Еволюція стійкості: як AVDtrade долає шторми авторинку та масштабує бізнес

дата публікації: 2026.05.27



Рік тому на виставці AutoTechService компанія AVDtrade — відомий національний дистриб'ютор, який виріс із невеликого житомирського магазинчика площею 40 м² — дебютувала у ролі експонента. Тоді це був сміливий крок, знайомство з новим форматом та тестування операційного софту, який компанію, за словами керівництва, трохи «поштормило».





Сьогодні, у травні 2026 року, AVDtrade повернулася на головний майданчик країни в абсолютно іншому статусі. Це вже не просто «хлопці з Житомира», які приглядаються до ринку, а загартований кризами лідер, що за рік суттєво збільшив свою присутність та показав усьому B2B-сегменту майстер-клас із антикризового менеджменту.

Про те, як компанія пережила втрату столичної філії, здійснила ривок у регіонах та куди рухається авторинок України, в інтерв'ю розповів генеральний директор AVDtrade **Андрій Дудинець**.

Новий рівень AutoTechService: від дебюту до системного домінування
Якщо минулого року участь у виставці була для компанії експериментом, то цьогоріч — це чітко спланована стратегія ближчої комунікації з партнерами.

«Перш за все, ми хочемо бути ближче до наших клієнтів, спілкуватися з ними, чути їхні потреби, а також зустрічатися з нашими партнерами та постачальниками. Порівняно з минулим роком, ми підійшли до події більш організовано й готувалися заздалегідь. Цього року виставка значно більша: присутні набагато більше стендів, компаній та відвідувачів. Окремо хочу відмітити роботу організаторів, які постійно вдосконалюють формат, експериментують та залучають нові компанії, дотичні до автобізнесу».



Антикризовий менеджмент у дії: відновлення після втрати філії
Найважчим етапом для компанії за цей рік став липень 2025 року. Внаслідок російського ракетного обстрілу було вщент знищено філію AVDtrade у Києві. На той момент компанія демонструвала стрімке зростання (+35% до попереднього року), і втрата одразу 15% оборотних засобів стала шоком. Проте внутрішня IT-трансформація та залізна корпоративна культура спрацювали як подушка безпеки.

«Це став серйозний шок і виклик для нашої компанії. Ми трішки призупинились, але дуже швидко відновилися завдяки колективу. Коли я їхав на місце колишньої філії, команда вже сама зібралася, організувалася, розробила план дій і почала працювати, щоб вийти з цього скрутного становища найменш болісно.

Нас підтримали партнери, колеги і навіть конкуренти. Для нас було принципово втримати сервіс, якість роботи і показати, що ми залишаємося стабільними та виконуємо всі зобов'язання перед українськими та закордонними партнерами».

Результат вражає: компанія не просто повернула втрачене, а за цей період відкрила успішну

філію у Вінниці, а буквально за тиждень до виставки 2026 року — повністю відновила присутність у столиці, відкривши нову сучасну київську філію.

Нові бренди, електромобілі та кадровий голод: виклики 2026 року
Минулого року компанія лише прогнозувала довгострокові зміни ринку через зміну світових трендів. Сьогодні ці трансформації вже стали щоденною реальністю, яка вимагає від дистриб'юторів максимальної швидкості реагування. Крім зміни автопарку країни, ринок відчуває гострий дефіцит кадрів.

«Ми відчуваємо проблеми з персоналом, і це позначається на всій системі — від дистриб'юторів до СТО та автовласників. Втрачається певна експертиза, і ми, як великий оператор ринку, мусимо підтримувати достатній рівень сервісу. Крім того, ринок стрімко трансформується: з'являються нові автомобільні марки, зокрема азійського походження, активно розвивається сегмент електромобілів. Ми підлаштовуємося під ці зміни, диверсифікуємо портфель і шукаємо постачальників у країнах та регіонах, з якими раніше не працювали. Сьогодні потрібно бути гнучкими, швидкими, оперативно приймати та впроваджувати рішення».

Партнерство замість нав'язування: філософія відносин
Поки інші гравці ринку конкурують виключно об'ємами складів чи швидкістю вантажівок, AVDtrade робить ставку на речі, які неможливо скопіювати — на довіру та спільні цінності.

«У продажах ми прихильники демократичного стилю: ми не нав'язуємо товар, а намагаємося пояснювати і допомагати клієнтам зробити свідомий та правильний вибір для себе. Ключова цінність нашої компанії — це довіра та повага до людей: як до нашого колективу, так і до партнерів та постачальників. Також ми цінуємо інноваційність: не любимо йти стандартними шляхами і завжди шукаємо нові рішення. Ми самі намагаємося бути експертами у своїй сфері та залучаємо таких само професійних партнерів. Наші амбіції допомагають нам зростати».





Інженерне мистецтво на стенді: від світових брендів до власного знаку якості
Цьогорічний стенд компанії, оформлений у концепції арт-галереї, презентував ключові бренди з масштабного портфоліо AVDtrade. Серед експонатів виставки особливу увагу привернули визнані світові експерти: **ABS** (лідер у гальмівних системах), **JP Group** (фахівці з автозапчастин для VAG-групи), **JAPKO** (експерти з азійських автомобілів) та польський бренд **FAST**, який спеціалізується на комерційному транспорті — стратегічній ніші, з якої свого часу й розпочинався масштабний шлях компанії.

Окремим акцентом виставки став англійський бренд **BGA (BG Automotive)**, відомий своєю безкомпромісною якістю. Компанія, що починала з деталей двигуна, активно розширює асортимент в Україні, презентувавши нові лінійки ремінного приводу та деталей підвіски, які вже встигли відмінно рекомендувати себе на ринку.

Проте серцем експозиції залишається власна торгова марка компанії, яка доводить: приватний бренд в Україні може бути синонімом преміальної якості.



*«Ми всією душею віримо в наш бренд **Goodrem**. Його філософія — quality ahead (якість попереду). Ще 10 років тому ми вирішили, що будемо шукати постачальників, які працюють на рівні оригіналу, і частина з них дійсно є постачальниками на конвеєри автовиробників. Приватна марка — це не виключно якісь масові китайські виробники. Ми збираємо кращі комплектуючі з різних куточків світу там, де виготовляють оригінал».*

Стратегія 2026: Ближче, швидше, технологічніше

Подолавши кризу минулого року та стабілізувавши нове операційне ПЗ, команда AVDtrade чітко бачить свій подальший вектор. Головна мета — стрімкий розвиток IT-інструментів та розширення філіальної мережі, щоб бути на відстані витягнутої руки до кожного клієнта.

«У нас є діюча стратегія, якої ми чітко дотримуємося. Ми стабілізували роботу після переходу на нове програмне забезпечення і зараз готуємося до масштабування. Проєктів багато, але якщо коротко: ми розширюємо філіальну мережу, щоб стати ближчими до клієнта, і робимо велику ставку на IT-рішення. Це те, куди рухається світ.

Я запрошую постачальників до співпраці. Ми ведемо відкритий, чесний бізнес і прагнемо розвивати автомобільну галузь разом».



AVDtrade – збираємо разом! Якісний ремонт починається з надійних автозапчастин.

Сайт: avdtrade.com.ua
Соц мережі: facebook.com/AVDtrade.ua
instagram.com/avdtrade_ua

Джерело: