні найкращих торгових марок, компаній, закладів та діячів сцени в 2019 році брали участь більше двохсот учасників експертних журі: якість товарів і послуг оцінювали понад **180** незалежних [галузевих спеціалістів](#), а також більше **80** спеціально запрошених до складу [Журі Успішних Людей](#) відомих і впізнаваних осіб України: знаменитостей, зірок телебачення, шоу-бізнесу і популярних громадських діячів. (Ми пишаємося ними і [представляємо усіх поіменно!](#))

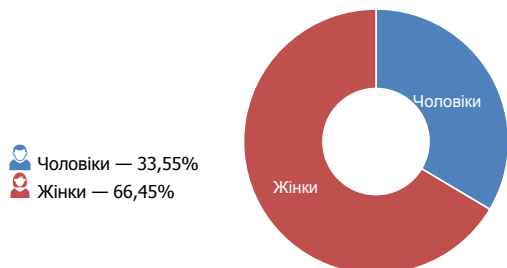
- Всі дані, отримані в ході онлайн-голосування та паперового анкетування респондентів експертних комісій обробляються спеціалістами маркетингової дослідницької компанії [InMind](#), після чого проходять ретельний аудит із боку [Київського міжнародного інституту соціології](#) (КМИС).

## Факти про респондентів народного голосування:

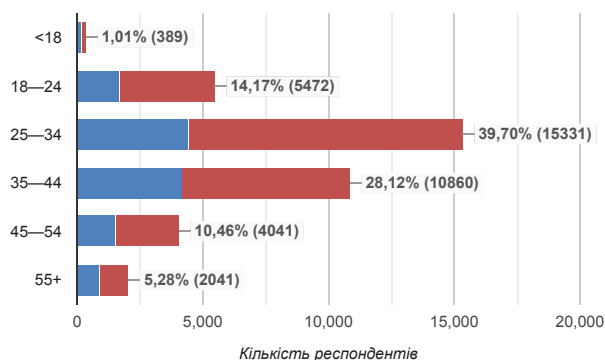
Жінки набагато охочіше чоловіків заповнюють анкети конкурсу та більш активні в голосуванні. Так у 2019 році в опитуванні взяли участь 12957 чоловіків і 25663 жінки.

### Стать респондентів

Стать респондентів

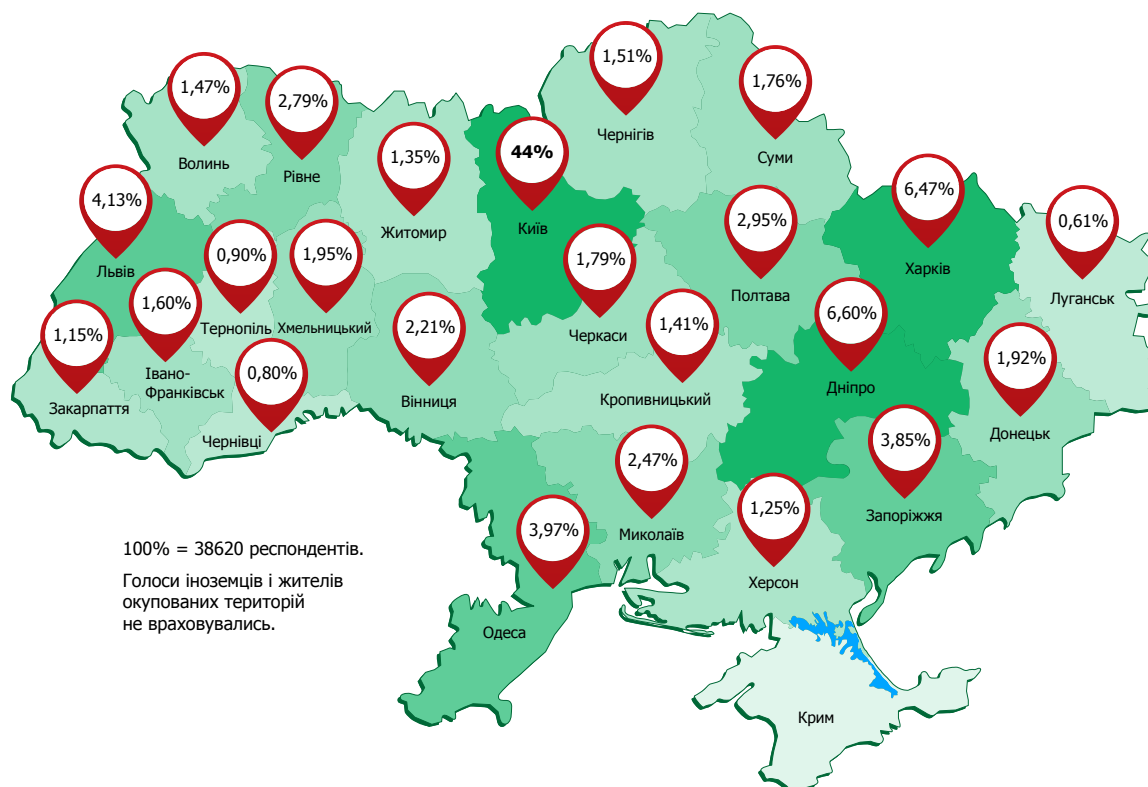


### Вік респондентів розподілено таким чином:

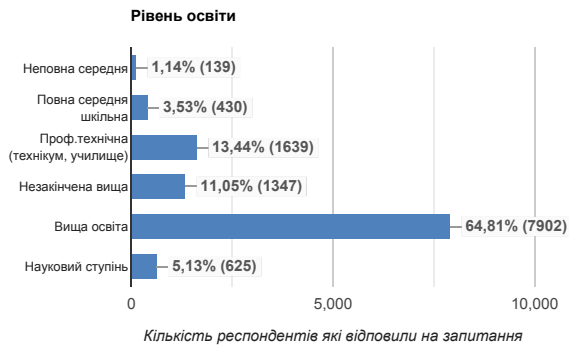


\* Статистика по 98,74% респондентам, які вказали свій рік народження.

### Більше третини респондентів — жителі столичного регіону:



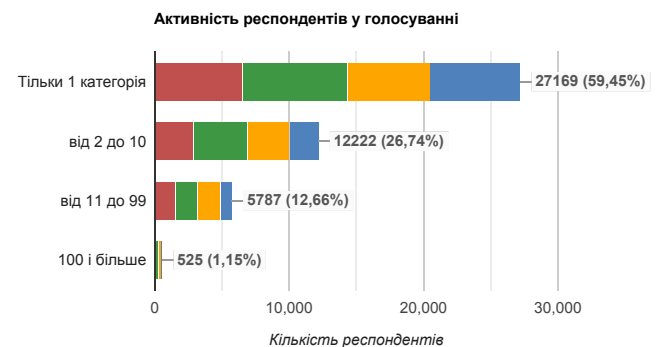
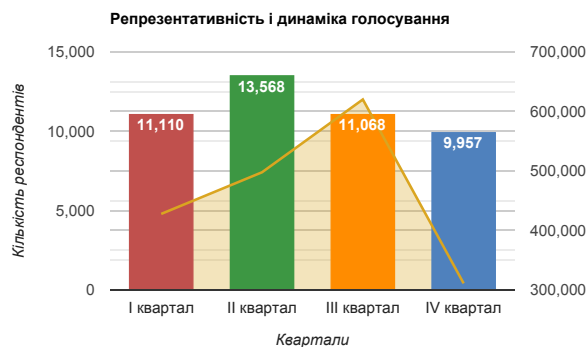
У 2019 році респондентам пропонувалося заповнити анкету, для визначення соціально-демографічного портрета учасників голосування. Анкету заповнили **31,57%** респондентів. Картина вийшла доволі цікавою. Більше половини заповнивших анкету людей вказали, що мають вищу освіту та в основному мають середній рівень доходу.



Це підтверджує думку, що Інтернет-суспільство в Україні в загальній масі представлено «середнім класом». Середній клас є найбільш активним на ринках, і на його частку припадає лівова частина попиту, що можна пояснити наступним чином: багаті хоча і мають високі середні витрати, проте є порівняно нечисленним класом, з іншого боку, частка бідних в суспільстві є більшою, проте їхні середні витрати є порівняно невеликими. Разом з тим, поведінка середнього класу на ринках є найбільш раціональною (а відтак — найбільш прогнозованою) порівняно з найбагатшими (представники яких в основному присутні в складі Журі Успішних Людей конкурсу), для яких практично не існує фінансових обмежень, та найбіднішими, яких турбує питання задоволення виключно базових потреб.

