

## ПОЛОЖЕННЯ ПРО КОНКУРС ТОРГОВИХ МАРОК «ФАВОРИТИ УСПІХУ»

### 1. Загальні положення

Положення про **Міжнародний конкурс торгових марок «ФАВОРИТИ УСПІХУ» в Україні** (надалі «**Положення**») складено на підставі Статуту Товариства з обмеженою відповідальністю «ФАВОРИТИ УСПІХУ» у відповідності із законодавством України та міжнародними нормами та звичаями, що регулюють правовідносини із організації, порядку проведення, матеріально-технічного і юридичного забезпечення та розрахунків у сфері публічних суспільно-корисних та приватно-корисних конкурсів, за технологією оцінки, розробленою ТОВ «ФАВОРИТИ УСПІХУ» та методикою визначення переможців у різних номінаціях конкурсу, розробленою Global Research Industry Inc (США).

ТОВ «ФАВОРИТИ УСПІХУ» (надалі «**Організатор**») є єдиною на території України організацією, що уповноважена здійснювати на території України заходи щодо організації та проведення Міжнародного конкурсу торгових марок «ФАВОРИТИ УСПІХУ» в повному обсязі всіх правомірно набутих майнових та немайнових прав. Нагородна символіка конкурсу торгових марок «ФАВОРИТИ УСПІХУ», всі патенти на Знаки для товарів і послуг, що використовуються під час проведення заходів для нагородження переможців Конкурсу — є приватною власністю фізичної особи, яка займає посаду директора ТОВ «ФАВОРИТИ УСПІХУ».

Положення встановлює загальні засади, принципи організації та проведення Міжнародного конкурсу торгових марок «ФАВОРИТИ УСПІХУ» (надалі «**Конкурс**»), визначає основні поняття, що використовуються при проведенні Конкурсу, регламентує відносини між особами, що приймають у ньому участь, встановлює їх права, обов'язки, порядок та розмір відповідальності, а також спеціальні процедури та застереження.

Положення визначає критерії та сутність проведення договірних та фінансово-господарських операцій щодо Конкурсу, порядок формування та використання створених за Конкурсом спеціальних фондів, заходи та принципи матеріально-технічного забезпечення та формування бюджету, принципи участі та заохочення учасників, методологічні засади та критерії відбору переможців, заходи популяризації, та чинники, що визначають стратегію Конкурсу.

Власність на інтелектуальні права, набуті в результаті здійснення діяльності за Конкурсом, належать організаторам Конкурсу, а також особам, яким відповідні та означені набуті права передані за встановленими правилами та процедурами. Ніхто із учасників та переможців Конкурсу не може бути позбавлений набутих прав.

В межах дії цього Положення складаються та діють спеціальні правила, процедури та правові режими забезпечення організації та проведення Конкурсу, обов'язкові для всіх осіб, що прямо, опосередковано або шляхом реєстрації юридично погодилися приймати у ньому участь як організатори, спонсори, меценати, учасники, рекламисти, інші особи або їх повноважні представники, які повинні дотримуватись таких встановлених спеціальних умов, правил та процедур. Підпис повноважної особи, що приймає участь у Конкурсі, є преюдиційним для погодження із правилами та процедурами за Конкурсом.

**Конкурс торгових марок «ФАВОРИТИ УСПІХУ» є публічним, відкритим суспільнокорисним конкурсом з метою визначення успішних товарів та послуг, що представлені в Україні, що здійснюються шляхом проведення спеціальних експертних досліджень, публічних заходів та інших акцій у тому числі рекламного характеру на комерційній або некомерційній основі із спеціальними обов'язковими умовами.**

Правила Конкурсу оголошуються публічно через засоби масової інформації (загальні та електронні, в тому числі через Інтернет). Будь-яка особа має право ознайомлення із умовами та правилами Конкурсу в повному обсязі у будь-який час. Організатори забезпечують документально всіх учасників Конкурсу та підтверджують отриманий особою під час дії Конкурсу та набутий за Конкурсом правовий статус.

## 2. Мета проведення Конкурсу

Конкурс створений з метою визначення на підставі багаторівневої експертної оцінки лідерів за встановленими номінаціями серед успішних товарів та послуг, що представлені в Україні, виробники, яких зацікавлені в іміджевій рекламі та формуванні лояльності до них, серед широких верств населення та елітної групи споживачів.

## 3. Загальним завданням Конкурсу є

- проведення щорічних масштабних рейтингових досліджень у різноманітних сегментах вітчизняного ринку споживацьких товарів та послуг;
- щорічне визначення та нагородження найуспішніших товарів та послуг (які стали лідерами у рейтинговій таблиці певних номінації, певних експертних комісій) з метою встановлення ефективної, комунікації споживачів та товаровиробників;
- заклик до орієнтації на найвищі стандарти якості;
- застосування такої форми оцінки товарів та послуг, яка враховує усі вагомі складові їх успіху;
- створення необхідних умов для формування інформаційного поля щодо донесення інформаційних матеріалів та результатів Конкурсу до широкої аудиторії населення України;
- формування та впровадження у громадську свідомість ідеї прагнення успіху;
- створення кола успішних товарів та послуг, та спільноти успішних людей, що їх представляють та своїм прикладом надихають на досягнення інших.

## 4. Терміни, що використовуються публічно та у документації за Конкурсом

**Програма Конкурсу** — визначений Статутом організатора та цим Положенням комплекс спеціальних заходів щодо комплексної оцінки успішних товарів та послуг, та нагородження офіційних Переможців.

**Номінація** — відповідна та однойменна галузь споживчих товарів та послуг, що беруть участь у Конкурсі. Позиція Конкурсу, щодо якої за Конкурсом здійснюється розгляд претендентів та їх експертна оцінка.

**Умови Конкурсу** — визначені за Програмою Конкурсу спеціальні юридичні та фактичні чинники, що є необхідними, обов'язковими та достатніми для прийняття участі у Конкурсі, визначення спеціальних критеріїв оцінки успіхів товарів та послуг що приймають участь у Конкурсі.

**Регламент проведення Конкурсу** — визначена організаторами Конкурсу послідовність вчинення юридичних та фактичних дій всіма особами, що приймають участь у спеціальних заходах.

**Методика** — розроблена компанією Global Research Industry Inc. (США) та адаптована до особливостей українського ринку доктором філософських наук, професором кафедри соціології Університету «Києво-Могилянська Академія», генеральним директором компанії «Київський міжнародний інститут соціології» (КМІС) Володимиром Іллічом Паніотто *«Методика проведення рейтингового дослідження конкурсу торгових марок «Фаворити Успіху»*. Дане положення описує Методику Конкурсу.

**Організатор** — Товариство з обмеженою відповідальністю Фаворити Успіху, яке є контрольним та виконавчим органом Конкурсу. Організатор є ініціатором рейтингових досліджень конкурсу, та спеціальних заходів з нагородження та оголошення Переможців. Організатор не приймає участі в оцінці учасників Конкурсу.

**Офіційний учасник Конкурсу (Конкурсант)** — юридична особа, виробник або офіційний представник виробника, який легально представляє свій товар або послугу на території України, з яким укладається спеціальна угода, у зв'язку із чим він отримує спеціальний (офіційний) правовий статус, що передбачає отримання задокументованої аналітичної інформації щодо рівня успішності його товару або послуги на ринку України, яка буде відображати реальну ситуацію його успіхів у певному сегменті ринку відповідної галузі економіки, на основі врахування товару чи послуги Конкурсанта у незалежному рейтинговому дослідженні, а також участь Конкурсанта у всіх заходах за Конкурсом. Офіційний учасник має право рекомендувати незалежних спеціалістів до участі у експертному голосуванні конкурсу, та право на промо-кампанію на веб-сайті конкурсу на етапі проведення досліджень. (Перелік основних переваг Офіційного учасника Конкурсу опублікований в Інтернеті, на веб-сайті Конкурсу, за адресою <http://www.favor.com.ua/method/participants/>) Конкурсант приймає участь у рейтингових дослідженнях конкурсу на загальних умовах, та має право на здобуття перемоги.

**Неофіційний учасник Конкурсу (Претендент)** — юридична особа, виробник або офіційний представник виробника, який легально представляє свій товар або послугу на території України, спеціальна угода із яким не укладається. Претендент за попередніми затвердженими критеріями оцінки розглядається Організатором як потенційний офіційний учасник Конкурсу, його товар чи послуга враховуються у незалежному рейтинговому дослідженні. Отримання задокументованої аналітичної інформації щодо позиції Претендента у незалежному рейтинговому дослідженні та участь Претендента у заходах за Конкурсом не передбачено. Претендент приймає участь у рейтингових дослідженнях конкурсу на загальних умовах, та має право на здобуття перемоги.

**Офіційний Переможець Конкурсу (Переможець)** — особа, що за підсумками Конкурсу здобула перемогу у відповідній номінації та одержала право на отримання пакету Переможця Конкурсу. (Перелік основних переваг Офіційного Переможця Конкурсу опублікований в Інтернеті, на веб-сайті Конкурсу, за адресою <http://www.favor.com.ua/method/winners/>)

**Неофіційний Переможець Конкурсу** — особа, що за підсумками Конкурсу здобула перемогу у відповідній номінації, але відмовилась від переваг пакету Переможця Конкурсу. Неофіційні Переможці не оголошуються Організатором Конкурсу, не беруть участі у спеціальних заходах за Конкурсом, та не отримують відповідних статусу переваг та прав на використання факту перемоги у Конкурсі.

**Промо-кампанія Конкурсанта** — визначений Організатором перелік переваг та Промо-послуг, що отримує офіційний учасник Конкурсу (<http://www.favor.com.ua/method/participants/>).

**Промо-кампанія Переможця** — визначений Організатором перелік переваг та Промо-послуг, що отримує офіційний Переможець Конкурсу (<http://www.favor.com.ua/method/winners/>).

**Заява** — письмово оформлений у встановленому порядку намір про офіційну участь у конкурсі, та бажанням скористатися перевагами офіційного Конкурсанта. Заявою на участь також вважається реєстрація представника компанії на веб-сайті конкурсу, та надання Організатором іміджевої інформації про компанію та торгові марки Конкурсанта.

**Внесок Конкурсанта** — за отримання статусу офіційного Учасника Конкурсу (Конкурсанта) — плата, що вноситься Учасником за реєстрацію його участі у Конкурсі та використовується на підготовку та організацію Конкурсу — не передбачається даним Положенням та Методикою Конкурсу.

**Внесок Переможця** — плата, що вноситься Конкурсантом, який за результатами досліджень Конкурсу зайняв переможну позицію, за право отримання пакету Переможця та використовується на проведення організаційних заходів та для роботи Організатора, а також на проведення заходів за Конкурсом, проведення рекламних кампаній Конкурсанта, та є платою за можливість використання спеціальних прав одержаних за Конкурсом.

**Бюджет Конкурсу** — доходи та видатки Організатору, що здійснює у відповідності із Статутом та Положенням весь комплекс заходів з метою повної реалізації Програми Конкурсу.

**Етапи Конкурсу** — комплекс програмних експертних заходів за Конкурсом, за якими здійснюється проміжна оцінка позиції Конкурсанта.

**Аудит** — професійне підтвердження коректності та відповідності результатів Конкурсу та процедур провідною незалежною аудиторською компанією.

**Журі Конкурсу (Експертні комісії)** — групи осіб що оцінюють Конкурсантів у дослідженнях. За прийнятою Методикою, Конкурсантів оцінюють 3 респондентських групи: Експерти-професіонали (Галузеві Спеціалісти), Успішні Люди (Знаменитості), та Споживачі.

**Експерт-професіонал (Галузевий Спеціаліст)** — особа, що за своїм фаховим та професійним рівнем у відповідності із затвердженою Організатором процедурою, здійснює кваліфіковану оцінку дії, предмету чи об'єкту у номінації.

До складу комісії запрошуються фахівці вузького профілю, представники спеціалізованих ЗМІ, наукові працівники профільних інститутів, практикуючі лікарі, представники організацій з питань захисту прав Споживачів. Спеціалісти (експерти у певній галузі), які представляють торгові марки, що є учасниками конкурсу, не можуть обирати власні марки, та не можуть голосувати у категоріях у яких представлені марки їх компанії.

Підбір та формування комісії Спеціалістів здійснюється Організатором та Партнерами Конкурсу з організації досліджень. Процедура створення цієї комісії також припускає можливість самовисування. Голосування Спеціалістів відбувається щорічно, один раз на рік, та завершується напередодні передачі результатів голосування незалежної рейтингової агенції та аудиторам.

**Успішна Людина (Знаменитість)** — особа відома широким верствам населення з преси або телебачення, яка приймає участь у голосуванні у складі Журі Успішних Людей, та приймає участь у церемонії нагородження, вручає нагороду Переможцеві на сцені.

До складу Журі Успішних Людей входять найвідоміші та впізнанні люди України, знаменитості. Саме вони впливають на формування смаків та переваг українців, є прикладом для наслідування, гордістю нації, кумирами молодого покоління, тобто осіб, що досягли успіху у власному напрямку діяльності та можуть гідно оцінити успіх інших. Таких людей без перебільшення можна назвати «експертами по Успіху», оскільки кожен з них є успішною особою.

Учасників голосування оцінюють видатні українці, які досягли визнання у різних галузях діяльності. До складу Журі запрошуються: представники українського бомонду, діячи вітчизняної культури та мистецтва, зірки естради та кіно, відомі співаки, відучи програм на радіо та телебаченні, режисери, дизайнери одягу, успішні підприємці, представники рекламного бізнесу, ресторатори, спортсмени, письменники та видавці, громадські діячі, тобто обличчя-бренди, які регулярно з'являються у пресі та на телебаченні. Підбір та формування Журі Успішних Людей здійснює Організатор. Самовисування до Журі Успішних Людей неможливе.

**Споживач** — будь який користувач інтернету, який споживає товари та користується послугами, що представлені на голосуванні, та оцінює їх у інтернет-голосуванні. На відміну від експертів з інших комісій Споживачі мають змогу голосувати у кожному з чотирьох кварталів протягом всього року. Така система голосування дозволяє враховувати коригування вподобань Споживачів впродовж року, що пов'язана із покращенням або погіршенням якості продукції наявних марок та появою на ринку нових пропозицій.

**Партнер** — особа, що на підставі окремого договору із організатором Конкурсу приймає участь у реалізації конкурсної Програми шляхом матеріально-технічного, фінансового чи інтелектуального забезпечення Конкурсу та діяльності Організатору.

**Спонсор** — особа, що на підставі окремого договору із організатором Конкурсу приймає участь у конкурсних заходах шляхом матеріально-технічного, фінансового чи інтелектуального забезпечення.

**Меценат** — особа, що на підставі окремого договору із організатором Конкурсу приймає участь у Конкурсних заходах шляхом матеріально-технічного, фінансового чи інтелектуального забезпечення без особистої користі.

**Рекламодавець** — особа, що на підставі окремого договору здійснює рекламну кампанію в межах проведення та реалізації програми Конкурсу.

**Конкурсна документація** — комплект документів, що містять інформацію про умови та процедуру проведення Конкурсу.

**Пакет Переможця** — встановлений Організатором перелік матеріальних, інтелектуальних прав, переваг, привілеїв, що набув Переможець за підсумками проведення Конкурсу.

**Імперативи Конкурсу** — Встановлений Організатором режим користування певними правами, перевагами та привілеями у зв'язку із офіційною участю у Конкурсі.

## 5. Загальний регламент проведення Конкурсу

Регламент проведення Конкурсу складається з наступних етапів:

1. Підготовка Конкурсу (затвердження Організатором правил, документів та процедур Конкурсу, організація забезпечення Конкурсу, затвердження його бюджету);
2. Прийняття рішення Організатором про оголошення та початок Конкурсу (оголошення про Конкурс через засоби масової інформації);
3. Формування переліку товарів та послуг у номінаціях;
4. Заповнення заяв на участь, укладання угод із Претендентами, за отримання статусу офіційного учасника Конкурсу;
5. Оцінка комісії «Експертів-професіоналів»;
6. Оцінка комісії «Журі Успішних Людей»;
7. Інтернет-голосування Споживачів (проводиться з початку календарного року, та розділене на 4 річних квартали, що дозволяє відстежити динаміку зміни переваг Споживачів);
8. Передача результатів досліджень Партнеру з досліджень для підрахунків рейтингів та визначення переможців;
9. Передача підрахованих рейтингів Аудитору досліджень для перевірки результатів;
10. Визначення переможців Конкурсу;
11. Повідомлення Конкурсантів про перемогу, укладання угод з офіційними Переможцями та сплати ними внесків за промо-пакети Переможців;
12. Проведення нагородження Переможців;
13. Оголошення Переможців Конкурсу через ЗМІ, та проведення промо-кампаній Переможців;
14. Підбиття підсумків Конкурсу;
15. Розгляд суперечок та претензій.

## 6. Підготовка проведення Конкурсу

Підготовка проведення Конкурсу здійснюється Товариством з обмеженою відповідальністю «ФАВОРИТИ УСПІХУ» у відповідності із його установчими документами та даним Положенням. Під час підготовки Конкурсу плануються та складаються проекти спеціальних програм та комплексу заходів, що передбачається здійснити, а також готуються плани та проекти бюджету доходів та видатків для подальшого опрацювання та затвердження Організатором.

Під час підготовки до Конкурсу складаються такі документи за встановленою формою:

- Рішення Дирекції ТОВ «ФАВОРИТИ УСПІХУ» про проведення Конкурсу в поточному році.
- Проект програми Конкурсу.
- Проект бюджету Конкурсу.
- Проект рекламної кампанії та PR-акцій.
- Проекти пакетів робочих документів, угод.
- Додатки.

### Затвердження Організатором правил, документів та процедур Конкурсу

Організатор проведення Конкурсу на своєму першому щорічному (установчому) засіданні затверджує спеціальні правила, процедури та типові документи, за якими в подальшому протягом терміну проведення Конкурсу здійснюватимуться всі юридичні та фактичні дії та заплановані ним спеціальні заходи, порядок вчинення дій особами, що приймають у ньому участь.

Встановлені Організатором умови проведення Конкурсу є обов'язковими для всіх його учасників.

### **Організація забезпечення Конкурсу**

З метою організації та проведення Конкурсу Організатором вживаються заходи щодо правового, документального, матеріально-технічного, фінансового, інформаційного, інтелектуального забезпечення.

Організатор створює всі умови для забезпечення проведення чесних рейтингових досліджень, які проводяться шляхом анкетування всіх Експертних комісій що беруть участь у голосуванні конкурсу.

### **Правове забезпечення Конкурсу**

Правове забезпечення Конкурсу здійснюється Організатором шляхом узгодження всіх правил, процедур із чинним законодавством України та міжнародними нормами права, на підставі яких здійснюється така діяльність та за дотриманням яких слідкують призначені та залучені Організатором фахівці та спеціалісти.

### **Документальне забезпечення Конкурсу**

Документальне забезпечення Конкурсу здійснюється Організатором шляхом складання на всіх етапах оголошення початку, проведення та закінчення Конкурсу спеціальних та затверджених документів, які є юридичними та фактичними підставами набуття (отримання), дії, користування та припинення дії спеціальних прав всіма особами, що прямо або опосередковано приймають участь у всіх заходах Конкурсу.

### **Матеріально-технічне забезпечення Конкурсу**

Матеріально-технічне забезпечення Конкурсу здійснюється Організатором шляхом укладання спеціальних угод та договорів, (а також їх виконання) із партнерами, що на спеціально визначених документами умовах надають як меценати та спонсори необхідне майно, матеріали, виконують роботи та послуги, що необхідні для послідовного вчинення дій та процедур за Конкурсом.

### **Фінансове забезпечення Конкурсу**

Фінансове забезпечення Конкурсу здійснюється Організатором шляхом залучення коштів від меценатів, спонсорів, учасників Конкурсу та власного капіталу для здійснення запланованих Конкурсом організаційних та розпорядчих дій.

Фінансування проведення Конкурсу та роботи Організатора здійснюється за рахунок сплати Переможцями внесків за участь у Конкурсі, а також за рахунок власних коштів.

Якщо Конкурс не відбувся або переможець у певній номінації не було визначено, витрати на підготовку Конкурсу відносяться на рахунок Організаторів.

### **Інформаційне забезпечення Конкурсу**

Інформаційне забезпечення Конкурсу здійснюється Організатором шляхом створення, передачі, розповсюдження та поширення інформації через ЗМІ та Інтернет для всебічної обізнаності всіх осіб, що прямо або опосередковано приймають участь у заходах Конкурсу, а також задля публічності та відкритості для суспільства власних намірів організаторів.

### **Інтелектуальне забезпечення Конкурсу**

Інтелектуальне забезпечення Конкурсу здійснюється Організатором шляхом залучення та реалізації спеціальних програм, інтелектуального потенціалу власних та залучених спеціалістів, зареєстрованих та набутих від інших осіб прав та власності на авторські та суміжні права.

Під час організації та проведення Конкурсу всі фінансово-господарські операції учасників здійснюються у відповідності із вимогами чинного законодавства України, у тому числі, щодо порядку здійснення розрахунків.

## **7. Прийняття рішення Організатором про оголошення та початок Конкурсу**

### **(оголошення про Конкурс через засоби масової інформації)**

Організатор у відповідності із Статутними документами Товариства з обмеженою відповідальністю «ФАВОРИТИ УСПІХУ» на своєму першому щорічному запланованому установчому засіданні, приймає письмове рішення про публічне оголошення початку Конкурсу.

Організатор готує та розповсюджує в засобах масової інформації оголошення про початок Конкурсу, яке містить наступну інформацію:

- основні умови Конкурсу та методика проведення досліджень Конкурсу;
- мінімальні вимоги для учасників Конкурсу;
- умови можливої участі у дослідженнях, та запрошення прийняти участь у голосуванні, визначенні найкращих товарів та послуг року;
- адреса веб-сайту, телефон, та / або інша інформація для довідок з питань Конкурсу.

## **8. Формування Номінацій, та переліку Претендентів (товарів і послуг) у Номінаціях**

У Конкурсі беруть участь всі торгові марки товарів та послуг, офіційно та легально представлені на українському ринку, у відповідних категоріях свого профілю. Також у конкурсі беруть участь столичні розважальні, торгові й фінансові заклади, засоби масової інформації, та найяскравіші представники вітчизняного шоу-бізнесу.

Номінації конкурсу пропонують самі споживачі, або респонденти інших експертних комісій, самостійно формуючи список торгових марок і компаній, пропонуючи їх до участі у конкурсі за допомогою спеціальної форми на сторінці інтернет-голосування. Респонденти також повідомляють про марки які вже не працюють на українському ринку, або мають бути вилучені з голосування за якихось інших об'єктивних причин. Організатори досліджень ретельно перевіряють всю отриману інформацію та приймають міри по своєчасному наповненню каталогу торгових марок актуальною та достовірною інформацією.

**Участь у конкурсі — безкоштовна. Дослідження у межах конкурсу не передбачає обов'язкового отримання респондентами додаткової інформації від Конкурсантів і є повністю незалежним.**

## **9. Формування каталогу торгових марок та компаній Конкурсантами**

Організатор пропонує Претендентам стати офіційними учасниками Конкурсу за умови надання актуальної та достовірної інформації про себе, та самостійної публікації цієї інформації на сторінках каталогу торгових марок і компаній на веб-сайті конкурсу.

Формування каталогу торгових марок створює світ товарів та послуг більш зрозумілим для Споживачів, надає можливість оперативно отримати всю необхідну інформацію про Конкурсанта, та допомагає свідомо обирати для себе найкращу продукцію та послуги у реальному житті.

Офіційний представник Конкурсанта має право:

1. Зареєструватися на веб-сайті Конкурсу (Порталі для покупців FAVOR.com.ua) та отримати від Організаторів право на публікацію іміджевої інформації про компанії та торгові марки що представлені їх компанією;
2. Безкоштовно розміщувати та поновлювати іміджеву інформацію про Конкурсанта на сторінках онлайн-каталогу компаній, та про торгові марки компанії, що беруть участь у рейтингових дослідженнях Конкурсу;
3. Самостійно публікувати статті, прес-релізи, новини та промо-акції від імені Конкурсанта, у відповідних публічних розділах Порталу для Споживачів FAVOR.com.ua;
4. Приймати участь у щорічній Конференції Споживачів та інших публічних заходах у межах

Конкурсу;

5. Рекомендувати незалежних спеціалістів відповідної галузі товарів або послуг, до участі у Експертних дослідженнях Конкурсу;
6. За бажанням, стати призовим партнером Конкурсу, щорічно, або щоквартально пропонуючи призи найбільш активним Споживачам, що приймають участь у інтернет-голосуваннях Конкурсу;
7. За бажанням, стати інформаційним партнером конкурсу, на умовах крос-промоушену (у разі, якщо Конкурсант є засобом масової інформації);
8. Укласти із Організатором угоду про проведення промо-кампанії Конкурсанта;
9. Укласти із Організатором угоду про іміджеве спонсорство в урочистій церемонії нагородження Переможців Конкурсу;
10. Можливість замовлення звітного буклету з детальними результатами рейтингових досліджень в кожній категорії товарів та послуг, що відображує позицію марки по відношенню до конкурентів в рейтинговій таблиці. Звітний буклет завірений Маркетинговою дослідницькою компанією InMind та Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС).

Стати офіційними учасниками («Конкурсантами») можуть Претенденти, які відповідають таким критеріям:

- Особа повинна офіційно представляти (бути повноважним представником) Претендента;
- Претендент повинен бути зареєстрованим на території України та легально здійснювати свою статутну діяльність.

Стати офіційними учасниками («Конкурсантами») не можуть Претенденти, які:

- Визнані Судом банкрутами або щодо яких порушено справу про банкрутство чи ліквідацію як суб'єкта підприємницької діяльності (скасування державної реєстрації);
- Раніше надали інформацію про себе, яка була визнана недостовірною, або порушувала права третіх осіб.

Конкурсант у разі перемоги у номінації отримує право:

- При дотриманні правил участі у Конкурсі, укладеної Угоди та Положення активно користуватися почесним знаком-медаллю Конкурсу, розміщуючи його на товарах та у своїй рекламі, а також іншими перевагами, які йому надаються відповідно до промо-кампанії, визначеної в угоді.

## 10. Дослідження Конкурсу

Щорічні рейтингові дослідження Конкурсу спрямовані на визначення найкращих торгових марок товарів та послуг України. Дослідження проходять за участю респондентів, що здійснюють оцінку Конкурсантів у відповідній Номінації. Переможці визначаються шляхом анкетування трьох респондентських груп:

1. Експертів-професіоналів (галузевих Спеціалістів)
2. Журі Успішних Людей (Знаменитостей)
3. Споживачів

Представникам кожної з респондентських груп пропонується заповнити анкети з переліком Номінацій Конкурсу, та переліком торгових марок, учасників досліджень, у Номінаціях. Респондентам пропонується обрати від 1-го до 5-ти учасників досліджень у Номінації, в залежності від кількості учасників у Номінації.

Респонденти не можуть обрати більше 1-го учасника, якщо у Номінації представлено до 5 учасників досліджень, та можуть обирати більшу кількість учасників, при більшій кількості учасників.

**Таблиця залежності кількості учасників що можуть бути обраним респондентом до загальної кількості учасників у Номінації:**

| Кількість учасників у Номінації | Кількість учасників яку може обрати респондент |
|---------------------------------|------------------------------------------------|
|---------------------------------|------------------------------------------------|

|       |   |
|-------|---|
| <6    | 1 |
| 6-10  | 2 |
| 11-15 | 3 |
| 16-20 | 4 |
| >20   | 5 |

Підсумовується кількість всіх голосів щодо кожного учасника та отримана Загальна Оцінка ранжується. Таким чином визначається позиція учасників у загальній таблиці оцінок кожної з респондентських груп.

Також анкета респондента дозволяє оцінювати додаткові критерії успіху обраних учасників. У залежності від Номінації, у який респондент обирає учасників, респонденту пропонується обрати додаткові критерії. Для групи номінацій «Товари» це може бути: *Якість товару, Співвідношення ціна/якість, Широта пропозиції у категорії, Зручність упаковки, Привабливість упаковки, Система збуту та дистрибуції, Просування товару*. Для групи номінацій «Послуги» додатковими критеріями можуть бути: *Якість послуги, Співвідношення ціна/якість, Супутній сервіс, Якість обслуговування, Фірмовий стиль, Просування послуги*.

Таким чином визначаються лідери по критерію *Якості, Співвідношенню ціна/якість*, та лідери з інших додаткових критеріїв.

### 11. Оцінка комісії «Експертів-професіоналів»

Комісія «Експертів-професіоналів» є однією з трьох респондентських груп, що здійснює оцінку діяльності Конкурсантів у Номінаціях, відповідних профілю Експертів.

Експерти-професіонали (галузеві Спеціалісти) — особи, що за своїм фаховим та професійним рівнем у відповідності із затвердженою Організатором процедурою, здійснюють кваліфіковану оцінку дії, предмету чи об'єкту у Номінації. До складу комісії запрошуються фахівці вузького профілю, представники спеціалізованих ЗМІ, наукові працівники профільних інститутів, практикуючі лікарі, представники організацій з питань захисту прав Споживачів, фахівці з державних та громадських організацій, інших підприємств, установ організацій, які працюють в різних галузях народного господарства, де здійснюють свою діяльність Конкурсанти.

Підбір та формування комісії Експертів-професіоналів здійснюється Організатором та Партнерами Конкурсу з організації досліджень. Процедура створення цієї комісії також припускає можливість самовисування. Голосування Спеціалістів відбувається щорічно, один раз на рік, та завершується напередодні передачі результатів голосування незалежної рейтингової агенції та аудиторам.

Експерти-професіонали, які представляють торгові марки, що є учасниками конкурсу, не можуть обирати власні марки, та не можуть голосувати у категоріях у яких представлені марки їх компанії.

Комісія «Експертів-професіоналів» формується за галузевими напрямками діяльності, які відповідають Номінаціям Конкурсу. Експерти-професіонали не мають можливості надати свою експертну оцінку учасникам у Номінаціях, які не є галузями професійної компетенції Експерта.

Організатор представляє кожного Експерта, що брав участь у дослідженні, у звітах Конкурсу та на веб-сайті конкурсу, індивідуально та поіменно.

За результатами оцінки підсумовуються оцінки усіх членів комісії «Експертів-професіоналів» у Номінації для кожного учасника. Таким чином визначається Загальна Оцінка для учасника у Номінації. Після цього проводиться ранжування в кожній номінації, і визначаються позиції учасників у загальній таблиці оцінок комісії «Експертів-професіоналів» конкурсу.

