ПІДПРИЄМСТВО З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ «МАКДОНАЛЬДЗ ЮКРЕЙН ЛТД»

Консолідований звіт про управління
за рік, що закінчився 31 грудня 2025 року

1. Організаційна структура та опис діяльності Групи.

Група представлена наступним чином:

Назва Підприємства	Реєстраційні дані	Види діяльності
Підприємство з іноземними інвестиціями «МАКДОНАЛЬДЗ ЮКРЕЙН ЛТД»	Код: 23744453 Дата реєстрації: 05.12.1995 Адреса: Україна, 02140, місто Київ, вулиця М. Гришка, будинок 7 Керівник: Бадрітдінова Юлія Іванівна Відомості про органи управління: вищий - збори учасників, виконавчий – генеральний директор Засновник: компанія "Емсіді Юроп Лімітед" Адреса: Сполучене королівство, Корді Хаус, 91, Кертен Роуд, Лондон, Англія, Ec2a 3bs Статутний внесок: 2 821 653 448.99 (100%) Офіційний сайт Підприємства в Україні - www.mcdonalds.com Діяльність Підприємства проводиться на підставі Статуту.	56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування (основний); 10.52 Виробництво морозива; 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки; 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; 85.32 Професійно-технічна освіта; 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах; 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.
Товариство з обмеженою відповідальністю «ГОЛДЕН АРКС ПРОПЕРТІ ХОЛДІНГ»	Код: 37063045 Дата реєстрації: 08.04.2010 Адреса: Україна, 02140, місто Київ, вулиця М. Гришка, будинок 7 Керівник: Стефурак Віталій Іванович Відомості про органи управління: вищий - збори учасників, виконавчий –директор Засновник: Підприємство з іноземними інвестиціями «МАКДОНАЛЬДЗ ЮКРЕЙН ЛТД» Адреса: Україна, 02140, місто Київ, вулиця М. Гришка, будинок 7 Статутний внесок: 150 000 грн. (100%) Діяльність Підприємства проводиться на підставі Статуту.	68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування 68.10 Купівля та продаж власного нерухомого майна 68.32 Управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування 41.10 Організація будівництва будівель

Україна — 102-а країна світу, де почала розвиватися мережа закладів швидкого харчування McDonalds. Перший заклад (ресторан) МакДональдз в Україні було відкрито 24 травня 1997 року біля станції метро Лук`янівська у місті Київ.

Станом на 31.12.2025 року Підприємство має 120 працюючих закладів в Україні, з яких 12 було відкрито протягом 2025 року і 1 заклад був закритий у грудні 2025. Територіально заклади розміщені в наступних територіальних одиницях:

- 49 закладів в м. Київ
- 9 закладів в м. Дніпро
- 9 закладів в м. Одеса
- 11 закладів в м. Львів
- 5 заклади в Київській області (Софіївський, Гора, Лісники, Крюківщина, Гатне)
- 4 заклади в м. Вінниця
- 2 заклади в м. Черкаси
- 2 заклад в м. Житомир
- 1 заклад в Житомирська область (траса М-06)
- 1 заклад в м. Рівне
- 1 заклад в м. Кременчук
- 1 заклад в м. Кропивницький
- 1 заклад в м. Олександрія
- 1 заклад в м. Кривий Ріг
- 1 заклад в м. Полтава
- 1 заклад в м. Бориспіль
- 1 заклад в м. Боярка
- 2 заклад в м. Бровари
- 1 заклад в м. Буча
- 1 заклад в м. Стоянка
- 1 заклад в м. Вишгород
- 1 заклад в м. Тернопіль
- 1 заклад в м. Біла Церква
- 1 заклад в м. Івано-Франківськ
- 1 заклад в м. Хмельницький
- 1 заклад в Одеській області (Лиманський район, смт Фонтанка)
- 1 заклад в м. Стрий, Львівської області
- 1 заклад в м. Луцьк
- 1 заклад в м. Яремче
- 1 заклад в м. Ковель
- 1 заклад в м. Чернігів
- 2 заклади в м. Чернівці
- 1 заклад в м. Ужгород
- 1 заклад в с. Липини, Луцького району, Волинської області
- 1 заклад в м. Мукачево

Крім того, станом на 31.12.2025 року 15 закладів, що знаходяться в територіальній близькості

до зони бойових дій та зберігається підвищена безпека працівників та відвідувачів, не здійснюють свою діяльність:

- 10 закладів в м. Харків
- 3 заклади в м. Запоріжжя
- 1 заклад в м. Суми

1 заклад в м. Миколаїв (був відкритий у березні 2026 року)

2. Результати діяльності Групи

Група є лідером у своєму сегменті і, згідно дослідження 2024 року, мало в Україні частку ринку, що дорівнювала 18.7%, доля ринку за 2025 рік приросла на 0.6%.

