

## Методологія проведення конкурсу RAU Awards-2025

### 1. Суть та цілі проведення дослідження

RAU Awards – щорічний проєкт Асоціації ритейлерів України, призначений визначити найуспішніші компанії сфер ритейлу та девелопменту країни. Проєкт складається з двох частин: дослідження та нагородження кращих компаній сфери роздрібної торгівлі – «Ритейлер року» та нагородження кращих торговельно-розважальних центрів – «Кращі ТРЦ/Shopping Centre Awards».

**Участь у конкурсі приймають ті мережі, які відповідають кваліфікаційним вимогам і подали заявку на участь у конкурсі. При подачі заявки компанія має заповнити профайл про себе.**

**Ціль проведення дослідження «Ритейлер року»:** визначити кращі компанії сфери ритейлу на думку експертів та учасників ринку.

**Ціль дослідження «Кращі ТРЦ/ Shopping Centre Awards»:** визначити кращі ТРЦ України на думку експертів та учасників ринку, надати ритейлерам актуальну інформацію про об'єкти торговельної нерухомості та розуміння: наскільки встановлена девелопером вартість оренди відповідає якості ТРЦ та його послуг.

**2. Метод дослідження:** рейтинг кращих компаній сфери ритейлу в рамках проєкту «Ритейлер року» формується на підставі голосування гравців ринку, а також на оцінці Експертної ради, до якої входять представники ритейлу, девелопменту, сегменту B2B (*додаток 1*).

*Рейтинг Кращих ТРЦ/Shopping Centre Awards* формується на підставі оцінки Експертної ради та голосування учасників ринку.

### 3. Форма проведення оцінки:

- 3.1 **Ритейлер року** - Експертна рада за заданими критеріями (*додаток 2*) оцінює номінантів шляхом електронного анкетування. Оцінювання проводиться в електронній формі із зазначенням ПІБ та компанії. Анонімні, заповнені з помилками або не заповнені анкети при підрахунку голосів не враховуються. **Член Експертної ради не може оцінювати ту номінацію, в якій представлена його компанія. Якщо експерт проголосував у такій номінації, ці оцінки при підрахунку результатів не враховуються.**

Учасники ринку (голосування відкрите) оцінюють номінантів за спрощеною системою (*додаток 8*), виставляючи кожному з номінантів оцінку від 1 до 5, де 1 – найнижча оцінка, а 5 – найвища. Оцінка проводиться в електронній формі з використанням спеціального ПЗ з ідентифікацією голосуючого по e-mail та підтвердженням. **Враховуються тільки ті анкети, де респондент оцінив не менше 50% номінантів.**

При підрахунку голоси Експертної ради мають більшу вагу, ніж голоси учасників ринку. Коефіцієнт становить 70% для Експертної ради та 30% для голосування учасників ринку.

- 3.2 **Кращий ТРЦ/Shopping Centre Awards** - Експертна рада за заданими критеріями (*додаток 6*) оцінює номінантів шляхом електронного анкетування. Оцінка проводиться в електронній формі, із зазначенням ПІБ та компанії. Анонімні, заповнені з помилками або не заповнені анкети при підрахунку голосів не враховуються. **Член Експертної ради не може оцінювати ту номінацію, в якій представлена його компанія. Якщо експерт проголосував у такій номінації, ці оцінки при підрахунку результатів не враховуються.**

Учасники ринку (голосування відкрите) оцінюють номінантів за спрощеною системою (*додаток 9*), виставляючи кожному з номінантів оцінку від 1 до 5, де 1 – найнижча оцінка, а 5 – найвища. Оцінка проводиться в електронній формі з використанням спеціального ПЗ з ідентифікацією голосуючого по e-mail та з підтвердженням. **Враховуються тільки анкети, де респондент оцінив не менше 50% номінантів.**

При підрахунку голоси експертної ради мають більшу вагу, ніж голоси учасників ринку. Коефіцієнт становить 70% для експертної ради та 30% для голосування учасників ринку.

- 3.3 **Персона року в ритейлі та персона року в девелопменті** – формування переліку номінантів здійснюється шляхом подання заявки встановленої форми. Члени Експертної ради заповнюють

анкету встановленої форми (**додаток 5**), оцінюючи кожного з номінантів за шкалою від 1 до 5, де 5 – вища оцінка, а 1 – нижча. Якщо оцінка не проставлена, вона за замовчуванням вважається такою, що дорівнює 0, і під час підрахунку голосів не враховується. Члени Експертної ради заповнюють анкету в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail. П'ять номінантів, які отримали найвищий середній бал, проходять до фінального голосування в інтерактивному форматі під час проведення церемонії. Від однієї компанії у short-list може представлена одна людина. При фінальному підрахунку голосів 50% результату належить голосуванню Експертної ради, і 50% - інтерактивному голосуванню на заході.

4. **Номінації RAU Awards.** Якщо номінація не набирає релевантну кількість номінантів (3 і більше), то вона не проходить до етапу голосування.
- 4.1 **Ритейлер року.** Оцінюються та нагороджуються компанії сфери роздрібної торгівлі, які працюють в Україні як мінімум протягом календарного року до 31.08.2025 і подали заявку на участь в конкурсі:
  - 4.1.1 **Ритейлер року в сегменті pharmaceuticals** - оцінюються торговельні мережі, що продають лікарські препарати та медичні товари, з кількістю торговельних точок не менше 100 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.2. **Ритейлер року в сегменті техніки, електроніки та гаджетів** - оцінюються торговельні мережі з площею магазинів від 100 кв. м (окрім монобрендових магазинів), що пропонують побутову та комп'ютерну техніку, мобільні пристрої та аксесуари, з кількістю магазинів не менше 20 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.3 **Ритейлер року в сегменті товарів для дітей** - оцінюються торговельні мережі, що пропонують іграшки та товари для дітей, з кількістю магазинів не менше 10 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.4 **Ритейлер року в drogerie** - оцінюються торговельні мережі, які пропонують товари, пов'язані з красою, доглядом та здоров'ям, побутовою хімією, з кількістю магазинів не менше 20 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.5 **Ритейлер року в сегменті jewelry** - оцінюються торговельні мережі, що пропонують ювелірні прикраси, вироби з дорогоцінних металів, з кількістю магазинів не менше 10 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.6 **Супермаркет року в FMCG** - оцінюються торговельні мережі, що продають продукти і товари повсякденного попиту, з кількістю магазинів більше 10, площею не менше 750 кв. м станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.7 **Магазин біля дому / міні-маркет року в FMCG** - оцінюються торговельні мережі, що продають продукти та товари повсякденного попиту, площею до 500 кв. м, з кількістю магазинів не менше 50 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.8 **Ритейлер року в сегменті спортивного одягу та взуття** - оцінюються торговельні мережі, що продають товари для спорту, туризму та активного відпочинку, з кількістю магазинів не менше 10 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.9 **Ритейлер року в сегменті магазинів косметики та парфумерії** - оцінюються торговельні мережі, які продають парфумерію й товари, пов'язані з красою та доглядом, площею від 100 кв. м, з кількістю магазинів не менше 2 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.10 **Fashion-ритейлер року Made in Ukraine** - оцінюються українські мережі мас-маркету, що працюють у сегменті fashion, з кількістю магазинів не менше 5 станом на 31.08.25, площею від 150 кв. м, і які подали заявку на участь у конкурсі. Виробництво компанії має бути в Україні.
  - 4.1.11 **Ритейлер року в сегменті ПЕК** - оцінюються торговельні мережі, що продають паливно-мастильні матеріали та супутні товари, з кількістю АЗК не менше 50 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.12 **Ритейлер року в сегменті товарів та аксесуарів для тварин** - оцінюються торгові мережі, які продають товари для тварин і супутню продукцію, з кількістю магазинів не менше 20 станом на 31.08.25, і які подали заявку на участь у конкурсі.
  - 4.1.13 **Міжнародний fashion-ритейлер року** - оцінюються міжнародні компанії та бренди мас-

маркету, що працюють у сегменті fashion, з кількістю магазинів не менше 10 станом на 31.08.25, площею від 500 кв. м, і які подали заявку на участь у конкурсі.

**4.1.14 Ритейлер року в сегменті товарів для дому та побуту** - оцінюються торгові мережі, що продають меблі й товари домашнього вжитку, з кількістю магазинів не менше 10 станом на 31.08.25, площею від 500 кв. м, і які подали заявку на участь у конкурсі.

