

Вітаємо вже у Новому році з новим діловим сезоном! :)

Дякуємо всім, хто навіть в період зимових свят не забував зайти на **FAVOR.com.ua**, щоби проголосувати за свої найулюбленіші торгові марки і найталановитіших виконавців.



Втім, ми в святковий період часу не втрачали, готуючись незабаром офіційно привітати з перемогою Фаворитів 2019 року — діячів української сцени, торгові марки і компанії, які були визнані №1 в своїх категоріях за результатами масштабного дослідження народних уподобань, що ґрунтується на оцінках експертів ринку і на численних рекомендаціях споживачів! Цікаві факти і цифри про торішнє дослідження дивіться нижче.

Найближчим часом організатори дослідження будуть сповіщати учасників рейтингу про результати і готуватися до чергової, вже 17-ої церемонії нагородження «Фаворитів Успіху – 2019», яка відбудеться навесні. Слідкуйте за подальшими анонсами подій на сторінках конкурсу в [соцмережах](#) і не забувайте підтримувати в голосуванні своїх персональних Фаворитів! Найактивніші учасники голосування завжди отримують безкоштовні запрошення на церемонію нагородження!

До речі, з початку року голосування було запущено з чистого аркушу, тому ви вже можете починати визначати найкращих з найкращих вже у новому, 2020 році! Задайте добрячого старту своїм персональним фаворитам!

[Приступити до визначення Фаворитів Року – 2020](#)

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.

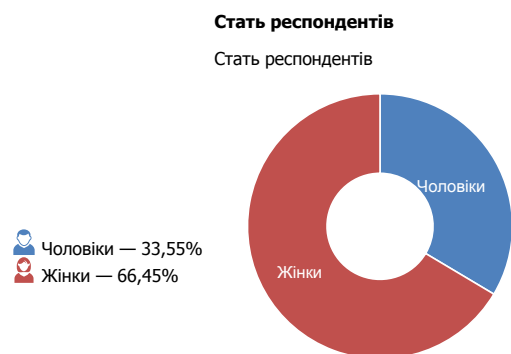


У визначенні найкращих торгових марок, компаній, закладів та діячів сцени в 2019 році брали участь більше двохсот учасників експертних журі: якість товарів і послуг оцінювали понад **180** незалежних [галузевих спеціалістів](#), а також більше **80** спеціально запрошених до складу [Журі Успішних Людей](#)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

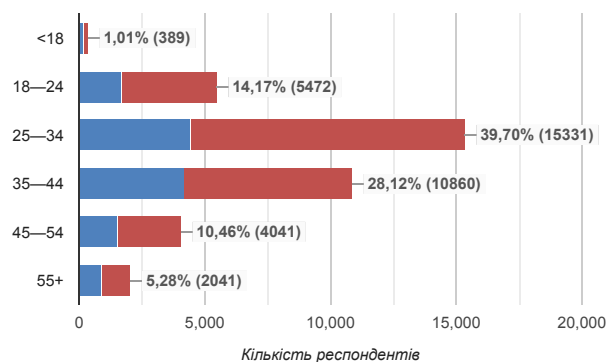
- Всі дані, отримані в ході онлайн-голосування та паперового анкетування респондентів експертних комісій обробляються спеціалістами маркетингової дослідницької компанії [InMind](#), після чого проходять ретельний аудит із боку [Київського міжнародного інституту соціології](#) (КМИС).

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.