### 12. Оцінка комісії «Журі Успішних Людей»

Успішна Людина — особа відома широким верствам населення з преси або телебачення, яка приймає участь у голосуванні у складі Журі Успішних Людей, та приймає участь у церемонії нагородження, вручає нагороду Переможцеві на сцені.

До складу Журі Успішних Людей входять найвідоміші та впізнанні люди України, знаменитості. Саме вони впливають на формування смаків та переваг українців, є прикладом для наслідування, гордістю нації, кумирами молодого покоління, тобто осіб, що досягли успіху у власному напрямку діяльності та можуть гідно оцінити успіх інших. Таких людей без перебільшення можна назвати «експертами по Успіху», оскільки кожен з них є успішною особою.

Учасників голосування оцінюють видатні українці, які досягли визнання у різних галузях діяльності. До складу Журі запрошуються: представники українського бомонду, діячі вітчизняної культури та мистецтва, зірки естради та кіно, відомі співаки, відучи програм на радіо та телебаченні, режисери, дизайнери одягу, успішні підприємці, представники рекламного бізнесу, ресторатори, спортсмени, письменники та видавці, громадські діячі, тобто обличчя-бренди, які регулярно з'являються у преси та на телебаченні. Підбір та формування Журі Успішних Людей здійснює Організатор. Самовисування до Журі Успішних Людей неможливе.

Члени Журі Успішних Людей мають змогу обирати Номінації для голосування на власний розсуд, та приймати участь лише у Номінаціях у яких вони достатньо обізнані та мають власну думку щодо учасників, і таким чином можуть зробити свідомий вибір.

Організатор представляє кожного члена Журі Успішних Людей, що брав участь у дослідженні, у звітах Конкурсу та на веб-сайті конкурсу, індивідуально та поіменно.

За результатами оцінки підсумовуються оцінки усіх членів комісії «Успішних Людей» у Номінації для кожного учасника. Таким чином визначається Загальна Оцінка для учасника у Номінації. Після цього проводиться ранжування в кожній номінації, і визначаються позиції учасників у загальній таблиці оцінок комісії «Журі Успішних Людей» конкурсу.

### **13. Голосування Споживачів**

Учасники Інтернет-голосування та/або Інтерактивного телевізійного голосування висловлюють думку Споживачів щодо товарів та послуг.

Учасники дослідження отримують оцінку в ході Інтернет-голосування та Інтерактивного телевізійного голосування. Користувачам Інтернету пропонується для голосування перелік учасників у кожній Номінації, у якому вони відмічають від 1-го до 5-и успішних товарів або послуг у кожній Номінації.

Користувачі Інтернету мають змогу обирати Номінації для голосування на власний розсуд, та приймати участь лише у Номінаціях у яких вони достатньо обізнані та мають власну думку щодо учасників, і таким чином можуть зробити свідомий вибір.

У інших номінаціях, у яких користувач Інтернету не має певної думки, або не має досвіду для того щоб зробити свій вибір, користувач має можливість переглядати рекомендації інших, обізнаних Споживачів, роздивлятися інформацію про торгові марки, та про компанії що їх представляють, надану самими Конкурсантами, у онлайн-каталозі.

У телевізійному інтерактивному голосуванні представляються Конкурсанти, що уклали із Організатором спеціальну угоду, яка передбачає цю додаткову промо-послугу. Товар чи послуга Конкурсанта представляється у телевізійному форматі згідно угоди протягом дня. Голосування відбувається шляхом надсилання коротких повідомлень на короткий номер мобільного оператора, що надається Партнером конкурсу.

На відміну від експертів з інших комісій Споживачі мають змогу голосувати у кожному з чотирьох кварталів протягом всього року. Така система голосування дозволяє враховувати коригування вподобань Споживачів впродовж року, що пов'язана із покращенням або погіршенням якості продукції наявних марок та появою на ринку нових пропозицій.

Імена Споживачів, що проголосували у 100 та більше категоріях конкурсу, у будь-якому кварталі року, автоматично потрапляють на Дошку Пошани Споживачів, на веб-сайті Конкурсу.

Підсумовується кількість голосів, які отримав кожен учасник в ході Інтернет-голосування та Інтерактивного телевізійного голосування. Отримана Загальна Оцінка ранжується. Таким чином визначається позиція учасників у загальній таблиці оцінок Споживачів.

### **Правила Інтернет-голосування Споживачів**

Для участі у інтернет-голосуванні необхідно зареєструватися на сайті конкурсу та вказати правдиві дані про себе. Обов'язковими до заповнення є пункти «Стать», «Вік» (його можна сховати від інших користувачів при бажанні), «Регіон», та адреса електронної пошти. На одну email-адресу може бути зареєстрований лише один Споживач.

На вказану адресу електронної пошти миттєво надходить лист із гіперпосиланням для входу у систему під власним Ім'ям користувача (ніком). Отримавши доступ до системи єдиний раз, Споживач може безперешкодно брати участь у всіх подальших кварталах голосування.

Споживач може голосувати в усіх категоріях впродовж кожного кварталу. Під час голосування можна:

- обирати найкращі торгові марки у категоріях (при цьому рейтинг обраних марок зростатиме).
- змінювати свій вибір переставляючи відмітки з одних марок на інші (при цьому рейтинг марок, з яких відмітки знято, знижуватиметься).
- пропонувати до участі торгові марки, які нещодавно з'явилися на ринку та ще відсутні на голосуванні.
- пропонувати до видалення з голосування марки, які зникли з ринку.
- висловлювати свою персональну думку про представлені марки в коментарях до певної категорії голосування (дотримуючись загальноприйнятих моральних та етичних норм).

Організатор має право заблокувати доступ до голосування у випадку спроб фальсифікації — штучного збільшення кількості голосів за певні марки шляхом голосування із використанням програмних засобів, створення фіктивних поштових скриньок, вказання неіснуючих поштових скриньок, реєстрація кількох профайлів одним користувачем. В цьому разі сфальсифіковані голоси користувачів будуть дезактивовані, а рейтинг марок, з яких відмітки знято, знижуватиметься.