**4.1.15 Кращий концепт року** (подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) – оцінюється ритейлер, який провів оновлення існуючого концепту чи запровадив новий концепт в період з 01.09.24 по 31.08.25. Проект, що подається на номінацію, має бути повністю реалізованим в зазначений період або таким, впровадження/реалізація якого продовжується, проте протягом зазначеного періоду проект вже приніс компанії вимірювану матеріальну вигоду або інший підтверджений результат.

Розбивка по сферах діяльності не проводиться. Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проектів, але не більше 5..

**4.1.16 Інноваційний ритейлер року** (подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) – оцінюється ритейлер, який запровадив в свою діяльність інноваційне рішення в період з 01.09.24 по 31.08.25. Проект, що подається на номінацію, має бути повністю реалізованим в зазначений період або таким, впровадження/реалізація якого продовжується, проте протягом зазначеного періоду проект вже приніс компанії вимірювану матеріальну вигоду або інший підтверджений результат.

Розбивка по сферах діяльності не проводиться. Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проектів, але не більше 5..

**4.1.17 Кращий мультиканальний ритейлер року** (під одним брендом, подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) - оцінюється ритейлер, який в період з 01.09.24 по 31.08.25 впровадив як фізичні, так і диджитальні формати.

Розбивка по сферах діяльності не проводиться. Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проектів, але не більше 5..

**4.1.18 Франшиза року в ритейлі** (подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) – оцінюється ритейлер, який продемонстрував видатні результати у розвитку франчайзингового напрямку в період з 01.09.24 по 31.08.25. У фокусі — зростання мережі, підтримка партнерів, сталі бізнес-моделі та вплив на ринок.

Розбивка по сферах діяльності не проводиться. Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,

- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проєктів, але не більше 5..

**4.1.19 Персона року в ритейлі** - формування переліку номінантів здійснюється шляхом подання заявки встановленої форми. Члени Експертної ради заповнюють анкету встановленої форми (**додаток 5**), оцінюючи кожного з номінантів за шкалою від 1 до 5. Якщо оцінка не проставлена, вона за замовчуванням вважається такою, що дорівнює 0 і під час підрахунку голосів не враховується. Члени Експертної ради заповнюють анкету в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail. 5 кандидатів, які набрали найбільший середній бал, потрапляють до фіналу, що відбудеться під час проведення RAU Awards: учасники заходу за допомогою інтерактивного голосування голосують за свого номінанта. При підрахунку голосів 50% фінальної оцінки складає голосування Експертної ради, 50% - інтерактивне голосування. Від однієї компанії в short-list може бути представлений тільки один номінант.

**4.1.20 Найдинамічніший ритейлер року (Спеціальна премія ім. Євгенія Кулинича)** – нагороджується компанія, яка відкрила найбільшу кількість магазинів за період з 01.09.24 по 31.08.25, список номінантів формується на основі статистичних даних відділу аналітики Асоціації ритейлерів України

**4.2 Кращі ТРЦ/Shopping Centre Awards.** Оцінюються та нагороджуються торговельно-розважальні центри, відкриті не пізніше 01.01.25, де щонайменше 60% орендарів становлять мережеві оператори, і де якірний орендар займає щонайбільше 40% від GLA, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.1 Кращий малий ТРЦ поза містами-мільйонниками** - оцінюються торговельні центри орендною площею від 10 000 кв. м до 19 999 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.2 Кращий середній ТРЦ поза містами-мільйонниками** - оцінюються торговельні центри орендною площею від 20 000 кв. м до 39 999 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.3 Кращий великий ТРЦ поза містами-мільйонниками** - оцінюються торговельні центри орендною площею понад 40 000 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.4 Кращий малий ТРЦ у містах-мільйонниках** - оцінюються торговельні центри, що працюють у Києві, Одесі, Харкові, Дніпрі, Львові орендною площею від 10 000 кв. м до 19 999 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.5 Кращий середній ТРЦ у містах-мільйонниках** - оцінюються торговельні центри, що працюють у Києві, Одесі, Харкові, Дніпрі, Львові, орендною площею від 20 000 кв. м до 39 999 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.6 Кращий великий ТРЦ у містах-мільйонниках** - оцінюються торговельні центри, що працюють у Києві, Одесі, Харкові, Дніпрі, Львові, орендною площею від 40 000 кв. м до 73 999 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.7 Кращий суперрегіональний ТРЦ** - оцінюються торговельні центри, незалежно від місцерозташування, орендною площею від 74 000 кв. м, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.8 Кращий торговий комплекс поза обласними центрами** - оцінюються торгові комплекси орендною площею понад 4000 кв. м, розташовані поза обласними центрами, і які подали заявку на участь в конкурсі.

**4.2.9 Кращий маркетинг ТРЦ** (подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) – оцінюються маркетингові активності ТРЦ і проєкти, реалізовані з 01.09.24 по 31.08.25. Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проєкти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проєкти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проєктів, але не більше 5..

**4.2.10 Кращий оператор розваг в ТРЦ** (подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) - оцінюються кращі розважальні оператори (площею від 1000 кв. м), які є

ключовим елементом екосистеми ТРЦ — формують стабільний трафік, пропонують різноманітні формати дозвілля для різних вікових груп та задають високу якість сервісу й атмосфери. Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проєктів, але не більше 5.

**4.2.11 Дебют року серед ТРЦ/ТЦ** (подача заявок в дану номінацію здійснюється на комерційній основі) - оцінюються ТЦ/ТРЦ, що відкрилися в період з 01.09.24 по 31.08.25. У центрі уваги — сучасний концепт, інфраструктурні рішення, безпека, інклюзивність та внесок у розвиток міського середовища.

Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проєктів, але не більше 5.

**4.2.12 Персона року в девелопменті** - формування переліку номінантів здійснюється шляхом подання заявки встановленої форми. Члени Експертної ради заповнюють анкету встановленої форми, оцінюючи кожного з номінантів за шкалою від 1 до 5. Якщо оцінка не проставлена, вона за замовчуванням вважається такою, що дорівнює 0 і під час підрахунку голосів не враховується. Члени Експертної ради заповнюють анкету в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail. П'ять кандидатів, які набрали найбільший середній бал, потрапляють до фіналу, що відбудеться під час проведення RAU Awards: учасники заходу за допомогою інтерактивного голосування голосують за свого номінанта. При підрахунку голосів 50% фінальної оцінки складає голосування Експертної ради, 50% - інтерактивне голосування. Від однієї компанії в short-list може бути представлений тільки один номінант.

## **5. Голосування та підрахунок голосів**

### **5.1 Голосування:**

**5.1.1 Ритейлер року.** Під час оцінювання номінацій, зазначених у пп 4.1.1 - 4.1.15 члени експертної ради заповнюють анкету встановленої форми (**додаток 4**), оцінюючи кожного з номінантів за 6 критеріями за шкалою від 1 до 5. Якщо оцінка не проставлена, вона за замовчуванням вважається такою, що дорівнює 0, і під час підрахунку голосів не враховується. Члени експертної ради заповнюють анкету в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail.

Учасники ринку заповнюють анкету спрощеної форми (**додаток 8**) в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail. Анкети з помилковими або неповними даними при підрахунку голосів не враховуються. Враховуються тільки анкети, де респондент оцінив не менше 50% номінантів.

**5.1.2 Кращі ТРЦ/Shopping Centre Awards.** Під час оцінювання номінацій, зазначених у пп 4.2.1 - 4.2.8 члени Експертної ради заповнюють анкету встановленої форми (**додаток 6**), оцінюючи кожного з номінантів за 6 критеріями за шкалою від 1 до 5. Якщо оцінка не проставлена, вона за замовчуванням вважається такою, що дорівнює 0 і під час підрахунку голосів не враховується. Члени Експертної ради заповнюють анкету в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail.

Учасники ринку заповнюють анкету спрощеної форми (**додаток 9**) в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail. Анкети з помилковими або неповними даними при підрахунку голосів не враховуються. Враховуються тільки анкети, де респондент оцінив не менше 50% номінантів.

**5.1.3 Персона року в ритейлі /девелопменті.** Члени Експертної ради заповнюють анкету встановленої форми (*додаток 5*), оцінюючи кожного з номінантів за шкалою від 1 до 5. Якщо оцінка не проставлена, вона за замовчуванням вважається такою, що дорівнює 0 і під час підрахунку голосів не враховується. Члени Експертної ради заповнюють анкету в електронній формі із зазначенням ПІБ, компанії та e-mail.

#### **5.1.4 Проектні номінації**

1. Кращий концепт року в ритейлі
2. Інноваційний ритейлер року
3. Кращий мультиканальний ритейлер року
4. Франшиза року в ритейлі
5. Кращий маркетинг ТРЦ
6. Кращий оператор розваг в ТРЦ

Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проектів, але не більше 5. Компанія, що набрала найбільшу суму балів за підсумками голосування Експертної ради, визнається переможцем номінації. За результатами голосування нагороджується перша трійка переможців.

#### **5.2 Підрахунок голосів**

**5.2.1 Ритейлер року.** Підрахунок голосів у кожній номінації проводиться окремо за підсумками голосування Експертної ради та учасників ринку. Підрахунок голосів у кожній з номінацій (пп 4.1.1-4.1.14) відбувається таким чином:

- Якщо під час голосування респондент не проставив оцінку, вона за замовчуванням прирівнюється до 0, і під час підрахунку голосів не враховується; при відкритому голосуванні враховуються тільки анкети, де респондент оцінив не менше 50% компаній;
- Всі набрані компанією бали підсумовуються *та діляться на кількість критеріїв (6)* (примітка: у випадку з голосуванням учасників ринку цей етап пропускається);
- Отриманий підсумок ділиться на кількість тих, хто проголосував;
- Отриманий середній бал вважається проміжною оцінкою номінанта.

Підсумкова оцінка отримується складанням проміжних оцінок Експертної ради та учасників ринку з урахуванням різної цінності голосування за формулою:  $P=(p1*70\%)+(p2*30\%)$ , де  $P$  - підсумкова оцінка номінанта,  $p1$  - проміжна оцінка Експертної ради,  $p2$  - проміжна оцінка учасників ринку. Набрані бали округлюються до двох знаків після коми за принципом: 0,0051 і більше - у більший бік, 0,005 і менше - у менший.

Переможцем номінації оголошується торговельна мережа, яка набрала найбільшу кількість балів у підсумковій оцінці у своїй номінації. У разі рівності балів у цьому випадку враховується третя, а за потреби - і четверта цифра після коми в підсумковій оцінці. У разі рівності переможцем оголошується мережа, яка отримала вищі бали за підсумками голосування Експертної ради. За рівності балів і за цим критерієм переможцями оголошуються всі компанії, що набрали максимально велику кількість балів за рівності перерахованих вище показників (*приклад розрахунку - в додатку 10*).

**5.2.2 Кращий ТРЦ/Shopping Centre Awards.** Підрахунок голосів у кожній номінації (п.п. 4.2.1- 4.2.8) проводиться окремо за підсумками голосування Експертної ради та учасників ринку.

У кожному з голосувань підрахунок голосів у кожній з номінацій відбувається таким чином:

- Якщо під час голосування респондент не проставив оцінку, вона за замовчуванням прирівнюється до 0, і під час підрахунку голосів не враховується; при відкритому голосуванні враховуються тільки анкети, де респондент оцінив не менше 50% компаній;

- Всі набрані компанією бали підсумовуються *та діляться на кількість критеріїв (6)* (примітка: у випадку з голосуванням учасників ринку цей етап пропускається);
- Отриманий підсумок ділиться на кількість тих, хто проголосував;
- Отриманий середній бал вважається проміжною оцінкою номінанта.

Підсумкова оцінка отримується складанням проміжних оцінок Експертної ради та учасників ринку з урахуванням різної цінності голосування за формулою:  $P=(p1*70\%)+(p2*30\%)$ , де  $P$  - підсумкова оцінка номінанта,  $p1$  - проміжна оцінка Експертної ради,  $p2$  - проміжна оцінка учасників ринку. Набрані бали округлюються до двох знаків після коми за принципом: 0,0051 і більше - у більший бік, 0,005 і менше - у менший.