Кількість відвідувачів мережі у 2025 році зросла на 17%, порівняно до 2024 року.

Чистий дохід Групи від реалізації продукції в 2025 році склав **21.318.916 тис. грн.**, що на 4.481.765 тис. грн або на 26.61% більше ніж в 2024 році (чистий дохід від реалізації продукції Групи в 2024 році склав 16.837.151 тис. грн.).

Фінансовий результат до оподаткування за результатами 2025 року склав **2.170.649тис. грн**, що на 13,34% більше, порівняно з прибутком **1.915.039** тис. грн в 2024 році. Таким чином, після вирахування податку на прибуток **Чистий фінансовий результат** за 2025 на 211.937 тис. грн перевищив відповідний показник 2024 року та склав **1.779.212 тис. грн**.

Протягом 2025 року Група зростила свої потужності шляхом **відкриття 12 закладів** швидкого обслуговування, а саме:

Дата відкриття	Адреса
27.03.2025	м. Бровари, вул.Київська, 162
12.04.2025	м. Ужгород, просп. Свободи, 12
07.05.2025	м. Мукачево, вул. Лавківська, 1-М
13.06.2025	м. Львів, вул.Євгена Патона, 37-А
22.10.2025	м. Київ, проспект Берестейський, 32, літ «2Г»
15.10.2025	м. Київ, вул. Петра Калнишевського, 2
20.09.2025	м. Львів, вул. Тараса Шевченка, будівля 311-В
10.10.2025	с. Липини, Луцького району, Волинської області, вул.Окружна, 62
28.11.2025	м. Львів, вул. Кульпарківська, буд. 226-А
21.12.2025	м. Житомир, вул. Покровська, 93-А
17.12.2025	с. Гатне, Київська область

26.12.2025	м. Чернівці, Руська 242-А

У грудні 2025 року був закритий заклад в м. Київ по проспекту Генерала Ватутіна, 2-т.

Крім того, було відчинено 5 закладів після реконструкції та модернізації:

- 3 заклади в м. Київ
- 1 заклад в м. Вінниця
- 1 заклад в м. Одеса

Загалом в 2025 році Група інвестувала в розвиток своїх закладів **1,596 млрд. грн.**

3. Ліквідність та зобов'язання

Фінансова політика Групи спрямована на забезпечення платоспроможності у будь-який час, обмежуючи ризики, пов'язані з фінансуванням та оптимізацією вартості власного капіталу.

Фінансові заходи Групи узгоджуються з оперативним бізнес-плануванням, а також стратегічним напрямком Групи,забезпечуючи фінансову гнучкість для використання переваг стратегічних варіантів.

Основним інструментом забезпечення ліквідності є планування та бюджетування.

Основне джерело забезпечення ліквідності це власні грошові кошти, що забезпечують своєчасне виконання зобов'язань та наявні зобов'язання.

Група здійснює аналіз за строками оплати активів та термінами погашення своїх зобов'язань і планує рівень ліквідності залежно від їх очікуваного погашення.

Станом на 31 грудня 2025 року показники, що впливають на показники ліквідності виглядають наступним чином:

Показник	На 31.12.2025, тис. грн	На 31.12.2024, тис. грн	Абсолютна зміна
Всього оборотні активи	2 820 379	2 494 192	326 187
Запаси	204 476	145 200	59 276
Гроші та їх еквіваленти	2 251 636	2 007 305	244 331
Всього поточні зобов'язання	1 513 019	1 045 779	467 240

Динаміка показників ліквідності представлена наступним чином:

Показник	На 31.12.2025	На 31.12.2024	Абсолютна зміна
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,86	2,38	-0,52
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,73	2,24	-0,52
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,49	1,92	-0,43
Чистий оборотний капітал (тис. грн.)	1 307 360	1 045 779	261 581

Станом на 31 грудня 2025 року показники ліквідності доводять, що Група здатна погасити свою короткострокову заборгованість за рахунок оборотних активів. Коефіцієнт загальної ліквідності має оптимальне значення 1,86 і знаходиться в діапазоні 1,5-2,5.