## **14. Процедура підрахунку рейтингів та визначення Переможців Конкурсу**

Під час голосування у будь-якій з номінацій респонденти кожної групи вибирають від одного до п'яти конкурсантів (торгових марок, компаній, учасників), яких вони вважають найкращими, яких респонденти готові рекомендувати в якості найкращого вибору. Кількість конкурсантів, за яких може проголосувати респондент, залежить від загальної кількості представлених в номінації конкурсантів.

У категорії в якій представлені 5 або менше конкурсантів, респонденту пропонується вибрати тільки одного з них. Там де представлені від 6 до 10 конкурсантів, респондент може вказати в якості свого вибору до двох персональних фаворитів. Від 11 до 15 — до трьох, і так далі, пропорційно до загальної кількості конкурсантів, але ніколи не більше п'яти.

| Кількість учасників у номінації | З них респондент може вибрати |
|---------------------------------|-------------------------------|
| <6                              | 1                             |
| 6–10                            | до 2                          |
| 11–15                           | до 3                          |
| 16–20                           | до 4                          |
| >20                             | до 5                          |

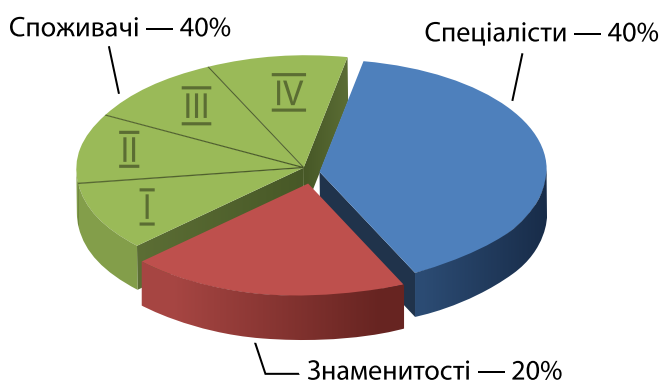
Підсумкова оцінка респондентської групи по кожній окремій номінації вважається репрезентативною тільки у разі, якщо в номінації проголосували не менше п'яти людей. А комплексна оцінка, що базується на інтегральних результатах кожної з трьох респондентських груп, розраховується тільки за умови достатньої кількості респондентів у кожній з трьох груп.

Розраховуються відсотки згадування (кількості голосів «за») кожного конкурсанта щодо загального згадки (кількості голосів) в даній номінації.

Результат *нормується* таким чином, щоби найбільший відсоток дорівнював 5 балам, а 0% — 0.

Для кожного учасника обчислюється загальний (інтегральний) рейтинг на основі балів, отриманих від усіх трьох респондентських груп. При обчисленні загального балу враховується вагомість думки кожної групи, що задіяна в голосуванні.

**При обчисленні інтегрального рейтингу, з метою визначення «Абсолютного Фаворита» у категорії, прийняті наступні вагомості:**



Остаточний бал розраховується за формулою:

**БАЛ** = (нормований бал [Експертів-професіоналів](#)) × 0,4 + (нормований бал [Журі Успішних Людей](#)) × 0,2 + (середній за рік нормований бал [Споживачів](#)) × 0,4.

За результатами оцінок у кожній таблиці, згідно позиціям, які посів учасник, рейтингова агенція, використовуючи професійні технології, обчислює кінцеву оцінку. Таким чином визначаються Переможці в кожній номінації Конкурсу.

**Абсолютним Фаворитом** у категорії вважається учасник, що посів перше місце за інтегральною комплексною оцінкою в рейтинговій таблиці даної категорії.

Конкурсант, що посів перше місце в підсумковому рейтингу окремої респондентської групи, може бути визнаним відповідно: **Фаворитом Експертів**, **Фаворитом Успішних Людей** або **Фаворитом Споживачів**.

## **15. Повідомлення Конкурсантів про Перемогу, укладання угод з офіційними Переможцями, сплата ними внесків за Пакет Переможця, та нагородження Переможця**

Після перерахування результатів та визначення переможців незалежною рейтинговою агенцією, та перевірки отриманих результатів незалежним Аудитором досліджень, Організатор повідомляє Конкурсантів, що зайняли переможні позиції в Конкурсі, про перемогу, та пропонує Пакет переваг офіційного Переможця.

Переможець Конкурсу, має право укласти угоду з Організатором на участь у урочистій церемонії нагородження, та скористатися іншими перевагами та промо-послугами що входять в Пакет Переможця та викладені в Угоді Переможця.

У випадку, якщо переможний статус Переможця відповідає статусу «Абсолютного Фаворита Успіху» (найвищий бал по комплексній оцінці всіх респондентських груп), Переможець має право, протягом 5 робочих днів після отримання повідомлення про перемогу, використати право «Ексклюзивного оголошення переможцем у номінації». Для цього, у вказаний строк, компанії потрібно подати до Організатора заявку на підписання угоди про участь у заходах конкурсу, та підписати її не пізніше 10 календарних днів з моменту подачі заявки. У такому випадку, Організатор зобов'язується не проголошувати на церемонії нагородження торгові марки, які за результатами дослідження посіли решту переможних позицій у своїй номінації — «Фаворит Експертів», «Фаворит Успішних Людей», «Фаворит Споживачів», та ін.

До дня початку церемонії нагородження Переможець повинен перерахувати Організатору грошові кошти (вартість) за використання Пакету промо-послуг та переваг Переможця. У випадку невиконання Переможцем своїх грошових зобов'язань перед Організатором, Переможець у даній номінації не оголошується.

На урочистій церемонії нагородження Офіційний Переможець Конкурсу отримує диплом та звання, що відповідає його переможному статусу у номінації, та нагороджується медаллю із золотим напилюванням «Фаворит Успіху».

Переможець попереднього сезону не має права на сенсаційну форму подачі факту перемоги у своїй рекламній та PR — кампаніях і зобов'язаний дотримуватися принципів «обмеження сенсаційної подачі» по закінченню одного календарного року від дня письмового повідомлення Організатором про перемогу у номінації.

Нагородження переможців Конкурсу і Гала-концерт відбуваються в урочистій атмосфері, в присутності представників Переможців, Конкурсантів що не стали Переможцями, Експертів Конкурсу, Успішних Людей (Знаменитостей), що брали участь у дослідженнях Конкурсу, представників ЗМІ, Партнерів Конкурсу, офіційних осіб країни, а також представників бізнесу і культури інших держав. Також на церемонію традиційно запрошуються до 30 найбільш активних учасників голосування Споживачів.