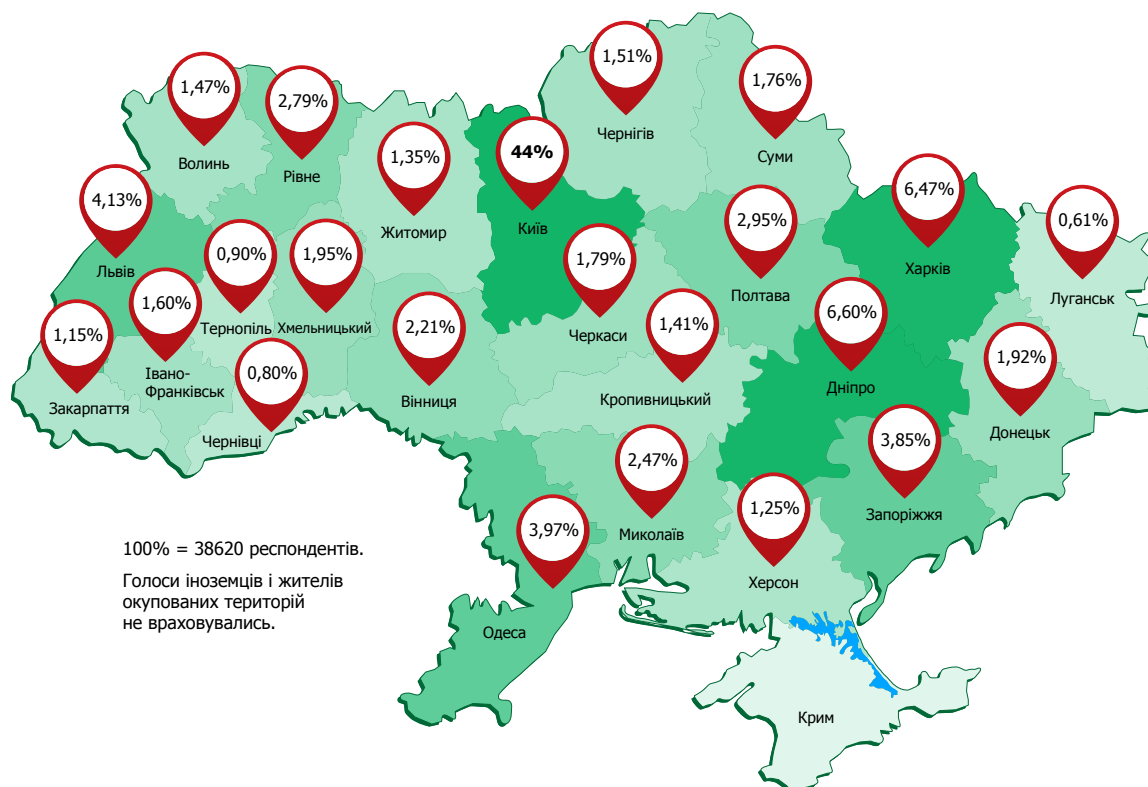


Вік респондентів розподілено таким чином:

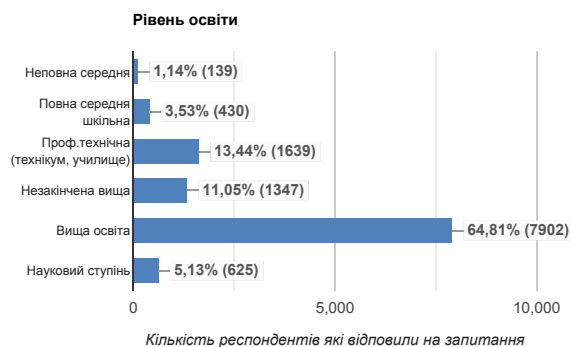


* Статистика по 98,74% респондентам, які вказали свій рік народження.

Більше третини респондентів — жителі столичного регіону:



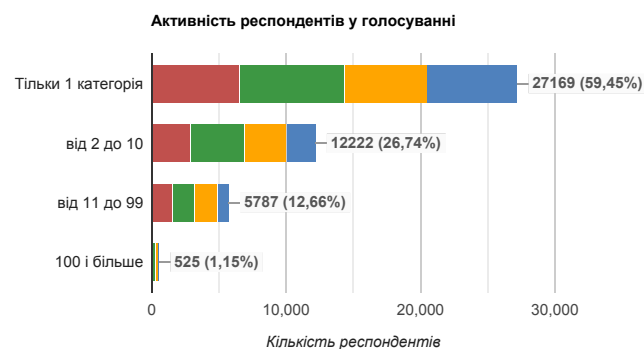
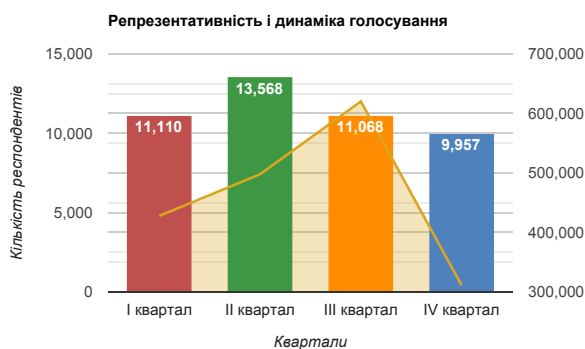
У 2019 році респондентам пропонувалося заповнити анкету, для визначення *соціально-демографічного портрета* учасників голосування. Анкету заповнили **31,57%** респондентів. Картина вийшла доволі цікавою. Більше половини заповнивших анкету людей вказали, що мають вищу освіту та в основному мають середній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

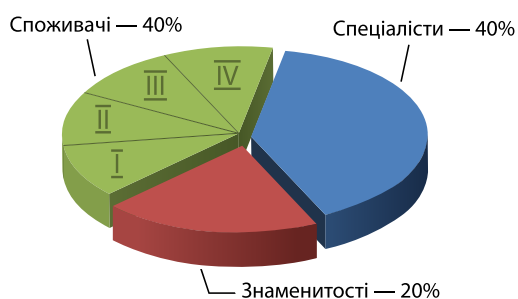
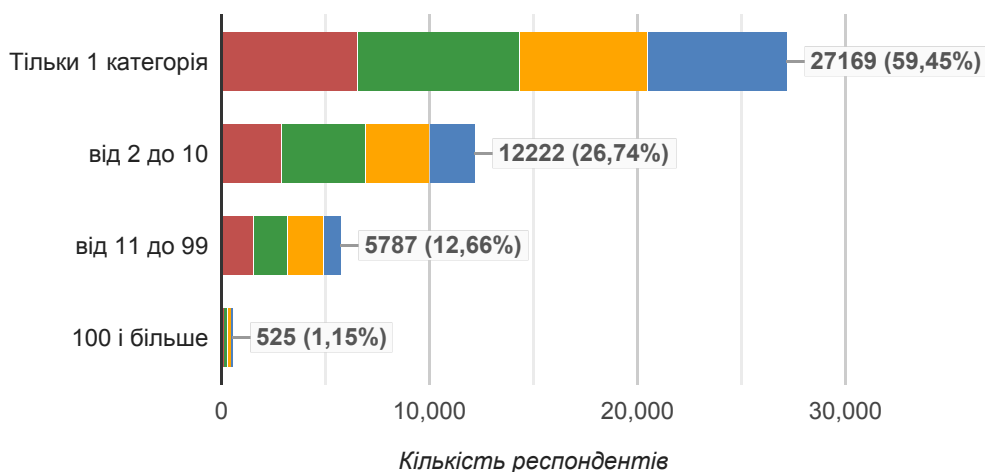
Середній клас в Україні у найближчому майбутньому зростатиме. Вивчення особливостей попиту середнього класу, цінностей та стилю життя цієї групи громадян дозволяє спрогнозувати розвиток окремих ринків у майбутньому та допомогти у провадженні маркетингової стратегії, зокрема рекламних кампаній, позиціонуванні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

Попереду церемонія нагородження лідерів рейтингу, «Фаворитів Успіху – 2019», дату якої буде незабаром анонсовано ([слідкуйте за новинами](#)). А також не лінуйтеся підтримувати найкращі торгові марки та найулюбленіших виконавців вже у Новому 2020 році!

Ваш вибір і підтримка забезпечать номінантам хороший старт у період, коли голосів ще мало і стабільний рейтинг споживчих уподобань ще не сформувався. **Вибирайте, рекомендуйте, голосуйте** і завжди беріть від життя тільки найкраще!



[Приступити до визначення Фаворитів Успіху – 2020](#)