При цьому, мета аналізу ліквідності полягає не тільки в тому, щоб оцінити ліквідність Групи, її активів і джерел їх формування, а також і в тому, щоб на цій основі розробити заходи, спрямовані на поліпшення цих фінансово-економічних показників. З цією метою Група постійно контролює наступні показники:

- повноту та своєчасність надходження грошових коштів від продажу продукції в ресторанах;
- своєчасність погашення кредиторської заборгованості;
- наявність неліквідних запасів

4. Ризики Групи

В ході нормального ведення бізнесу виникає можливість впливу на діяльність Групи валютного та кредитного ризиків.

Щодо ризиків у зв'язку зі зміною цін на продукцію, Група не очікує на зниження цін у передбачуваному майбутньому, тому не укладає деривативних або інших контрактів з метою управління ризиком зниження цін. Група переглядає перспективи щодо цін регулярно в ході розгляду необхідності активного управління фінансовим ризиком.

Наразі Група не звертається за кредитами та мінімізує валютні ризики шляхом локалізації потенційних Постачальників сировини та матеріалів.

4.1. Кредитний ризик

Фінансові інструменти, що потенційно можуть призвести до концентрації кредитного ризику Групи, складаються в основному з дебіторської заборгованості за торговими операціями. Група управляє цим ризиком шляхом постійного відстеження кредитоспроможності контрагентів та короткими договірними термінами розрахунків.

4.2. Валютний ризик

Валютний ризик найбільшою мірою пов'язаний із зобов'язаннями та активами, вираженими в іноземній валюті.

Операції, виражені в іноземних валютах, відображаються за обмінним курсом, чинним на дату операції. Монетарні активи та зобов'язання, деноміновані в іноземних валютах, перераховуються за обмінним курсом, чинним на дату балансу відповідно до МСБО 21 «Вплив змін валютних курсів». Всі різниці відображаються в Звіті про фінансові результати.

Обмінні курси іноземних валют, в яких виражені фінансові активи та зобов'язання Групи по відношенню до української гривні, встановлені НБУ на вказані дати, були наступними:

Валюта	Курс станом на			Курс середній		
	31.12.2025	01.01.2025	Зміна, %	2025 рік	2024 рік	Зміна, %
Долар США	42,3878	42,0295	0,85%	41,6891	40,1521	3,83%
Євро	49,8565	43,6855	14,13%	47,0635	43,4504	8,31%

4.3. Ризик ліквідності

Ризик ліквідності - це ризик того, що Група може зіткнутися з труднощами при виконанні своїх фінансових зобов'язань коли вони належать до сплати. Підхід Групи до управління ризиком ліквідності полягає в тому, щоб забезпечити наскільки це можливо, достатньо ліквідності для своєчасного виконання звичайних зобов'язань, не підтримуючи небажаних втрат і не завдаючи шкоди Репутації Групи.

Група вивчає поточні прогнози своєї ліквідності, щоб переконатися, що є достатня кількість грошових коштів для операційних потреб, включаючи суми необхідні для виконання фінансових зобов'язань. При цьому Група чітко дотримується виконання графіків платежів.

В структурі показника Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги Станом на 31.12.2025:

- 13,06% (29 073 тис. грн.) займає єдиний (основний) контрагент,

- 39,09% (86 993 тис. грн) займає заборгованість за роялті

станом на 31.12.2024 ці показники складали:

- 24,7% (60 585 тис. грн.) займає єдиний (основний) контрагент,
- 28,7% (70 350 тис. грн) займає заборгованість за роялті

Інформація щодо термінів погашення фінансових зобов'язань Групи відповідно до договірних графіків:

Рік, що закінчився 31.12.2025 р.	Менш 1 року	1-5 років	Більш 5 років	Всього
Зобов'язання з фінансової оренди	41368	112 963	909 417	1 063 748
Кредиторська заборгованість постачальникам	222 548	-	-	222 548
Інша кредиторська заборгованість	263 129	-	-	263 129

Рік, що закінчився 31.12.2024 р.	Менш 1 року	1-5 років	Більш 5 років	Всього
Зобов'язання з фінансової оренди	18 800	148 853	722 414	890 067
Кредиторська заборгованість постачальникам	245 140	-	-	245 140
Інша кредиторська заборгованість	280 363	-	-	280 363

5. Фінансові інвестиції

Підприємства Групи не володіють частками статутних фондів інших юридичних осіб.

6. Екологічні аспекти

Група системно приділяє увагу питанням охорони навколишнього середовища як у процесі приготування продукції в ресторанах, так і під час взаємодії з виробниками та постачальниками. Компанія дотримується принципів відповідального та етичного ведення бізнесу, забезпечуючи прозорість та відповідність екологічним вимогам у всьому ланцюзі створення вартості.

На всіх етапах харчового ланцюга від джерел походження сировини до реалізації готової продукції підприємство дотримується принципів мінімізації впливу на довкілля.У межах глобальних екологічних зобов'язань МакДональдз реалізує ініціативи зі скорочення використання пластику, зменшення викидів CO_2 та запровадження елементів циркулярної економіки. Компанія організовує процеси сортування та перероблення відходів, оптимізує використання ресурсів, а також впроваджує енергоефективні рішення під час будівництва, реконструкції та модернізації ресторанів.

У співпраці з постачальниками підприємство діє відповідно до міжнародних стандартів

якості й безпечності. Особлива увага приділяється забезпеченню належних умов праці й охорони здоров'я, а також дотриманню принципів добробуту тварин у всьому ланцюзі постачання. Постачальники залучаються до ініціатив, спрямованих на постійне підвищення якості продукції.

У своїй діяльності Група керується правилами HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) – системи аналізу небезпечних чинників і контролю критичних точок. У Групі розроблено та впроваджено план HACCP, відповідно до якого здійснюється контроль параметрів безпечності на всіх етапах обігу харчових продуктів, зокрема під час приготування, зберігання та доставки.

Усі постачальники Групи також впровадили систему HACCP, що забезпечує належний рівень безпечності продукції та спрямовано на захист здоров'я відвідувачів.

Група дотримується принципів прозорості та відповідальності, цінує довіру споживачів і прагне підтримувати статус зразкових ресторанів з високими стандартами якості та безпечності харчових продуктів.

Безпека споживачів є безумовним пріоритетом підприємства. З цією метою у ресторанах забезпечено всі необхідні умови для дотримання санітарно-гігієнічних норм, підтримання високого рівня чистоти та контролю якості продукції.

З метою підвищення енергоефективності підприємство впроваджує комплекс технічних і організаційних заходів, зокрема:

- використання сучасних теплоізоляційних матеріалів і обладнання під час будівництва та реконструкції;
- запровадження систем рекуперації повітря у вентиляційних установках, що дає змогу використовувати теплову енергію, яка утворюється під час виробничих процесів;
- встановлення теплових насосів для ефективного нагрівання води з мінімальними витратами електроенергії.

Крім того, Група проводить постійний моніторинг викидів в атмосферне повітря. Завдяки впровадженню енергозберігаючих технологій ці показники системно зменшуються та залишаються в межах установлених нормативів.

Починаючи з 2019 року Група впроваджує в Україні комплексну систему роздільного збирання відходів, дотримуючись принципів циркулярної економіки. У межах екологічних ініціатив компанія забезпечує регулярне відокремлення та передачу на перероблення таких видів матеріалів, як папір, картон, тетра-пак, ПЕТ-пляшки, пластик та органічні харчові відходи.

Група здійснює контроль усіх етапів поводження з вторинною сировиною, від моменту її утворення до завершення процесів перероблення та виготовлення нової безпечної продукції. Такий підхід гарантує повну простежуваність ланцюга та відповідність екологічним стандартам. Протягом 2025 року підрядникам було передано:

- 1129 тон гофрокартону,
- 67,6 тон паперу,
- 49 тон тетра-паку,
- 7 тон ПЕТ пляшок,
- 40 тон поліетилену
- 3,4 тони стрейч-плівки
- 269 тон відпрацьованого жиру
- 417 тон олії

Загалом, протягом 2025 року «МакДональдз» щомісяця сортував та віддавав на переробку понад 2700 тон відходів із залів та кухонь ресторанів.

Група послідовно впроваджує заходи, спрямовані на раціональне використання ресурсів та зниження негативного впливу. Одним із ключових напрямів є скорочення використання матеріалів одноразового призначення шляхом повної відмови від окремих виробів або їх заміни на більш екологічні альтернативи.

У межах реалізації цих заходів компанії вдалося суттєво зменшити споживання пластику в 2025 році. Загальний обсяг скорочення становить 347 тонн, зокрема шляхом заміни, наприклад, соломинок 55 тонн; кришечок до напоїв — 102,2 тонни і т.д. Ці паперові матеріали після роздільного збору в ресторанах поїдуть на переробку.

Ці кроки демонструють прагнення Групи системно зменшувати вплив діяльності на довкілля, скорочувати використання первинних ресурсів та підвищувати рівень екологічної відповідальності відповідно до принципів сталого розвитку.

7. Соціальні аспекти та кадрова політика

7.1. Кадрова політика

На підприємствах Групи станом на 31.12.2025 працює 10 674 людини, серед них 4081 чоловіків, 6593 жінки.

Понад 61,4% керівних посад в ресторанах обіймають жінки;

40,91% працівників офісу підприємства починали кар'єру працівниками ресторанів;

Середній вік директора ресторану «МакДональдз» становить 36 років;

Розвиток до посади директора ресторану «МакДональдз» в середньому займає 9,5 років; 20 директорів ресторанів обійняли цю позицію у віці до 25 років, а майже 60% менеджерських посад обіймає молодь до 30 років.

Загальні витрати на мотивацію персоналу в 2025 році склали:

- МакБакс – 11.005 тис. грн.
- Премії -260.119 тис. грн.

Підприємства Групи дотримуються 4%-вої квоти із працевлаштування людей з встановленою групою інвалідності. 8,52% працівників з встановленою групою інвалідності займають посади інструкторів, касирів або фахівців з гостинності, а 5,83% - управлінські посади в ресторанах (начальник дільниці, менеджер відділу ресторану тощо).

Нині на підприємствах Групи працює 446 працівників з інвалідністю, і 32,51% з них – із вадами слуху. З 2023 року в підприємствах Групи працює в оновленій системі навчання, що дозволяє працівникам з вадами слуху краще інтегруватися в команди і мати більше можливостей для кар'єрного розвитку.

Станом на 31.12.2025 року 444 працівники Групи підприємств мобілізовані до лав ЗСУ. Саме тому вже зараз на підприємстві діють курси та тренінги для працівників з коректної взаємодії з людьми з досвідом війни, що допоможе ветеранам у реінтеграції після повернення на роботу, крім того, діє програма навчання та відновлення робочих навичок після повернення.

У 2025 році Група підприємств розпочала найм молоді віком 16–17 років, що сьогодні становить близько 13% команди ресторанів. Група підприємств неухильно дотримується трудового законодавства та адаптує робочі обов'язки співробітників, щоб надати молоді нові можливості, створюючи більше перспектив для неповнолітніх в Україні.

У Групі підприємстві кожен працівник може обирати план розвитку самостійно, завдяки «Кар'єрній мапі», і формувати навчальну програму відповідно до власних кар'єрних планів і вподобань.

В 2025 році Група підприємств продовжило роботу над вдосконаленням існуючої системи навчання (Crew Academy) для всіх працівників, що дозволяє кожному обрати для себе зручний формат навчання (дивитись модуль онлайн у форматі відео, читати інформацію або навчатись у форматі гри), що є більш цікавим для сприйняття та ефективним відповідно віку та потреб кожного працівника. Крім того, співробітники на Групі підприємств мають доступ до понад 20 000 онлайн-модулів LinkedIn Learning та мовних курсів Duolingo. Для працівників, які навчаються на Лідерів Змін, на платформі Campus доступна гра Shift Sim, під час якої користувач повністю проходить процес приготування продукції.

Протягом 2025 року Група підприємств продовжило для працівників курси зі взаємодії з людьми з досвідом війни та управління стресом «Самодопомога Плюс», розроблений ВООЗ. У 2025 році працівники пройшли понад 2000 безкоштовних сесій з професійними психологами на спеціалізованій онлайн-платформі, доступ до якої надає Група підприємств.

7.2. Підтримка глобальних Цінностей

Однією Однією з цінностей Групи підприємств є **Рівність,** тому для нас важливо, щоб усі працівники мали однакові можливості для розвитку у компанії.

Група гарантує безпечне та шанобливе середовище в ресторанах, навчає персонал шанобливо ставитись один до одного. Протягом перших 14 тижнів після прийняття на роботу працівники, проходять обов`язкове навчання щодо Запобігань проявам насилля на робочому

місці, Безпечного, Інклюзивного, Шанобливого робочого середовища (політики SRIW та WVP), також кожен працівник ознайомлений з каналами комунікації для повідомлення про наявні проблеми (гаряча лінія, пошта HR-support, програма «Відкриті Двері» в ресторані). Група підприємств аналізує всі звернення працівників за допомогою CRM програми, і також має певний алгоритм роботи із зверненнями від персоналу.

Інклюзивність – одна з цінностей Групи підприємств, тому повага до прав людини є ключовим стандартом, який Група підтримує на вищому рівні.

У 2025 році 10 ресторанів з найбільшою кількістю відвідувачів продовжили використання програмного забезпечення Connect QR mobile. На терміналах самообслуговування цих ресторанів розміщені наліпки з QR кодом і знаком жестової мови. Кожен клієнт може скористатись цим кодом і викликати перекладача жестової мови, який допоможе поспілкуватись з лідером зміни та отримати відповіді на будь-які запитання.

У 2025 році Група активно продовжувало роботу над безбар'єрними ініціативами та працювало над тим, щоб робити ресторани більш інклюзивними разом із ГО «Безбар'єрність» – виконавчим партнером ініціативи першої леді Олени Зеленської «Без бар'єрів», спрямованої на створення рівних можливостей для всіх українців.

7.3. Благодійні програми та соціальна відповідальність

МакДональдз в Україні є партнером-засновником і найбільшим корпоративним благодійником «Фундації Дім Рональда МакДональда». Група є ініціатором заснування Фундації в Україні та щороку підтримує її завдяки благодійним ініціативам.

Спільно з благодійною організацією «Фундація Дім Рональда Макдональда в Україні» Група започаткувало благодійні програми, до яких активно долучилися працівники Груп підприємств. Вони на волонтерських засадах організовують гуманітарні проєкти. З початку війни Фундація передала понад 320 000 пакунків із харчовими продуктами, завдяки чому приблизно 1 мільйон українців отримали їжу, коли їм це було нагально потрібно. Сума допомоги такими продуктовими наборами склала 100 мільйонів гривень за весь період з 2022 по 2025 роки. Близько 200 волонтерських організацій з різних куточків України передавали продукти безпосередньо у прифронтові регіони.

Протягом 2025 року, група підприємств провело кілька акцій на підтримку Фундації та зібрало 27 686 790 грн на підтримку Сімейних кімнат у дитячих лікарнях України та будівництво першого Дому Рональда МакДональда на території НДСЛ «Охматдит» у Києві. Понад 1 000 000 разів клієнти Групи підприємств долучились до благодійних акцій компанії, щоб підтримати сім'ї з дітьми, які проходять лікування:

- 17 612 434 грн зібрано завдяки продажу паперових долоньок та «МакПиріг з полуницею»;
- 4 080 459 грн зібрано з продажу благодійних різдвяних наліпок;
- 5 993 896 грн зібрано від благодійних внесків до замовлень у закладах «МакДональдз».

Завдяки зібраним коштам у 2025 році оновлено найбільшу Сімейну кімнату Фундації в Україні - у Львові. Після модернізації вона має 5 окремих спальних кімнат і зможе підтримувати понад 4200 родин щороку.

Також Група підприємств підтримує Фундацію в реалізації будівництва першого в Україні Дому Рональда МакДональда - будинка на території НДСЛ "ОХМАТДИТ" у Києві, де сім'ї зможуть лишатися поруч із дітьми, які проходять лікування: допомагає збирати кошти на спорудження Дому через благодійні кампанії, а також долучається експертизою — зокрема в координації проєктних рішень, дозвільних процесів і контролю будівництва.

У 2025 році Група підприємств надало у своїх ресторанах понад 10 000 безкоштовних благодійних обідів для дітей вразливих категорій за запитами благодійних і громадських організацій.

8. Дослідження та інновації

МакДональдз є лідером громадського харчування не тільки в Україні, але й у світі. Тому сучасним маркетинговим та рекламним технологіям Групи підприємств приділяє багато уваги та має зобов'язання витрачати на маркетинг та рекламу певний відсоток бюджету.

Група підприємств турбується про майбутнє планети, тому впроваджує технології для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Постійно вдосконалює пакування для їжі, шукаючи більш органічні способи виробництва, сортує та віддає його на перероблення.

