МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕМОЖЦІВ ЩОРІЧНОЇ ПРЕМІЇ RAU AWARDS 2026

1. ВСТУПНІ ПОЛОЖЕННЯ ТА УМОВИ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ

1.1. **RAU Awards** — головна щорічна премія Асоціації ритейлерів України, є вищим визнанням досягнень та професіоналізму лідерів сфер роздрібної торгівлі та торговельної нерухомості країни.

1.2. Метою проведення комплексного оцінювання в межах Премії є об'єктивне визначення найуспішніших компаній ринку, які демонструють високу ефективність, інноваційність та стійкість.

1.3. Премія базується на глибокій експертній оцінці та складається з двох ключових напрямів:
«РИТЕЙЛЕР РОКУ» — визначення та нагородження кращих компаній у сфері роздрібної торгівлі України;
«КРАЩИЙ ТРЦ РОКУ» — визначення та нагородження кращих торговельно-розважальних центрів України.

1.4. У Премії беруть участь компанії, які відповідають критеріям номінацій та вчасно надали заповнений профайл учасника. Оцінювання є відкритим та незалежним: подати заявку може будь-яка компанія ринку ритейл, незалежно від членства чи партнерства в Асоціації ритейлерів України. Будь-яку заангажованість повністю виключено, а номінанти оцінюються виключно за фактичні досягнення у звітний період.

1.5. Реєстраційний та організаційний супровід.
Подання заявок у більшості номінацій передбачає організаційний внесок у розмірі 25 000 грн.

Виняток: Організаційний внесок не передбачено для спеціальних та персональних категорій: «Найдинамічніший ритейлер року, Спеціальна премія імені Євгенія Кулинича», «Лідер року в ритейлі» та «Лідер року в торговельній нерухомості».

Призначення внеску: Організаційний внесок покриває технічне та операційне забезпечення процесів: адміністрування Премії, підтримку цифрової платформи оцінювання, організаційний супровід незалежної верифікації результатів аудиторською компанією BDO Ukraine, а також проведення урочистої церемонії нагородження (включаючи два персональні запрошення для представників компанії-номінанта).

2. МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ

Визначення переможців Премії та формування рейтингів «Ритейлер року» і «Кращий ТРЦ року» здійснюється на основі оцінювання Експертною радою, до складу якої входять співзасновники, вищий топменеджмент компаній та профільні фахівці ринку (додаток 1).

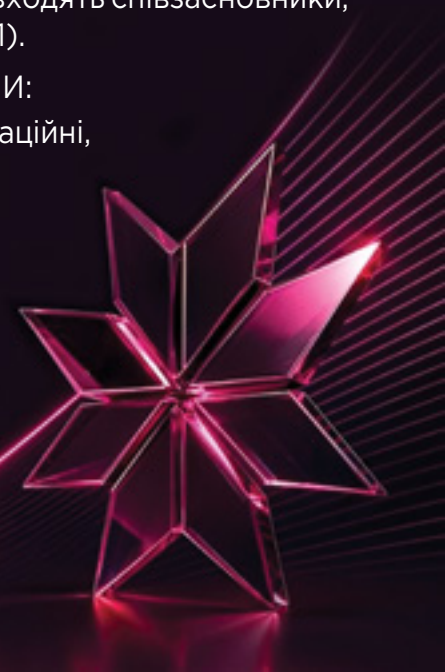
СКЛАД ЕКСПЕРТНОЇ РАДИ СФОРМОВАНО ЗА ТАКИМИ НАПРЯМАМИ:

1. Ритейл-сегмент: Співзасновники, генеральні директори (CEO), операційні, комерційні та маркетинг-директори провідних роздрібних мереж.

2. Торговельна нерухомість: Керівники та топменеджери найбільших торговельно-розважальних центрів України

3. Профільний B2B-сегмент та аналітика: Засновники, директори, експерти дослідницьких, консалтингових, соціологічних та технологічних компаній.

Супровід процесу оцінювання та незалежну верифікацію результатів забезпечують Організаційний комітет Асоціації ритейлерів України, 4Service та аудиторська компанія BDO Ukraine.



Покрокові алгоритми та математичні моделі визначення переможців наведені в офіційних додатках до Методології:
Додаток 2. Приклад та математична модель розрахунку балів у проєктних номінаціях.
Додаток 3. Приклад та математична модель розрахунку балів у персональних номінаціях.

3. РЕГЛАМЕНТ ТА ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ

3.1. Голосування та захист від конфлікту інтересів

Платформа оцінювання: Оцінювання номінантів здійснюється членами Експертної ради в електронній формі на спеціалізованій цифровій платформі за визначеними критеріями.
Кваліфікаційний мінімум: Якщо номінація не набирає релевантну кількість учасників (менше як три (3) компанії), вона не проходить до етапу голосування.
Конфлікт інтересів: Члени Експертної ради не можуть оцінювати номінацію, у якій представлена його компанія чи об'єкт. У разі виявлення такого голосування, дані оцінки анулюються під час підрахунку результатів.
Об'єктивність: Експерти виставляють бали номінантам виключно на основі фактичних результатів та бізнес-досягнень у межах звітного періоду.

3.2. Механіка анкети та шкала оцінювання

Шкала оцінювання: Під час голосування експерти заповнюють анкету встановленої форми. Кожен номінант оцінюється за кожним із 5 критеріїв за шкалою від 1 до 5 балів (де 1 — найнижча оцінка, 5 — найвища).