Переможцем оголошується ТРЦ, який набрав найбільшу кількість балів у підсумковій оцінці у своїй номінації. У разі рівності балів у цьому випадку враховується третя, а за необхідності - і четверта цифра після коми в підсумковій оцінці. У разі рівності переможцем оголошується мережа, яка отримала вищі бали за підсумками голосування Експертної ради. У разі рівності балів і за цим критерієм, переможцем оголошуються всі компанії, що набрали максимально велику кількість балів за рівності перерахованих вище показників (*приклад розрахунку - в додатку 11*).

**5.2.3 Персона року в ритейлі та Персона року в девелопменті.** П'ять кандидатів, які набрали найбільшу кількість балів, потрапляють до фіналу, що відбудеться під час проведення RAU Awards: учасники заходу за допомогою інтерактивного голосування голосують за свого номінанта. При підрахунку голосів 50% фінальної оцінки складає голосування Експертної ради, 50% - інтерактивне голосування. Від однієї компанії в short-list може бути представлений тільки один номінант.

#### 5.2.4 Проектні номінації

7. Кращий концепт року в ритейлі
8. Інноваційний ритейлер року
9. Кращий мультимедійний ритейлер року
10. Франшиза року в ритейлі
11. Кращий маркетинг ТРЦ
12. Кращий оператор розваг в ТРЦ

Члени Експертної ради мають визначити 3 найкращі проекти з числа тих, що подали заявки на участь у конкурсі і присвоїти їм місце.

Проекти ранжуються за принципом:

- 1-е місце — 5 балів,
- 2-е місце — 4 бали,
- 3-є місце — 3 бали,

І так далі, відповідно до кількості відібраних проектів, але не більше 5. Компанія, що набрала найбільшу суму балів за підсумками голосування Експертної ради, визнається переможцем номінації. За результатами голосування нагороджується перша трійка переможців.

## ДОДАТКИ

### Додаток 1. Склад Експертної ради конкурсу RAU Awards-2025

	ІІ	ПОСАДА	КОМПАНІЯ
1	Андрій Жук	Голова	Retail Association of Ukraine
2	Олександр Бережанський	Засновник та CEO BERTA group, власник мереж «Близенько», «Чистенько», «Імідж» та логістичної компанії UB1, інвестор	
3	Микола Щербина	CEO	АНЦ
4	Ігор Хижняк	CEO	COMFY
5	Владлена Русіна	Операційна директорка	A3K WOG
6	Ганна Корягіна	Global head of leasing Nhood Holding; CEO Nhood Ukraine.	
7	Юлія Щаслива	Генеральна директорка	ТРЦ Respublika Park
8	Наталія Кравець	Комерційна директорка	Dragon Capital Property Management
9	Галина Закревська	Head of Leasing Department	TSUM Kyiv
10	Олександр Оверчук	CEO та співвласник	ТРЦ Злата Плаза , ФОРТ м. Рівне
11	Андрій Лотоцький	CEO	Retail & Development Advisor
12	Микола Чумак	Співвласник і CEO	IDNT
13	Олег Бондаренко	Співвласник	Sport City
14	Максим Гаврюшин	Голова УРТЦ та операційний директор Budhouse Group	
15	Артем Ретін	Керуючий партнер <a href="#">Retail.Pro.</a> та Заступник генерального директора з розвитку бізнесу <a href="#">Аптека 911</a>	
16	Наталія Шаповалова	Генеральна директорка	ТОВ "АТБ-Маркет"
17	Денис Овдієнко	CEO	Pandora Україна
18	Анна Луганська	Директорка з маркетингу	VARUS
19	Анжела Борисова	Генеральний менеджер комерційного центру	Alef Estate
20	Максим Пятаков	Директор департаменту непаливних продажів	Ukrnafta
21	Сергій Козолуп	Засновник і CEO	Cleaning Pro Group
22	Тарас Коляда	CEO	Подорожник
23	Олексій Гришко	CEO	LC Waikiki Україна
24	Іван Чивкін	Виконавчий директор	Антошка
25	Юлія Дзюба	Засновниця	Dzyuba retail atelier
26	Микола Астапов	Директор з розвитку та управління форматами	Алло
27	Віталій Семенченко	Співвласник	VOVK
28	Ганна Гришина	Директорка з маркетингу	EVA
29	Марк Петкевич	CEO	ТОВ «Новус Україна»
30	Рената Якубціонене	Генеральна директорка	БЦ та ТРЦ Retroville