Всі екологічні ініціативи групи підприємств є частиною глобальних зобов'язань компанії щодо відповідального використання ресурсів і зменшення відходів: до кінця 2025 року Група підприємств має намір перейти на використання для пакування готової продукції матеріалів із відновлюваних, перероблених або сертифікованих джерел.

9. Головна стратегія

МакДональдз — це найбільша мережа ресторанів швидкого обслуговування у світі та в Україні. Ми усвідомлюємо наш масштаб і прагнемо використовувати його для змін на ліпше в громадах, у яких працюємо, і в усьому світі.

Група постійно вдосконалюється, щоб перевищувати очікування своїх відвідувачів та дарує щасливі моменти для кожного українця.

Надаючи працівникам досвід, вміння та розвиток що допомагають будувати їм кар'єру в майбутньому, Група розвиває галузь та розвиток спеціалістів в галузі. Це має позитивний вплив та розвиток на громади країни.

10. Перспективи розвитку

МакДональдз — відомий міжнародний бренд, який слідує визначеній стратегії, і втілює її

локально, залежно від умов і потреб. Група хоче зростати в Україні і для цього зосереджується на розвитку мережі, клієнтському досвіді та підтримці й розвитку своїх людей, щоб підприємства Групи залишалося відмінним місцем роботи.

У 2025 році Група підприємств відкрила 12 нових ресторанів та оновило 5 існуючих. Ресторани Групи підприємств вперше з'явилися у Закарпатській області — в Ужгороді та Мукачеві, а також у Гатному на Київщині та в Липинах неподалік Луцька. Загалом із 2022 року Підприємство відкрило 33 нових заклади, розширивши мережу на понад 25% за цей період.

Водночас Група підприємств продовжило працювати над стійкістю мережі: частка ресторанів, обладнаних генераторами, зросла до понад 95%, що підтримує роботу закладів під час перебоїв з електропостачанням.

Системне зростання стало можливим завдяки стабільним інвестиціям у розвиток бізнесу в Україні. У 2022–2025 роках загальний обсяг вкладень у розширення та модернізацію мережі сягнув 4,84 млрд грн. Також Група підприємств залишається найбільшим платником податків у галузі та входить до числа найбільших платників податків в Україні серед усіх приватних компаній, сплативши 3,5 млрд грн у 2025 році.

Рівень задоволеності клієнтів Групи підприємств у 2025 році зріс до 98,3% порівняно з 96,7% у 2024 році. Протягом року Група розширювала пропозиції і адаптувало меню до актуальних запитів споживачів. Зокрема повернулося сніданкове меню та запустилися нові вигідні пропозиції, такі як «НайсПрайс Комбо», що дозволяють Групі залишатися частиною щоденних рішень клієнтів, для яких дедалі важливішими стають простота вибору та передбачуваність. У 2025 році «МакДональдз» також реалізував низку масштабних глобальних маркетингових кампаній, зокрема «Minecraft», TinyTan та «Friends», які сприяли залученню нових аудиторій і підвищенню інтересу до бренду.

Окремим напрямом розвитку стала цифровізація сервісів. Впродовж року Група підприємств удосконалювало мобільний застосунок, розширювало програму персоналізованих ваучерів і продовжило впроваджувати термінали самообслуговування в усіх закладах. Нині 85% замовлень у залі ресторанів оформлюються через термінали самообслуговування, кількість зареєстрованих користувачів мобільного застосунку зросла на 44,5%, а нова функція «Мобільне замовлення» за перші два місяці роботи забезпечила понад 100 тисяч замовлень.

У 2026 році Група підприємств планує й надалі розширювати мережу та зміцнювати присутність у регіонах України, реалізовуючи інвестиційні плани та залишаючись надійним партнером держави й громад.

Згідно з оцінками МакДональдз, мережа має потенціал збільшити кількість закладів на українському ринку в кілька разів, тож група підприємств нарощує темпи розвитку в поточних і нових регіонах. У 2025 році МакДональдз планує відкрити 9 нових закладів і продовжуватиме

модернізацію тих, що були збудовані раніше, — оновлювати дизайн відповідно до сучасних концепцій McDonalds, створювати доступний для всіх простір, втілюючи інклюзивні та цифрові рішення. З урахуванням безпекової ситуації пріоритетними для зростання залишаються центральні та західні області країни.

