

РЕГЛАМЕНТ IX ПРЕМИИ BRAND AWARDS'26 INTERNATIONAL

- 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
- 2. ЦЕННОСТИ УЧАСТИЯ ПРЕМИИ**
- 3. ПРАВИЛА ПОДАЧИ ЗАЯВОК**
- 4. ЭТАПЫ ПРЕМИИ**
- 5. ОРГАНИЗАТОРЫ ПРЕМИИ**
- 6. ЭКСПЕРТНОЕ ЖЮРИ**
- 7. ТРЕБОВАНИЯ К ПОДАВАЕМЫМ ЗАЯВКАМ**
- 8. НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕМИИ**
- 9. ПОРЯДОК ПРИСУЖДЕНИЯ НАГРАД ПРЕМИИ. МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА СТОИМОСТИ БРЕНДА**
- 10. НАГРАДЫ ПРЕМИИ**
- 11. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**
- 12. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ФОРМА ЗАЯВКИ-БРИФА**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Премия Brand Awards'26 International — ежегодная Премия Маркетинговой ассоциации Узбекистана, которая с 2025 года проводится в новом формате. Премия является международной и представляет собой качественный анализ маркетинговых достижений бренда за 2025 год, а также количественный анализ, который представляет собой подсчет стоимости бренда.

1.2. Цель Премии Brand Awards'26 International – определение, поддержка и поощрение наиболее эффективных брендов, маркетинговых команд и экспертов, развитие сферы предпринимательства, инфраструктуры рынка маркетинговых и рекламных услуг.

1.3. Для целей премии используется следующее определение: Бренд — это обещание ценности, которое формирует уникальную эмоциональную и рациональную связь между компанией и потребителем, делая продукт или услугу узнаваемыми, желанными и предпочтительными на фоне конкурентов.

1.4. Результаты Премии отражаются в Рейтинге брендов по версии Маркетинговой ассоциации Узбекистана (<https://marketing.uz/rejtingi/rejting-brendov/>) и в Рейтинге стоимости брендов по версии Маркетинговой ассоциации Узбекистана.

2. ЦЕННОСТИ УЧАСТИЯ В ПРЕМИИ

1. Возможность предоставления достижений бизнеса за 2025 год жюри для получения премии Brand Awards'26 International.
2. Фиксация успехов бренда за 2025 год перед широкой аудиторией потребителей и экспертов в виде Сертификата признания успехов бренда.
3. Признание заслуг специалистов бренда через качественный и количественный анализ результатов работы.
4. Популяризация важности маркетинга для всех бизнес-процессов бренда.
5. Возможность получения премии Brand Awards'26 International Маркетинговой Ассоциации Узбекистана.
6. Баллы в Рейтинге брендов.

2.1. Преимущества расчета стоимости бренда

Определение стоимости бренда приносит множество преимуществ для компании, включая стратегию, финансы и маркетинг.

1. Финансовые выгоды

Инвестиционная привлекательность: высокая стоимость бренда делает компанию более привлекательной для инвесторов и способствует привлечению финансирования.

Продажа или слияние: при слиянии, поглощении или продаже бизнеса оценка бренда помогает установить справедливую рыночную цену.

2. Маркетинговая стратегия

Управление репутацией: понимание стоимости бренда помогает оценить его влияние на потребителей и скорректировать стратегию коммуникации.

Оптимизация затрат: ежегодный расчет помогает понять, какие маркетинговые действия эффективно влияют на ценность бренда.

3. Конкурентное преимущество

Дифференциация: Подсчитанная стоимость бренда позволяет выделяться среди конкурентов.

Лояльность клиентов: сильный бренд способствует удержанию клиентов и снижению чувствительности к ценам.

4. Внутреннее управление

Мотивация сотрудников: сильный и ценный бренд повышает гордость сотрудников за компанию, улучшая их вовлеченность и продуктивность.

5. Стратегическое планирование

Прогноз развития бизнеса и бренда как его важной составляющей позволяет потребителям строить взаимодействие с брендом на длительную перспективу.

Развитие новых рынков: расчет стоимости бренда помогает определить, насколько он способен адаптироваться или расширяться на новые рынки.

Таким образом, расчет стоимости бренда — мощный инструмент для управления бизнесом и повышения его конкурентоспособности.

3. ПРАВИЛА ПОДАЧИ ЗАЯВОК

1. В Премии могут участвовать юридические лица любой страны, без ограничения.
2. Для участия в Премии необходимо пройти авторизацию на сайте www.marketing.uz, заполнить все поля заявки – брифа, который состоит из двух разделов – для качественного анализа экспертным жюри Премии и для количественного анализа со стороны экспертной группы (Приложение 1). После заполнения следует отправить заявку, нажав на кнопку «Отправить». Организатор конкурса проверяет полученную заявку на соответствие требованиям Премии и направляет участнику договор на оплату участия, в течение 3-х рабочих дней с момента получения заявки. После оплаты участия заявка отображается на сайте www.marketing.uz и бренд становится участником Премии.
3. Участие в Премии платное. Стоимость участия составляет 40 000 000 сум с учетом НДС за одну заявку. В случае оплаты в валюте стоимость исчисляется по курсу ЦБ на день оплаты.

4. В стоимость каждой заявки включены:
 - Награда Brand Awards'26 International – диплом и статуэтка, согласно решению экспертного жюри Премии, на основании качественного анализа бренда (по брифу). Награда вручается на торжественной церемонии награждения 16 мая 2026 года;
 - Сертификат подсчета стоимости бренда экспертной группой по методологии, согласно Статьи 10 настоящего Регламента. Сертификат вручается на церемонии награждения 16 мая 2026 года;
 - Сертификат признания успехов бренда, который представляет собой описание атрибутов бренда, фиксацию достижений и успехов бренда за 2025 год, а также историю его развития. Содержание сертификата формируется на основании информации, предоставленной в первой (качественной) части брифа;
 - Два билета на Церемонию награждения Премии Brand Awards'26 International и банкет в честь победителей;
 - Включение в международный рейтинг стоимости брендов.
5. Для партнеров Маркетинговой ассоциации Узбекистана предоставляется скидка в размере от 10 до 30% в зависимости от статуса партнерства.
6. Оплата осуществляется банковским переводом между юридическими лицами на основании договора, через платежные системы Payme, Click или иным способом.
7. Бренд считается участвующим в Премии, только в случае соответствия следующим требованиям: заявка предоставлена в срок, внесена оплата участия.
8. Участие в Премии означает, что участник ознакомился с данным Регламентом и согласен с ним. Договор об участии является письменным подтверждением согласия.

4. ЭТАПЫ ПРЕМИИ

Прием заявок с 15 января 2026 года по 28 марта 2026 года включительно.

Голосование жюри, подсчет стоимости брендов с 31 марта 2026 по 21 апреля 2026 года.

Оглашение результатов Премии на Церемонии награждения 16 мая 2026 г.

5. ОРГАНИЗАТОРЫ ПРЕМИИ

Организаторами Премии являются:

Комитет по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан;
Маркетинговая Ассоциация Узбекистана.

6. ЭКСПЕРТНОЕ ЖЮРИ ПРЕМИИ

- 6.1. Состав жюри Премии формируется из специалистов в области маркетинга, брендинга, права и экспертной группы по подсчету стоимости бренда.
- 6.2. Экспертное жюри Премии:
 - знакомится с заявками участников на сайте www.marketing.uz;
 - анализирует достижения участников согласно заполненного брифа;
 - определяет специальные номинации премии;
 - осуществляет подсчет стоимости бренда;
 - принимает участие в Церемонии награждения победителей Премии.
- 1.3. С составом экспертного жюри Премии можно ознакомиться на сайте www.marketing.uz

2. ТРЕБОВАНИЯ К ПОДАВАЕМЫМ ЗАЯВКАМ

1. Подача заявки на участие в Премии осуществляется онлайн на сайте www.marketing.uz.
2. Заявка может быть заполнена на русском, узбекском или английском языках.
3. Заявитель самостоятельно выбирает одно направление, в котором его заявка будет отражена на сайте. Выбор направления несет исключительно информационный характер для посетителей сайта и не является каким-либо критерием для жюри.
4. При заполнении п. 6 Части 2 Брифа «Исторические данные о выручке» к брифу прикладываются pdf файлы, заверенные подписью ответственного лица и печатью компании «Отчета о финансовых результатах – форма № 2» за 2023, 2024 и 2025 годы
5. Результаты голосования жюри оглашаются на Церемонии награждения 15 мая 2026 года.
6. Жюри премии вправе обращаться к участникам с уточняющими вопросами и/или за дополнительными документами.

3. НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕМИИ

1. **Банки, финансовые институты, страхование:** банки, финансовые институты, лизинговые компании, аудиторские компании, кредитные организации.
2. **Продукты питания, напитки:** продукты питания, специи, полуфабрикаты, безалкогольные напитки: кофе, чай, молоко, соки, энергетические напитки, газированная и негазированная вода.
3. **HoReCa, розничная, оптовая и онлайн торговля:** гостиницы, гостевые дома, хостелы, рестораны, кафе, кофейни, точки общественного питания, кейтеринговые услуги, оптовая торговля, розничные торговые сети, супермаркеты, магазины, электронная коммерция, магазины по продаже товаров в рассрочку.
4. **Общество, СМИ:** государственные, общественные организации и социальные проекты, благотворительность, ТВ, электронные и печатные СМИ, сообщества, радиостанции.
5. **Технологии и коммуникация:** информационные технологии, IT проекты, технологические решения, мобильные приложения, мобильные операторы, телекоммуникации, интернет-услуги.
6. **Медицина, фармацевтика:** медицинские центры, косметологические клиники, медицинская техника, услуги профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, фармацевтические компании и препараты.
7. **Транспорт и логистика:** логистические компании, службы такси, службы доставки, транспортные средства (легковые и грузовые автомобили, мотоциклы, другие виды транспорта), сопутствующие товары (шины, масла, горючее, аксессуары).
8. **Наука, образование, консалтинг:** научные проекты, образовательные учреждения, школы, вузы, программы развития, развивающие центры, языковые школы, детские лагеря, юристы, аудиторы, консультанты по продажам, маркетологи, коучи, психологи, мотиваторы.
9. **Недвижимость, строительство и строительные материалы:** коммерческая и жилая недвижимость, строительство, девелопмент, риэлторские услуги, продукты и услуги, связанные с объектами недвижимости, строительные материалы.
10. **Спорт, развлечения, фитнес, туризм, здоровье:** фестивали, концерты, кинотеатры, театры, ярмарки, музеи, выставки, спортивные события, парки, ТРЦ, организация мероприятий, техника для мероприятий, спортивные и фитнес клубы, залы, спортивные лагеря, витамины, БАДы, спортивное питание, энергетики, спортивные товары и оборудование, туристические компании, курорты, санатории, дома и зоны отдыха, сервисы по бронированию, авиакассы.
11. **Дом и офис, предметы интерьера и декора, бытовая техника, уход за домом и офисом:** аудио и видео, бытовая техника, компьютеры, телефоны, смартфоны, планшеты, системы «умный дом», бытовая химия, моющие средства, мебель, предметы интерьера и декора (свет, текстиль, посуда, постельное белье, шторы, цветы), клининговые услуги.

12. **Мода, красота, дети:** одежда, обувь, сумки, украшения, косметика и средства для ухода и гигиены, парфюмерия, салоны красоты, услуги парикмахера, стилиста, ателье, детское питание, детская косметика и средства гигиены, одежда, обувь, коляски, игрушки, организация детских праздников.

10. ПОРЯДОК ПРИСУЖДЕНИЯ НАГРАД ПРЕМИИ. МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА СТОИМОСТИ БРЕНДА

1. После завершения срока приема заявок начинается рассмотрение заявок экспертым жюри, которое анализирует достижения участников, указанные в п.16 Брифа и формулирует достижения для каждого участника. Ответ на п.16 Брифа является определяющим. Его необходимо заполнить как проблему, решение и результат. Должна быть подробно описана ситуация на начало года, какие действия по ее решению были сделаны в 2025 году и какой получен результат для развития бизнеса в целом и бренда в частности.

2. На основании информации, предоставленной участником в количественной части брифа, рассчитывается стоимость бренда. Участник может отказаться от данного расчета. На стоимость заявки такое решение участника не влияет.

3. **Методология расчета стоимости бренда.**

Маркетинговая ассоциация Узбекистана использует свою уникальную методологию для расчета стоимости бренда, которая строится на использовании нескольких параметров, включая прогноз выручки компании на долгосрочный период (или чистого процентного дохода в случае банков), расчет ставки роялти, расчет ставки дисконтирования, наличие атрибутов бренда и также другие параметры.

4. Расчет осуществляется специалистами Gafurov, Kardash & Partners (www.gafurovkardash.com), независимой инвестиционно-консалтинговой компании, в составе которой специалисты, имеющие большой опыт работы в аудиторских компаниях «Большой четверки».

5. Вся информация, предоставленная в заявке, является строго конфиденциальной и не подлежит разглашению. Содержание качественной части брифа предоставляется экспертному жюри, после подписания NDA, а содержание количественной части брифа предоставляется только специалистам Gafurov, Kardash & Partners, после подписания NDA.

6. **Ограничения методологии**

Стоимость бренда является уникальной рекомендацией Маркетинговой ассоциации Узбекистана для сравнительного анализа нематериальной стоимости бренда. На основании полученных результатов будет сформирован ежегодный Рейтинг стоимости брендов Узбекистана по версии Маркетинговой ассоциации, который будет размещен на сайте Премии Brand Awards'26 International

7. Расчет стоимости бренда носит справочный характер для бренда и может использовать для вышеуказанного Рейтинга. Ассоциация не несет ответственность за использование результатов расчета для целей, отличных от описанных выше.

8. Расчет стоимости бренда не является оценочной деятельностью в соответствии с действующим законодательством Республики Узбекистан.

9. Для расчета используется информация, предоставленная участником Премии, который несет ответственность за корректность предоставляемой информации.

10. Любые изменения в исходной информации, внесенные после подачи заявки, могут иметь существенное влияние на результат расчета.

11. Результаты расчета стоимости бренда вручаются участнику на церемонии награждения Премии Brand Awards'26 International в виде сертификата, подписанного Маркетинговой ассоциацией Узбекистана.

12. На основании данного сертификата формируется ежегодный международный Рейтинг брендов по версии Маркетинговой ассоциации Узбекистана. Рейтинг формируется по

каждой стране отдельно и размещается на landing page на сайте marketing.uz в открытом доступе.

13. Участник Премии, на любом этапе, вправе отказаться от включения его в Рейтинг брендов. На стоимость заявки такое решение участника не влияет.
14. Организаторы Премии оставляют за собой право использовать наименования брендов - участников Премии для освещения Премии в СМИ и на интернет-ресурсах.

11. НАГРАДЫ ПРЕМИИ

1. Все участники Премии получают Диплом и статуэтку Премии Brand Awards'26 International, Сертификат расчета стоимости бренда и Сертификат признания успехов бренда.
2. Оглашение результатов Премии и вручение наград проходят на торжественном банкете, в честь победителей 16 мая 2026 года в Hyatt Regency Tashkent. Вход на церемонию – строго по приглашениям. До церемонии информация о наградах Премии является строго конфиденциальной и не разглашается.
3. Организаторы имеют право устанавливать дополнительные награды в виде специальных призов по согласованию с экспертным жюри.
4. Организаторы имеют право вносить изменения в данный Регламент.

12. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Маркетинговая Ассоциация Узбекистана
100007, г. Ташкент, ул. М. Улугбека, 25

Тел.: +998 (97) 402-28-20, +998 (97) 037-28-20

e-mail: info@marketing.uz

сайт: <https://marketing.uz>

<https://t.me/uzbekmarketing>

https://instagram.com/uzbekmarketing?utm_medium=copy_link

<https://www.facebook.com/uzbekmarketing>

<https://www.youtube.com/c/MAKONMARKETINGUZ>

Часть 1.
БРИФ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА БРЕНДА

Информация для жюри премии

№	Вопрос	Ответ
1	Как называется ваш бренд?	Укажите название бренда, значение названия и историю происхождения названия
2	Какова сфера деятельности и модель вашего бренда?	Укажите основное направление деятельности и модель бизнеса: B2B, B2C, DTC (прямое взаимодействие с потребителями) или гибридная.
3	Какой тип бренда вы представляете?	Корпоративный, личный или продуктовый
4	Каково географическое присутствие вашего бренда?	Глобальное, региональное или локальное
5	Каковы ценности и миссия вашего бренда?	Кратко опишите миссию, видение и основные ценности бренда
6	Является ли ваш бренд частью более крупного портфеля?	Перечислите все суб-бренды или связанные бренды, если такие имеются
7	Какие ключевые продукты предлагает ваш бренд?	Перечислите основные товары/услуги, предлагаемые брендом
8	Кто является вашей целевой аудиторией и какими сегментами она представлена?	Опишите основные сегменты вашей аудитории (возраст, пол, география и т.д.)
9	Каково позиционирование вашего бренда?	Опишите основные характеристики продукта, которые в первую очередь воспринимаются и ценятся вашими клиентами
10	В чем заключается уникальное торговое предложение (УТП) вашего бренда?	Что делает ваш продукт уникальным для потребителей?
11	Кто являются вашими ключевыми конкурентами и какие преимущества имеет ваш бренд перед ними?	Опишите основных конкурентов и ваши сильные стороны по сравнению с ними
12	Как клиенты воспринимают ваш бренд с точки зрения качества, надежности и ценности?	Опишите основные показатели. Есть ли отчеты или опросы степени удовлетворенности клиентов для подтверждения этих данных? Если есть, приложите их к брифу
13	Каков дескриптор и слоган вашего бренда?	Укажите дескриптор и слоган

14	Какое обещание даёт ваш бренд потребителям (Brand Promise)?	Что ваш бренд обещает аудитории и как вы выполняете это обещание?
15	Какова эмоциональная или психологическая аура вашего бренда (Brand Aura)?	Какие ассоциации вызывает бренд у клиентов?
16	Перечислите достижения бренда за 2025 год	Перечислите все значимые достижения бизнеса с подтверждающим данными (развития продукта и сервиса, рост продаж, новые рынки, успешные кампании и т.д.). Все достижения должны быть описаны в виде кейса: проблема-решение-результат. На основании информации данного пункта будут определены виды наград Премии.
17	Каковы планы развития вашего бренда ?	Какие стратегические цели вы ставите на 2026 год?
18	Какие проекты поддерживаются вашим брендом?	Перечислите основные проекты, CSR, спонсорство, партнерство или совместные инициативы за 2025 год
19	Каков уровень популярности вашего бренда?	Предоставьте информацию об охвате, уровне осведомленности и лояльности
20	Какие ключевые метрики вы используете для оценки успеха вашего бренда?	Укажите метрики, которые вы отслеживаете (узнаваемость бренда, лояльность, продажи и т.д.)
21	Как будет представлен ваш бренд на сайте премии BAI, в социальных сетях и Telegram?	Короткая информация о бренде, ссылки на ваши ресурсы
22	Информация о состоянии вашего бренда	Когда бренд создан и сколько лет ваш бренд существует на рынке, в том виде, который представлен сейчас

Часть 2.

БРИФ ДЛЯ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА БРЕНДА

Информация для определения стоимости бренда

№	Вопрос	Описание
1	Юридическое название компании	
2	Дата основания	
3	Веб-сайт	
4	Краткое описание деятельности	
5	Ключевые направления выручки (доходов)	

6	Исторические данные о выручке за 3 года	Указывается в млн. сум и в выручку должна быть включена только часть, связанная с оцениваемым брендом компании
	2023	
	2024	
	2025	
7	Прогноз выручки на ближайшие 5 лет	Указывается в % с пояснением планируемых источников и ресурсов для роста выручки, в выручку должна быть включена только часть, связанная с оцениваемым брендом компании
	2026	
	2027	
	2028	
	2029	
	2030	