Пропущені оцінки: Якщо експерт не проставив бал за критерієм, оцінка за замовчуванням прирівнюється до 0 і не враховується під час підрахунку результатів.

Розподіл нагород: За підсумками фінального рейтингу в більшості номінацій визначаються три переможці:
1-ше місце – Золото
2-ге місце – Срібло
3-тє місце – Бронза

Виняток: У спеціальних та персональних номінаціях («Найдинамічніший ритейлер року, Спеціальна премія імені Євгенія Кулинича», «Лідер року в ритейлі», «Лідер року в торговельній нерухомості») визначається лише один переможець.

3.3. Порядок підрахунку балів.

Математична формула рейтингу: Підрахунок балів у кожній номінації проводиться окремо за результатами голосування Експертної ради за такою послідовністю:
• усі набрані компанією бали за критеріями підсумовуються та діляться на кількість критеріїв (5);
• отриманий підсумок ділиться на кількість експертів, які проголосували за даного номінанта;
• фінальний середній бал округлюється до двох знаків після коми (0,005 і більше - у більший бік, менше ніж 0,005 - у менший) та визначає підсумкову оцінку номінанта.

Вирішення спірних результатів: Переможцем оголошується компанія, яка набрала найбільший підсумковий бал.

У разі рівності показників:
• враховується третя, а за потреби — четверта цифра після коми;
• за повної рівності балів переможцями оголошуються всі компанії, що розділили максимально високу позицію в рейтингу.

4. КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ТА ОЦІНЮВАННЯ НОМІНАНТІВ. Напрям «Ритейлер року»

Оцінювання номінантів здійснюється лише членами Експертної ради шляхом електронного анкетування з обов'язковим зазначенням ПІБ та компанії експерта. Анонімні, некоректно заповнені або пропущені анкети до підрахунку результатів не приймаються.
Враховуються тільки ті анкети, де респондент оцінив не менше 70% номінантів.

4.1. КРАЩИЙ РИТЕЙЛ-КОНЦЕПТ РОКУ (ФОРМАТИ МАГАЗИНІВ)

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) впровадили новий або провели реформат наявного формату магазину. Об'єкт має бути повністю реалізованим або перебувати на стадії масштабування, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати.

Вимоги до профайлу:

1) опис нового концепту / реконцепту;
2) бізнес-завдання;
3) клієнтський досвід та концептуальні рішення;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) актуальність та конкурентоспроможність;
2) інноваційність концепції;
3) рівень покращення клієнтського досвіду;
4) якість реалізації;
5) бізнес-ефективність.

4.2. КРАЩА ІННОВАЦІЯ РОКУ

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) впровадили у свою діяльність інноваційне рішення. Проєкт має бути повністю реалізованим або перебувати на стадії масштабування, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати. До участі в номінації не допускаються рішення, безпосередньо пов'язані із застосуванням технологій штучного інтелекту (AI).

Вимоги до профайлу:

1) опис інноваційного проєкту;
2) мета та бізнес-завдання проєкту;
3) інноваційна цінність проєкту;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) актуальність та цінність рішення;
2) рівень інноваційності;
3) якість реалізації;
4) вплив на бізнес-процеси / клієнтський досвід;
5) бізнес-ефективність.

4.3. КРАЩЕ AI-РІШЕННЯ В РИТЕЙЛІ

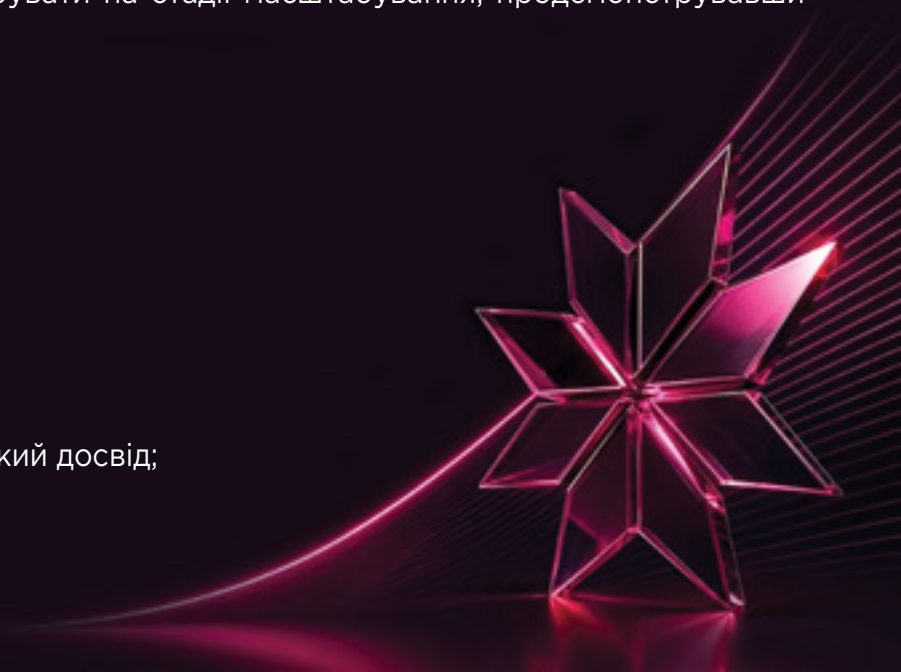
Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) впровадили у свою діяльність рішення із застосуванням технологій штучного інтелекту (AI). Проєкт має бути повністю реалізованим або перебувати на стадії масштабування, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати.