Крім безпосереднього розширення існуючої мережі закладів, МакДональдз зосереджується на вивченні та покращенні досвіду клієнтів. Для підтримання існуючого рівня задоволення та залучення нових клієнтів, Підприємство зосереджує свої поточні активності в таких напрямках:

Зростання популярності курятини

МакДональдз постійно забезпечує найвищу якість страв і дбає про збалансованість у меню, доповнюючи та вдосконалюючи його. У відповідь на збільшення інтересу до курятини по всьому світу й в Україні, компанія нарощує асортимент страв із курки. Так, у 2024 році в постійному меню з'явився ще один бургер із котлетою з курятини — «МакКріспі». Це глобальний продукт, представлений у багатьох країнах, який тепер доступний і для українських споживачів. У 2025-му МакДональдз запустив нові позиції як на постійній основі, так і в сезонному меню, зокрема з курятини, щоб кожен міг знайти страви, які відповідають його вподобанням.

Розширення меню та локалізація постачань

У 2025 році МакДональдз повернув в основне меню довгоочікувані сніданки – зі свининою та з куркою. Вперше за аналогією до МакМеню МакДональдз розробив ранкові комбінації страв. А також додались новинки, як-от подвійний «Чікен МакМафін Фреш» і тост із сиром та беконом Окрім цього, «МакДональдз» додав у перелік страв сезонні та локальні пропозиції, як-от натхненні місцевими смаками українські бургери, сирні новинки «Біг Біф Чіз», «Біг Чікен Чіз» та «Сир Моцарела» та «Сир Брі» тощо.

Навесні 2025 року МакДональдз запустив глобальну кампанію в колаборації з Майнкрафт, запропонувавши відвідувачам придбати унікальне меню з колекційними фігурками, а наприкінці року запустили унікальне меню з колекційними фігурками героїв серіалу Друзі..

Майже 60% інгредієнтів і товарів МакДональдз в Україні закуповує у локальних виробників. МакДональдз невпинно працює над тим, щоб збільшувати частку локальних постачань, попри виклики сьогодення. Це дозволяє підтримувати вітчизняних виробників, сприяти створенню нових робочих місць.

Завдяки цьому наші гості можуть смакувати стравами, у яких ключові компоненти створені тут - руками фахівців, які живуть і працюють поруч із нами. У 2025 році компанія локалізувала виробництво курячої котлети для бургеру «МакЧікен», «Біг Тейсті» соус до улюбленого бургера та майонезний соус до найсмачнішої картоплі фрі.

Наразі МакДональдз активно працює над подальшими планами локалізації на 2026 рік, аби й надалі бізнесу стати ближчим до людей і водночас підтримати економіку, що розвивається під тиском сучасних викликів.

Доступність цін

Одним із пріоритетів МакДональз є створення вигідних та доступних пропозицій у меню. Щоб відвідувачі могли насолоджуватися якісними та смачними стравами за вигідну ціну, МакДональз працює над розробкою нових поєднань. «Ранкове меню», — одна з таких пропозицій. А в основному меню вже на початку 2025-го з'явився новий варіант, який дає змогу придбати дві страви лише за 79 гривень (ціна актуальна на момент запуску) — «Найс Прайс Комбо». МакДональдз планує розвивати цей формат і створювати ще більше доступних рішень для клієнтів в Україні.

Цифровий досвід

Щоб залишатися актуальними для клієнтів, МакДональдз впроваджує цифрові рішення та вдосконалює існуючі канали взаємодії. Для комфорту клієнтів у всіх закладах на «МакДрайві» встановили цифрові борди з меню для замовлень, а в залах усіх закладів з'явились термінали самообслуговування.

Після запуску персоналізованих ваучерів, кількість відвідувачів, що користуються застосунком «McDonalds», значно зросла і МакДональдз продовжує пропонувати привабливі пропозиції з економією, створюючи ще більше цінність у кожному замовленні. У 2025 році МакДональдз продовжує розвивати застосунок, зокрема впровадив послугу «Мобільне замовлення», з якою користувачі зможуть здійснювати й оплачувати замовлення безпосередньо з власних смартфонів.

У 2026 МакДональдз планує продовжувати розвивати основне меню та пропонувати нові пропозиції, як з яловичиною, так і з куркою. Також в планах запустити програму лояльності і запропонувати відвідувачам нові захопливі компанії.

Генеральна директорка **Юлія БАДРІТДІНОВА**

Директор фінансовий **Олександр БОГОРОДОВ**

Головний бухгалтер **Вадим Франков**

05 жовтня 2026 року