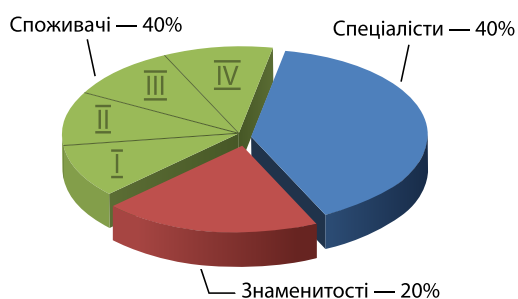
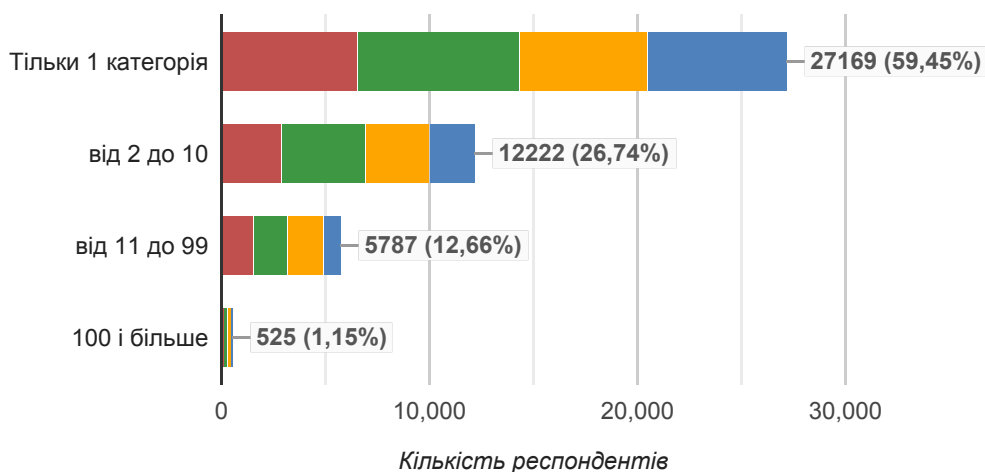
Середній клас в Україні у найближчому майбутньому зростатиме. Вивчення особливостей попиту середнього класу, цінностей та стилю життя цієї групи громадян дозволяє спрогнозувати розвиток окремих ринків у майбутньому та допомогти у провадженні маркетингової стратегії, зокрема рекламних кампаній, позиціонуванні товарів на ринку.

Поквартальна динаміка голосування і активність респондентів у голосуванні були такими:



Голосування в IV кварталі було риторичним для великої кількості категорій, в яких лідери вже визначилися за підсумками трьох кварталів. Відповідно, загальна активність респондентів знизилася наприкінці року.

## Активність респондентів у голосуванні



Згідно з [методикою дослідження](#), кожен учасник народного голосування мав можливість проголосувати до чотирьох разів на рік. Багато людей скористалися цією особливістю рейтингу, щоби підтримувати свої улюблені бренди товарів і послуг щоквартально. Найактивніші респонденти, які вказали свої уподобання і рекомендації в 100 або більшій кількості номінацій, представлені поіменно на [Дошці пошани](#).



Нагадаємо, народне голосування споживачів розділене на 4 етапи, рівних календарним річним кварталам. Проголосувати можливо в кожному кварталі з чистого аркуша, а підсумковий рейтинг конкурсантів підбивається наприкінці року. Така схема проведення дослідження дозволяє відстежувати динаміку змін у суспільних уподобаннях та протидіяти штучним накруткам рейтингу. (Адже для перемоги необхідна постійна народна підтримка у всіх чотирьох етапах, а сукупна загальнорічна оцінка згладжує наслідки будь-яких одномоментних флешмобів.)



**55,16%** українських користувачів **FAVOR.com.ua** використовували для голосування персональний комп'ютер, **43,19%** вказували свій найкращий вибір зі смартфона, і лише **1,65%** користувалися для цього планшетом. (Порівняно з [попереднім 2018 роком](#), суттєво, майже на 10% зменшилася відсоткова кількість респондентів використовують комп'ютери, поступившись користувачам смартфонів, що відповідає загальній тенденції до збільшення мобільності Інтернет-користувачів.)



Більш детальна інформація, з соціально-демографічними портретом респондентів у окремих категоріях, надається організаторами дослідження індивідуально для конкурсантів (учасників рейтингу), а також зацікавленим журналістам українських ЗМІ.