Вимоги до профайлу:

1) опис AI-рішення;
2) мета та бізнес-завдання проєкту;
3) реалізація та інтеграція;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) цінність AI-рішення для бізнесу;
2) рівень технологічності;
3) якість реалізації;
4) вплив на бізнес-процеси / клієнтський досвід;
5) бізнес-ефективність.



4.4. КРАЩА ФРАНЧАЙЗИНГОВА МЕРЕЖА РОКУ

Суть: Оцінюються компанії, які продемонстрували найвищі результати у розвитку франчайзингового напряму у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026). У фокусі оцінювання — масштабування бізнесу, підтримка партнерів та стійкість бізнес-моделі.

Вимоги до профайлу:

1) динаміка розвитку франчайзингової мережі;
2) економічна ефективність франшизи;
3) підтримка та розвиток партнерів;
4) розвиток та інноваційність франчайзингової моделі;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) темпи розвитку мережі;
2) ефективність моделі;
3) підтримка партнерів;
4) інноваційність;
5) бізнес-ефективність.

4.5. КРАЩА ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ РОКУ

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) запустили нову або модернізували наявну програму лояльності. Проєкт має бути повністю реалізованим або перебувати на стадії активного впровадження, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати.

Вимоги до профайлу:

1) опис програми;
2) формат програми;
3) масштаб та залученість користувачів;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) цінність програми для клієнта;
2) ефективність механіки програми;
3) інноваційність та цифровізація;
4) масштаб і розвиток програми;
5) бізнес-ефективність.

4.6. КРАЩА МАРКЕТИНГОВА КАМПАНІЯ РОКУ.

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) реалізували маркетингову кампанію, спрямовану на зміцнення бренду, підвищення впізнаваності та залучення аудиторії. Кампанія має бути повністю завершеною або перебувати на фінальній стадії, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати.

Вимоги до профайлу:

1) опис маркетингової кампанії;
2) бізнес-завдання кампанії;
3) бізнес-результати;
4) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) стратегічна цінність кампанії;
2) креативність рішення;
3) якість реалізації;
4) інноваційність та вплив на бренд;
5) бізнес-ефективність.

4.7. КРАЩА СОЦІАЛЬНА ІНІЦІАТИВА РОКУ.

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) реалізували соціальний, благодійний або гуманітарний проєкт (зокрема ініціативи з підтримки Сил оборони України та ветеранів). Проєкт має бути повністю реалізованим або довгостроковим і системним, продемонструвавши вагомий та підтверджений суспільний ефект.

Вимоги до профайлу:

1) опис проєкту;
2) мета проєкту;
3) соціальний ефект;
4) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) актуальність та суспільна цінність проєкту;
2) стратегічність та системність ініціативи;
3) соціальний вплив та досягнуті результати;
4) якість реалізації;
5) прозорість та підтвердження результатів.

4.8. КРАЩА ВЛАСНА ТОРГОВА МАРКА РОКУ.

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) реалізували проєкт із розвитку власної торгової марки (запуск нової ВТМ, оновлення/ребрендинг наявної, запуск окремої лінійки або комплексне масштабування напряму). Проєкт має бути повністю реалізованим або перебувати на стадії активного впровадження, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати.

Вимоги до профайлу:

1) опис ВТМ;
2) робота над брендом;
3) бізнес-результати;
4) інновації;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) стратегія та позиціювання ВТМ;
2) споживча цінність;
3) інноваційність та конкурентні переваги;
4) якість реалізації;
5) бізнес-ефективність.

4.9. КРАЩИЙ ОМНІКАНАЛЬНИЙ ПРОЄКТ РОКУ

Суть: Оцінюються компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) впровадили у свою діяльність проєкт із покращення омніканальності та безшовності взаємодії з клієнтом. Проєкт має бути повністю реалізованим або перебувати на стадії активного масштабування, продемонструвавши вимірювані бізнес-результати.

Вимоги до профайлу:

1) опис проєкту;
2) клієнтський шлях та омніканальний досвід;
3) інноваційність рішення;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) омніканальна інтеграція та комплексність рішення;
2) покращення клієнтського досвіду;
3) інноваційність рішення;
4) якість реалізації;
5) бізнес-ефективність.

4.10. НАЙДИНАМІЧНІШИЙ РИТЕЙЛЕР РОКУ, СПЕЦІАЛЬНА ПРЕМІЯ ІМ. ЄВГЕНІЯ КУЛИНИЧА
Суть: Оцінюються торговельні мережі, які продемонстрували найвищі темпи екстенсивного розвитку у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026). Шорт-лист категорії складається з ТОП-5 мереж України за кількістю відкритих торговельних точок.

Список номінантів формується виключно на основі верифікованих статистичних даних аналітичного департаменту Асоціації ритейлерів України (RAU), який щомісяця оновлює дані по відкритих магазинах ритейлерів
Експертна рада не оцінює цю номінацію.

4.11. ЛІДЕР РОКУ В РИТЕЙЛІ
Суть: Персональна номінація, у якій оцінюються топменеджери та керівники компаній роздрібної торгівлі за визначні особисті досягнення у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026). Кандидати беруть участь на підставі поданої заявки та заповненого профайлу учасника. Від однієї компанії може бути висунутий лише один кандидат.

Вимоги до профайлу:
1) вказати ПІ, посаду кандидата та професійний досвід;
2) заслуги та результати кандидата.

Опис заслуг та досягнень зазначити за ключовими напрямами:
- бізнес-результати;
- інновації та розвиток;
- командна робота та лідерство;
- соціальна відповідальність;
- публічність та експертність.

Критерії оцінювання:
1) стратегічний вплив на розвиток компанії і галузі в цілому;
2) лідерство та гнучкість;
3) інновації та трансформації (впровадження нових підходів, бізнес-моделей, стратегій, які позитивно вплинули на розвиток компанії);
4) бізнес-результати;
5) професійна репутація.

Критерії голосування:
1. Формування списку кандидатів здійснюється на підставі поданих заявок встановленої форми. Члени Експертної ради оцінюють профайли в електронній формі з обов'язковою верифікацією особи (ПІБ, компанія та e-mail).
2. До фінального шорт-листа включаються ТОП-5 кандидатів, які отримали найвищий середній бал. Від однієї компанії у шорт-листі може бути представлена лише одна особа.
3. Фінальне визначення переможця відбувається безпосередньо під час церемонії нагородження шляхом інтерактивного голосування. Підсумковий результат формується за комбінованою системою: 50% — оцінка Експертної ради, 50% — результат інтерактивного голосування на заході.

5. КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ТА ОЦІНЮВАННЯ НОМІНАНТІВ. Напрям «Кращий ТРЦ року»

Оцінювання номінантів здійснюється лише членами Експертної ради шляхом електронного анкетування з обов'язковим зазначенням ПІБ та компанії експерта. Анонімні, некоректно заповнені або пропущені анкети до підрахунку результатів не приймаються.

Враховуються тільки ті анкети, де респондент оцінив не менше 70% номінантів.

5.1. КРАЩИЙ НОВИЙ ТЦ/ТРЦ ТА РИТЕЙЛ-ПАРК РОКУ

Суть: Оцінюються нові об'єкти (торговельні центри, торговельно-розважальні центри та ритейл-парки), офіційне відкриття яких відбулося у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026). Об'єкт має бути діючим та інтегрованим у ринок, продемонструвавши перші вимірювані операційні та комерційні результати.

Вимоги до профайлу:

Загальна інформація про ТЦ/ТРЦ/Ритейл-парк

1) архітектурна та комерційна концепція;
2) безпека, комфорт та інклюзивність;
3) транспортна доступність та інтеграція в міський простір;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) концептуальність та архітектурне рішення;
2) комфорт та клієнтський досвід;
3) інтеграція в міський простір;
4) інноваційність та якість реалізації;
5) комерційна ефективність.

5.2. КРАЩА ENTERTAINMENT-КОНЦЕПЦІЯ ТРЦ

Суть: Оцінюються торговельно-розважальні центри, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) впровадили або модернізували концепцію розваг, дозвілля та відпочинку. До участі допускаються проєкти будь-яких форматів: дитячі та сімейні розважальні центри (дитячі кімнати, ДРЦ/СРЦ), кінотеатри, боулінги, спортивно-розважальні зони (льодові арени, ролердроми, картинг), VR/AR-простори, квест-кімнати, інтерактивні музеї, концертні, івент- та сезонні тематичні майданчики.

Вимоги до профайлу:

Загальна інформація про ТРЦ

1) опис lifestyle-концепції;
2) концепція та її унікальність;
3) інноваційність та клієнтський досвід;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) концептуальність та унікальність рішення;
2) якість клієнтського досвіду;
3) інноваційність та якість реалізації;
4) вплив на привабливість ТРЦ;
5) бізнес-ефективність.

5.3. КРАЩА СОЦІАЛЬНА ІНІЦІАТИВА РОКУ

Суть: Оцінюються торговельні, торговельно-розважальні центри та ритейл-парки, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) реалізували соціальний, благодійний або гуманітарний проєкт (зокрема ініціативи з підтримки Сил оборони України та ветеранів). Проєкт має бути повністю реалізованим або таким, впровадження якого продовжується, продемонструвавши підтверджений суспільний чи гуманітарний результат.

Вимоги до профайлу:

1) опис проєкту;
2) мета проєкту;
3) бізнес-результати;
4) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:
1) актуальність та суспільна цінність проєкту;
2) стратегічність та системність ініціативи;
3) соціальний вплив та досягнуті результати;
4) якість реалізації;
5) прозорість та підтвердження результатів.

5.4. КРАЩИЙ МАЛИЙ ТЦ/ТРЦ РОКУ
Суть: Оцінюються торговельні та торговельно-розважальні центри з орендною площею (GLA) від 10 000 кв. м до 19 999 кв. м, які стабільно функціонували у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026).

Вимоги до профайлу:
Загальна інформація про ТРЦ/ТЦ;
1) зміни відвідуваності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
2) зміни вакантності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
3) tenant-mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність об'єкта.

Критерії оцінювання:
1) трафік;
2) ефективність;
3) tenant mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність.

5.5. КРАЩИЙ СЕРЕДНІЙ ТЦ/ТРЦ РОКУ
Суть: Оцінюються торговельні та торговельно-розважальні центри з орендною площею від 20 000 кв. м до 39 999 кв. м, які стабільно функціонували у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026).