31	Антон Денисенко	СЕО	Bizerba Ukraine
32	Ірина Шинкаренко	Заступниця голови у сфері комунікацій, реклами та ЗМІ ТОВ "Епіцентр К"	
33	Сергій Федоровічев	Операційний директор	Auchan Україна
34	Олексій Зозуля	СЕО	Фокстрот
35	Анна Чуботіна	СЕО Групи компаній Articano в Україні	
36	Марія Назаренко	СЕО Будинок Іграшок	
37	Оксана Кириченко	СЕО MasterZoo	
38	Юлія Щукіна	СЕО Bomond	
39	Петро Чередніченко	СЕО Prostor	

**Додаток 2. Критерії оцінки Експертної ради по номінаціям «Ритейлер року»**

№ з/п	Критерій	Що оцінюється
1.	Динаміка розвитку та ефективність мережі	Кількість відкритих/оновлених магазинів з 01.09.24 по 31.08.25
2.	Географія присутності	Географічна експансія: нові регіони, області та міста, де відкрили магазини з 01.09.24 по 31.08.25
3.	Інноваційність	Інноваційні рішення та технології, впроваджені з 01.09.24 по 31.08.25
4.	Корпоративна соціальна відповідальність	Соціальні та волонтерські проекти, реалізовані з 01.09.24 по 31.08.25
5.	Ділова репутація	Прозорість ведення бізнесу, сплата податків, офіційне працевлаштування
6.	Концепція	Відповідність формату сучасним реаліям та очікуванням

Шкала оцінки – від 1 до 5, де 1 – найнижча оцінка, 5 - найвища

**Додаток 3. Критерії оцінки Експертної ради по номінаціям «Кращий ТРЦ/Shopping Centre Awards»**

№ з/п	Критерій	Що оцінюється
1.	Трафік	Зміни відвідуваності ТРЦ з 01.09.24 по 31.08.25
2.	Ефективність	Зміни вакантності ТРЦ з 01.09.24 по 31.08.25
3.	Tenant-mix	Зміна та оновлення tenant-mix ТРЦ, працюючі якірні орендарі з 01.09.24 по 31.08.25
4.	Інноваційність	Інноваційні рішення та технології, впроваджені ТРЦ з 01.09.24 по 31.08.25

5.	Ділова репутація	Ділова репутація ТРЦ та її зміни з 01.09.24 по 31.08.25
6.	Концептуальність	Відповідність формату сучасним реаліям та очікуванням.

Шкала оцінки – від 1 до 5, де 1 – найнижча оцінка, 5 - найвища

**Додаток 4. Анкета для оцінки Експертної ради номінантів конкурсу «Ритейлер року» (приклад)**

Шановний експерте, поставте свою незалежну оцінку за шкалою від 1 до 5, де 1 - найнижча оцінка, а 5 - найвища. Якщо оцінка не проставлена, вона вважається такою, що дорівнює 0, і під час підрахунку голосів не враховується

Номінація	Компанія	Динаміка розвитку та ефективність мережі	Географія присутності	Інноваційність	Корпоративна соціальна відповідальність	Ділова репутація	Концепція
Ритейлер року в сегменті drogerie							

**Додаток 5. Анкета для оцінки Експертної ради номінантів конкурсу «Персона року в ритейлі»/ «Персона року в девелопменті»**

Номінант	Оцінка				

**Додаток 6. Анкета для оцінки Експертної ради номінантів конкурсу «Кращий ТРЦ/Shopping Centre Awards» (приклад)**

Шановний експерте, поставте свою незалежну оцінку за шкалою від 1 до 5, де 1 - найнижча оцінка, а 5 - найвища. Якщо оцінка не проставлена, вона вважається такою, що дорівнює 0, і під час підрахунку голосів не враховується

Номінація	ТРЦ	Місто	Трафік	Ефективність	Tenant-mix	Інноваційність	Ділова репутація	Концептуальність
Найкращий великий ТРЦ (GLA понад 40 000 кв. м)								

**Додаток 7. Крайній концепт року в ритейлі, Інноваційний ритейлер року, Крайній мультиканальний ритейлер року, Франшиза року в ритейлі, Крайній маркетинг ТРЦ, Крайній оператор розваг в ТРЦ, Дебют року серед ТРЦ/ТЦ (приклад)**

Шановний експерте, назвіть п'ять проєктів з числа поданих на конкурс, які, на вашу думку, виявилися найбільш ефективними. За 1-е місце нараховується 5 балів, за 2-е - 4 бали, за 3-е - 3 бали, за 4-е - 2 бали, за 5-е - 1 бал.