Перед початком церемонії, за погодженням із Організатором, Переможці можуть представити свою продукцію та інформацію про свою діяльність у спеціальній експозиції, а також надати спеціальні призи для їх розіграшу серед гостей церемонії під час шоу-програми нагородження.

## **16. Закінчення Конкурсу**

Після закінчення Конкурсу Організатор починає готувати комплексні звіти щодо проведення Конкурсу.

Організатор проводить, згідно взятих зобов'язань за результатами проведення конкурсу, рекламні кампанії переможців у відповідності із вибраними рекламними пакетами Переможців.

## **17. Забезпечення Конкурсу**

З метою матеріально-технічного та організаційного забезпечення Конкурсу Організатор здійснює залучення на договірній основі партнерів з представників рекламістів, засобів масової інформації, власників техніки, засобів зв'язку, аудиторів, юристів, власників приміщень, тощо.

Права, обов'язки та система здійснення із партнерами розрахунків обумовлюються письмовим Договором.

### **Партнер за Конкурсом:**

- Приймає співучасть у проведенні публічних заходів за Конкурсом;
- Погоджує із Організатором форму співучасті у програмі, про що складається Протокол;
- Виконує умови протоколу у погодженому правовому, фінансовому та економічному режимах;
- Дотримується термінів проведення запланованих протоколами заходів;

- Здійснює у відповідності із Протоколом комплекс заходів, робіт та послуг, пов'язаних із власною формою співучасті у проведенні публічних заходів за Конкурсом;
- Надає в справному технічному та експлуатаційному стані власностворену та залучену матеріально-технічну базу;
- Погоджує із Організатором всі організаційні, правові та фактичні дії за програмою проведення кожного публічного заходу;
- Використовує отримані за бюджетом публічного заходу кошти у відповідності із їх цільовим призначенням, якщо таке прямо передбачено складеними документами;
- Сповіщає Організатора про існуючі або виниклі організаційні, технічні чи правові обмеження та ускладнюючі обставини використання залученої матеріально-технічної бази та виконання Договору (Протоколу);
- Приймає участь у публічних заходах Організатора, використовуючи власних спеціалістів;
- Будує свої правостосунки із іншими партнерами-учасниками запланованих Організатором публічних заходів, (що також залучені ним до їх проведення на аналогічній договірній основі) на підставі рівності, чесного партнерства та захисту їх інтересів;
- Не обмежує правоздатність та дієздатність осіб, що приймають за ініціативою Організатора участь у публічних заходах за Конкурсом;
- Не порушує авторських та суміжних прав осіб, що приймають участь у публічних заходах;
- Затверджує власний бюджет та витрати згідно з Програмою публічного заходу;
- Дотримується правил та процедур, що погоджені Сторонами, під час проведення публічного заходу;
- Всебічно сприяє роботі Організатора;
- Здійснює інформаційне і консультативне сприяння реалізації Програми Конкурсу;
- Забезпечує своєчасне складання й оформлення необхідної документації та звітності;
- Виконує законні та договірні вимоги Організатора;
- Домовляється із Організатором про режим залучення, використання та повернення матеріально-технічної бази;
- Використовує майнові та немайнові права, що надані Організатором, за умовами організації та проведення Конкурсу;
- Здійснює розрахунки у погоджений із Організатором термін;
- Надає Організатору публічного заходу відомості, необхідні для власної співучасті;
- Забезпечує під час проведення публічних заходів за Програмою супровід та демонстрацію власної продукції чи послуг з коментарями власних фахівців та уповноважених осіб;
- Зберігає встановлену Сторонами конфіденційність взаємин та інформації;
- Протягом дії цього Договору зобов'язується не укладати договори та угоди аналогічного змісту з іншими особами, на яких вказує Організатор;
- Обмежує за рішенням Організатора вчинення власних дій, що можуть призвести до негативних публічних наслідків;
- Несе відповідальність перед Організатором за неналежне виконання прийнятих на себе зобов'язань.

**Партнер має право:**

- Вимагати від Організатора дотримання режиму використання майна, що було надане ним для участі у проведенні публічних заходів за Конкурсом;
- Самостійно встановлювати предмет та розподіл коштів власних витрат щодо власної участі у проведенні публічних заходів за Конкурсом;
- Подавати Організатору ділові письмові заперечення та пропозиції щодо порядку реалізації Програми за Конкурсом;
- На отримання достовірної інформації від Організатора щодо умов фактичного використання наданої ним матеріально-технічної бази;
- Припинити участь у публічній акції у разі грубого порушення Організатором умов Протоколу, склавши та подавши про такий намір подання;
- На отримання переваг та винагород від Організатора та інших доходів від участі в публічних заходах, якщо таке прямо передбачено Протоколом;
- На представництво власних інтересів (в межах цього Договору) під час проведення публічних заходів з реалізації Програми за Конкурсом;

- За власні кошти, залучати додатково третіх осіб за відповідними угодами для належного виконання власних зобов'язань;
- Надавати під час проведення публічних заходів послуги третім особам та мати від такої діяльності власний комерційний інтерес та зиск, але не у спосіб, що вступає у протиріччя з метою Організатора за Програмою публічних заходів за Конкурсом;
- Здійснити страхування власних можливих ризиків.

### **18. Розгляд спорів**

У разі порушення процедур проведення Конкурсу, інших умов цього Положення Конкурсанти мають право звернутися з відповідною заявою до Оргкомітету. Заява може бути подана не пізніше дати офіційного оголошення Переможців Конкурсу на церемонії нагородження.

Оргкомітет після одержання заяви зобов'язаний перевірити викладені претензії і в разі виявлення порушень скасувати власне рішення про визначення Переможця Конкурсу і дати відповідь щодо суті заяви протягом 3 календарних днів з моменту її одержання.

Не можуть бути оскаржені Рішення Оргкомітету про спосіб проведення Конкурсу і процедуру визначення Переможця.

Спори, що виникають за результатами Конкурсу, розглядаються Судом.

#### **Додатки:**

1. [Загальна інформація про Конкурс](#)
2. [Переваги учасників Конкурсу](#)
3. [Пакет промо-послуг Переможця Конкурсу](#)
4. [Переваги медіа-партнерів Конкурсу](#)