Вимоги до профайлу:
Загальна інформація про ТРЦ/ТЦ;
1) зміни відвідуваності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
2) зміни вакантності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
3) tenant-mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність об'єкта.

Критерії оцінювання:
1) трафік;
2) ефективність;
3) tenant mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність.

5.6. КРАЩИЙ ВЕЛИКИЙ ТЦ/ТРЦ РОКУ
Суть: Оцінюються торговельні та торговельно-розважальні центри з орендною площею від 40 000 кв. м до 73 999 кв. м, які стабільно функціонували у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026).

Вимоги до профайлу:
Загальна інформація про ТРЦ/ТЦ
1) зміни відвідуваності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
2) зміни вакантності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
3) tenant-mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність об'єкта.

Критерії оцінювання:
1) трафік;
2) ефективність;
3) tenant mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність.

5.7. КРАЩИЙ СУПЕРРЕГІОНАЛЬНИЙ ТРЦ РОКУ

Суть: Оцінюються торговельно-розважальні центри з орендною площею понад 74 000 кв. м, які стабільно функціонували у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026).

Вимоги до профайлу:
Загальна інформація про ТРЦ/ТЦ
1) зміни відвідуваності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
2) зміни вакантності ТРЦ/ТЦ з 01.09.2025 по 31.08.2026;
3) tenant-mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність об'єкта.

Критерії оцінювання:
1) трафік;
2) ефективність;
3) tenant mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність.

5.8. КРАЩИЙ РИТЕЙЛ ПАРК РОКУ

Суть: Оцінюються торговельні об'єкти у форматі ритейл-парку (Retail Park), які стабільно функціонували у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026).

Вимоги до профайлу:
Загальна інформація про ритейл-парк
1) зміни відвідуваності ритейл-парку з 01.09.2025 по 31.08.2026;
2) зміни вакантності ритейл-парку з 01.09.2025 по 31.08.2026;
3) tenant-mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність об'єкта.

Критерії оцінювання:
1) трафік;
2) ефективність;
3) tenant mix;
4) інноваційність;
5) концептуальність.

5.9. УГОДА РОКУ

Суть: Оцінюються девелопери, власники торговельних центрів, брокерські та консалтингові компанії, які у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026) реалізували знакову угоду на ринку торговельної нерухомості. До участі допускаються проєкти будь-яких форматів: відкриття нового ТЦ/ТРЦ, залучення якірного орендаря, вихід нового міжнародного бренду на ринок України, ексклюзивні брокерські контракти, масштабне розширення або релокація операторів, а також інші угоди із суттєвим впливом на індустрію.

Вимоги до профайлу:
1) інформація про угоду;
2) опис угоди;
3) значення угоди для ринку;
4) бізнес-результати;
5) підтвердження реалізації.

Критерії оцінювання:

1) стратегічна значущість угоди;
2) ринкова цінність та вплив;
3) складність та якість реалізації;
4) унікальність угоди;
5) досягнуті результати.

5.10. ЛІДЕР РОКУ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ НЕРУХОМОСТІ

Суть: Персональна номінація, у якій оцінюються генеральні директори (CEO), операційні та комерційні директори торговельних центрів або девелоперських компаній за визначні особисті досягнення у звітний період (з 01.09.2025 по 31.08.2026). Кандидати беруть участь на підставі поданої заявки та заповненого профайлу. Від однієї компанії може бути висунутий лише один кандидат.

Вимоги до профайлу:

1) вказати ПІ, посаду кандидата та професійний досвід;
2) заслуги та результати кандидата.

Опис заслуг та досягнень зазначити за ключовими напрямами:

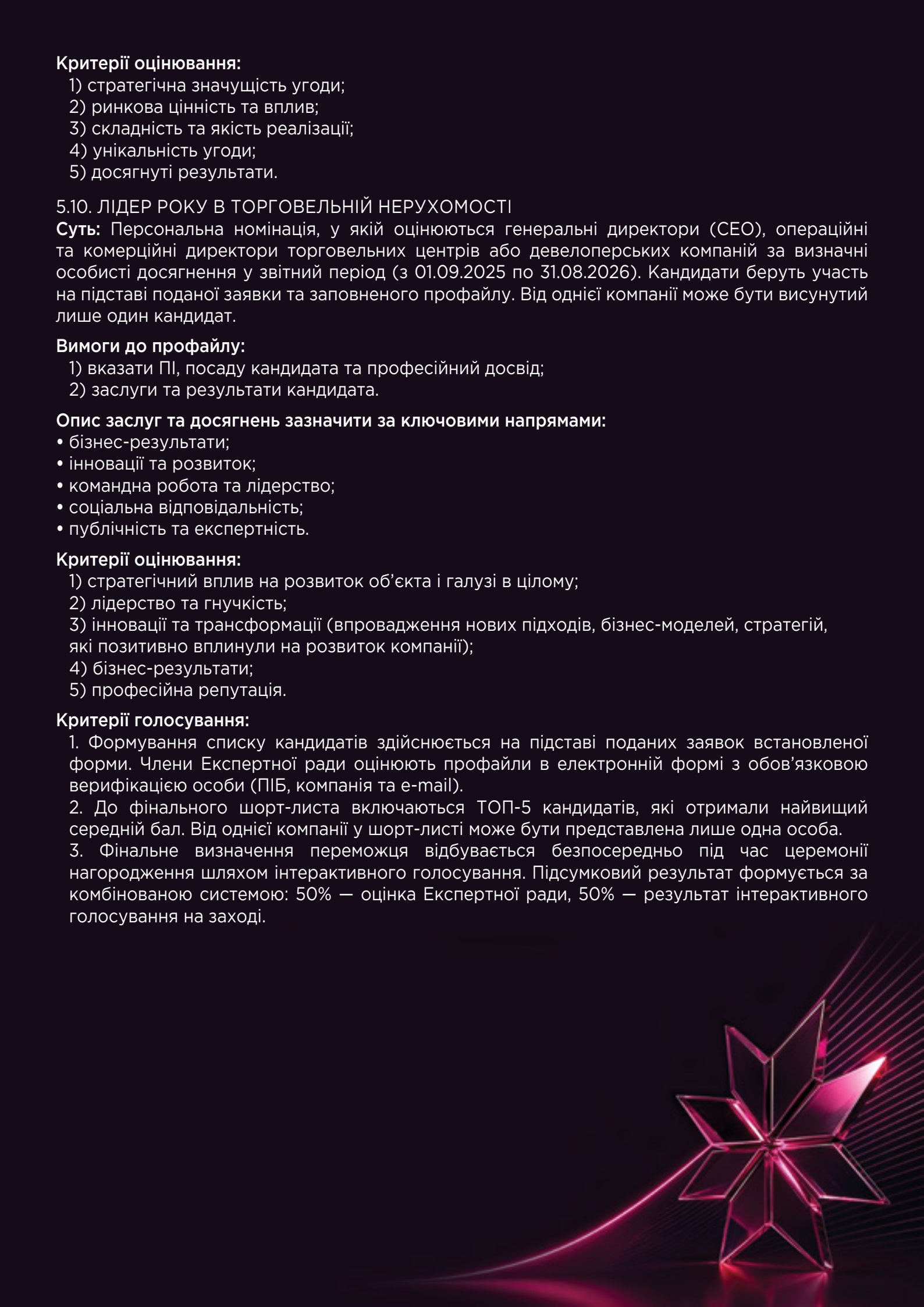
- бізнес-результати;
- інновації та розвиток;
- командна робота та лідерство;
- соціальна відповідальність;
- публічність та експертність.

Критерії оцінювання:

1) стратегічний вплив на розвиток об'єкта і галузі в цілому;
2) лідерство та гнучкість;
3) інновації та трансформації (впровадження нових підходів, бізнес-моделей, стратегій, які позитивно вплинули на розвиток компанії);
4) бізнес-результати;
5) професійна репутація.

Критерії голосування:

1. Формування списку кандидатів здійснюється на підставі поданих заявок встановленої форми. Члени Експертної ради оцінюють профайли в електронній формі з обов'язковою верифікацією особи (ПІБ, компанія та e-mail).
2. До фінального шорт-листа включаються ТОП-5 кандидатів, які отримали найвищий середній бал. Від однієї компанії у шорт-листі може бути представлена лише одна особа.
3. Фінальне визначення переможця відбувається безпосередньо під час церемонії нагородження шляхом інтерактивного голосування. Підсумковий результат формується за комбінованою системою: 50% — оцінка Експертної ради, 50% — результат інтерактивного голосування на заході.



ДОДАТОК 1.
Склад Експертної ради Премії RAU Awards 2026

№	ПРІЗВИЩЕ ІМ'Я	КОМПАНІЯ	ПОСАДА
1	Вовк Тетяна	VOVK	Співзасновниця
2	Потьомкін Сергій	Кібернетики	Співзасновник
3	Марсова Анна	Sinsay	International Leasing and Expansion Director
4	Поліщук Юрій	Фокстрот	CEO
5	Назаренко Марія	Будинок Іграшок	CEO
6	Кириченко Оксана	MasterZoo	CEO
7	Слинчук Степан	АГРОМАТ	CEO
8	Овдієнко Денис	Pandora Україна	CEO
9	Сауц В'ячеслав	Подорожник	CMO
10	Яковлєва Ольга	Мережа піцерій №1 Pizza Day	CMO
11	Гануліч-Манукян Надія	Leroy Merlin Ukraine	Omnicommerce & CX Director
12	Шеремет Максим	Епіцентр	Операційний директор
13	Русіна Владлена	WOG	Операційна директорка
14	Федоровічев Сергій	Auchan Україна	Операційний директор
15	Воєвода Дмитро	VARUS	Head of Digital
16	Руденко Вікторія	АЗК UPG	Заступниця виконавчого директора
17	Сілін Олександр	Marathon, guide, Jack Wolfskin	Директор з розвитку
18	Павлік Іван	АСБІС-УКРАЇНА	Генеральний менеджер
19	Жук Андрій	RAU	Співзасновник та голова
20	Гаврюшин Максим	УРТЦ, Budhouse Group	Голова УРТЦ, Операційний директор Budhouse Group
21	Щаслива Юлія	Respublika Park	Генеральна директорка
22	Борисова Анжела	Alef Estate	Генеральна менеджерка комерційного центру
23	Антоненко Наталя	Порт Сіті Груп	Генеральна директорка
24	Якубчіонене Рената	ТРЦ і БЦ Retroville	Генеральна директорка
25	Байов Сергій	ТРК Veles Mall	Операційний директор
26	Кравець Наталя	Dragon Capital Property Management	Комерційна директорка
27	Коронотова Олена	IDNT	Співвласниця та керуюча партнерка
28	Близнюк Євгенія	Gradus	Соціологиня, засновниця і CEO
29	Лотоцький Андрій	RDA	CEO
30	Скорбота Вікторія	4Service	Комерційна директорка
31	Лавська Валерія	Promodo	Chief Commercial Officer
32	Денисенко Антон	Bizerba Ukraine	CEO
33	Сазонов Ілля	Pricer24	CEO
34	Федоров Дмитро	Checkbox	CEO
35	Скоков Антон	Вчасно	CEO