1	
2	
3	
4	
5	

**Додаток 8. Анкета спрощеної форми для оцінки учасниками ринку номінантів конкурсу "Ритейлер року" (приклад)**

Шановний учаснику, поставте свою оцінку за шкалою від 1 до 5, де 1 - найнижча оцінка, а 5 - найвища. Якщо оцінка не проставлена, вона вважається такою, що дорівнює 0 і під час підрахунку голосів не враховується

Під час оцінки враховуйте, будь ласка, такі критерії: Динаміка розвитку у період 2024-25, Географічна експансія, Інновації, Корпоративна соціальна відповідальність, Ділова репутація, Концепція.

№ з/п.	Номінація	Компанія	Оцінка
1.	Супермаркет року в FMCG (площа від 750 кв. м)		
2.			

**Додаток 9. Анкета спрощеної форми для оцінки учасниками ринку номінантів конкурсу "Кращий ТРЦ"/Shopping Centre Awards (приклад)**

Шановний учаснику, поставте свою незалежну оцінку за шкалою від 1 до 5, де 1 - найнижча оцінка, а 5 - найвища. Якщо оцінка не проставлена, вона вважається такою, що дорівнює 0, і під час підрахунку голосів не враховується

Під час оцінки враховуйте, будь ласка, такі критерії: зміни трафіку у період 2024-25, Трафік, Ефективність, Пул орендарів, Інновації, Ділова репутація, Концептуальність.

№ з/п	Номінація	ТРЦ	Місто	Оцінка
1.	Кращий малий ТЦ (GLA від 10 000 до 19 999 кв. м)			
2.				

**Додаток 10. Приклад розрахунку підсумків голосування конкурсу "Ритейлер року"**

**1. Оцінка експертної ради**

Номінація	Компанія/Критерій	Динаміка розвитку	Географія присутності	Інновації	Корпоративна соціальна відповідальність	Ділова репутація	Концепція
Супермаркет року в FMCG (площа від 750 кв. м)	Сільпо	5	4	2	5	5	5
	АТБ	4	2	2	2	5	4

Результати за підсумками голосування експертної ради:

Сільпо –  $(5+4+2+5+5+5)/6 = 4,3$

АТБ –  $(4+2+2+2+5+4)/6 = 3$

**2. Голосування учасників ринку**

Номінація	Компанія	Оцінка
Супермаркет року в FMCG (площа від 750 кв. м)	Сільпо	4
	АТБ	4

**3. Остаточний підрахунок**

Сільпо –  $4,3*0,7+4*0,3 = 4,21$

АТБ –  $3*0,7+4*0,3 = 3,3$

**Додаток 11. Приклад розрахунку підсумків голосування конкурсу "Кращий ТРЦ"/Shopping Centre Awards**

**1. Оцінка експертної ради**

Номінація	ТРЦ	Місто / критерій	Трафік	Ефективність	Орендарі	Інновації	Ділова репутація	Концептуальність
Кращий малий ТЦ (GLA від 15 000 до 19 999 кв. м)	Квадрат на Перова	Київ	4	3	2	1	4	2
	Метрополіс	Київ	3	2	3	1	3	3

Результати за підсумками голосування експертної ради:

Квадрат –  $(4+3+2+1+4+3)/6 = 2,8$

Метрополіс –  $(3+2+3+1+3+3)/6 = 2,5$

### 2. Голосування учасників ринку

№ з.п.	Номінація	ТРЦ	Місто	Оцінка
1.	Кращий малий ТЦ (GLA від 15 000 до 19 999 кв. м)	Квадрат на Перова	Київ	3
2.		Метрополіс	Київ	4

### 3. Остаточний підрахунок

Квадрат –  $2,8*0,7+3*0,3 = 2,86$

Метрополіс –  $2,5*0,7+4*0,3 = 2,95$

31.08.2025

Затверджую  
СЕО Асоціації ритейлерів України



Приходько О. В.