ДОДАТОК 2.
Приклад розрахунку підсумків голосування в номінації Кращий ритейл-концепт року (формати магазинів)

ОЦІНКА ЕКСПЕРТНОЇ РАДИ

Оцінювання здійснюється членами Експертної ради в електронній формі. Кожен експерт оцінює номінанта за 5 обов'язковими критеріями за шкалою від 1 до 5 балів. Середній бал від одного члена журі вираховується як сума оцінок за всіма критеріями, поділена на 5. Розрахунок фінальних балів здійснюється за двокроковою системою середнього арифметичного значення на основі верифікованих анкет Експертної ради.

Приклад розрахунку:

Крок 1. Розрахунок середнього бала номінанта від кожного окремого експерта
Бали, які виставив один експерт за кожним із 5 критеріїв, підсумовуються та діляться на 5.

НОМІНАНТ КОМПАНІЯ 1:
Оцінки за критеріями: 5 (Актуальність) + 4 (Інноваційність) + 4 (Покращення клієнтського досвіду) + 3 (Якість реалізації) + 4 (Бізнес-ефективність).
Розрахунок: (5 + 4 + 4 + 3 + 4) : 5 = 20 : 5 = 4.00

НОМІНАНТ КОМПАНІЯ 2:
Оцінки за критеріями: 5 (Актуальність) + 5 (Інноваційність) + 4 (Покращення клієнтського досвіду) + 3 (Якість реалізації) + 4 (Бізнес-ефективність).
Розрахунок: (5 + 5 + 4 + 3 + 4) : 5 = 21 : 5 = 4.20

Крок 2. Формування підсумкового фінального бала номінанта по всій Експертній раді
Усі отримані на Кроці 1 індивідуальні бали від усіх членів журі підсумовуються та діляться на загальну кількість експертів, які оцінили цього номінанта.

Приклад фінального розрахунку:

ПІДСУМКОВИЙ БАЛ КОМПАНІЯ 1:
Розрахунок: (4.00 + 4.20 + 3.80 + 4.40 + 4.00) : 5 = 20.40 : 5 = 4.08
Фінальний результат: 4.08 балів (2 місце - Срібло).

ПІДСУМКОВИЙ БАЛ КОМПАНІЯ 2:
Розрахунок: (4.20 + 4.40 + 4.00 + 4.60 + 4.20) : 5 = 21.40 : 5 = 4.28
Фінальний результат: 4.28 балів (1 місце - Золото).

НОМІНАЦІЯ	КОМПАНІЯ/ КРИТЕРІЙ	АКТУАЛЬНІСТЬ ТА КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНІСТЬ КОНЦЕПТУ	ІННОВА-ЦІЙНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ	ПОКРАЩЕННЯ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ	ЯКІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ	БІЗНЕС-ЕФЕК-ТИВНІСТЬ
Кращий ритейл-концепт року (формати магазинів)	Компанія 1	5	4	4	3	4
	Компанія 2	5	5	4	3	4

ДОДАТОК 3.
Математична модель та приклад підрахунків голосів

Для персональних номінацій
«Лідер року в ритейлі» та «Лідер року в торговельній нерухомості».
Для визначення переможців персональних номінацій застосовується **гібридна модель зваженого скорингу (Hybrid Weighted Scoring Model)**, яка об'єднує оцінювання Експертної ради та інтерактивне голосування учасників під час церемонії нагородження у пропорції **50% на 50%.**

ЕТАП 1. ФОРМУВАННЯ ПЕРЕЛІКУ НОМІНАНТІВ.
Формування початкового списку кандидатів здійснюється на підставі поданих заявок та заповнених профайлів встановленої форми.

ЕТАП 2. ГОЛОСУВАННЯ ЕКСПЕРТНОЇ РАДИ.
Члени Експертної ради заповнюють персональні електронні анкети із обов'язковою верифікацією особи (ПІБ, компанія, e-mail). Кожен експерт оцінює кандидатів за **5 обов'язковими критеріями** за шкалою від 1 (найнижча) до 5 (найвища). Пропущені або не проставлені оцінки прирівнюються до 0 та виключаються з розрахунку.

ЕТАП 3. РОЗРАХУНОК СЕРЕДНЬОГО БАЛУ ЕКСПЕРТНОЇ РАДИ (EXPERTSCORE).
Середній бал кандидата вираховується за **методом середнього арифметичного (Average Score Method)** у два кроки:
1. Оцінка від одного експерта: Бали, які виставив один експерт за кожним із 5 критеріїв, підсумовуються та діляться на 5.

2. Загальний бал по Раді (ExpertScore): Отримані середні бали від усіх експертів підсумовуються та діляться на кількість респондентів, які оцінили кандидата.

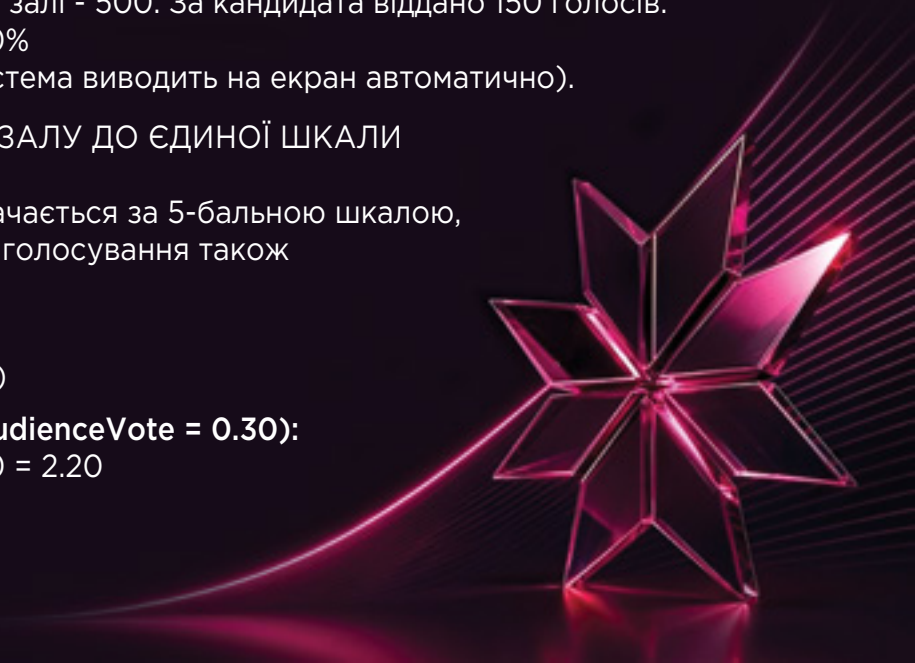
Приклад розрахунку:
• один експерт виставив кандидату за 5 критеріями бали: 5, 4, 5, 3, 5;
• бал від цього експерта = (5 + 4 + 5 + 3 + 5) : 5 = 22 : 5 = 4.40.
Припустимо, що після зведення оцінок від усіх інших членів Ради, фінальний середній бал кандидата склав: ExpertScore = 4.25.
За цим показником формується шорт-лист із ТОП-5 кандидатів (з обмеженням: не більше одного кандидата від компанії).

ЕТАП 4. ІНТЕРАКТИВНЕ ГОЛОСУВАННЯ ПІД ЧАС ЦЕРЕМОНІЇ (AUDIENCEVOTE).
Під час нагородження в залі голосують за одного з 5 фіналістів за методом відсоткового голосування (Percentage Voting). Результат виводиться на екран у відсотках (%).
• Логіка розрахунку:
AudienceVote = (Кількість голосів за кандидата : Загальна кількість голосів у залі) × 100%
• Приклад: Загальна кількість голосів у залі - 500. За кандидата віддано 150 голосів.
AudienceVote = (150 : 500) × 100% = 30%
AudienceVote = 30% (цей показник система виводить на екран автоматично).

ЕТАП 5. ПРИВЕДЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗАЛУ ДО ЄДИНОЇ ШКАЛИ (AUDIENCESCORE).
Оскільки оцінка Експертної ради визначається за 5-бальною шкалою, відсотковий результат інтерактивного голосування також переводиться у шкалу від 1 до 5.

• **Формула переведення:**
AudienceScore = 1 + (AudienceVote × 4)

• **Приклад (при 30% голосів у залі / AudienceVote = 0.30):**
AudienceScore = 1 + (0.30 × 4) = 1 + 1.20 = 2.20
AudienceScore = 2.20



ЕТАП 6. ФІНАЛЬНИЙ ПІДРАХУНОК РЕЗУЛЬТАТІВ (FINALSCORE).
Підсумковий бал розраховується за методом зваженого скорингу (Weighted Scoring Model) із застосуванням коефіцієнтів 50% (вага голосування Експертної ради)/ 50% (інтерактивного голосування). Набрані бали округлюються до двох знаків після коми.

• **Формула фінального балу:**
FinalScore = (ExpertScore × 0.5) + (AudienceScore × 0.5)

• **Приклад (на основі попередніх етапів):**
FinalScore = (4.25 × 0.5) + (2.20 × 0.5) = 2.125 + 1.100 = 3.225
Округлення: 3.225 округлюється до двох знаків після коми як 3.23
FinalScore = 3.23

ЕТАП 7. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕМОЖЦЯ
Переможцем у номінації оголошується кандидат, який за результатами комбінованого оцінювання набрав найвищий підсумковий бал (FinalScore). Ранжування учасників здійснюється у порядку спадання фінального результату.

У разі рівності підсумкових балів (FinalScore), зафіксованих після округлення до двох знаків після коми, для визначення переможця застосовується послідовне правило:
• під час підрахунку фінального бала (FinalScore) враховується третя, а за потреби четверта цифра після коми.

01.09.2026

Затверджую,
CEO Асоціації ритейлерів України *Приходько О. В.*