

Koronaviruso pandemijos suduotą stiprų smūgį Lietuvos ekonomikai šalies verslas bandys atlaikyti skatindamas pirkti Lietuvoje pagamintą produkciją. Didieji Lietuvos gamintojai atskleidžia, kokie iššūkiai šiuo metu yra sprendžiami maisto pramonėje, bei įvardija priežastis, paskatinusias mažinti lietuviškos produkcijos kainas.

Pusšimtis didžiųjų Lietuvos gamintojų, kuriuos sutelkė prekybos tinklas „Maxima“, pradėjo lietuviškos produkcijos kainų mažinimo kampaniją „Išvien dėl Lietuvos“. Net 15 proc. buvo sumažintos 500 populiarių Lietuvos gamintojų produktų reguliarios kainos.

„Šiuo sudėtingu laikotarpiu kartu su Lietuvos gamintojais radome abipusį supratimą, jog ne kas kitas, o mes – lietuviški verslai – turime padėti Lietuvai kuo greičiau atsigauti ir laikytis išvien, norint įveikti koronaviruso pandemijos sukeltus ekonominius sunkumus. Savo pirkėjams siūlydami rinktis lietuviškus produktus sumažintomis kainomis, suteikiame akstiną palaikyti Lietuvos gamintojus ir tuo pačiu atkreipti dėmesį į tai, kaip stipriai nuo mūsų kasdienių pasirinkimų stovint prie lentynos gali priklausyti Lietuvos verslas ir šalies ekonomika“, – prabrėžė lietuviško prekybos tinklo „Maxima“ komercijos vadovė Vilma Drulienė.

Siekia išsaugoti darbo vietas

Vilniaus ir Kaišiadorių paukštynų generalinis direktorius Darius Gudačiauskas pripažįsta, kad koronaviruso pandemija stipriai paveikė maisto pramonę. „Vištieną tiekdavome tiek Lietuvoje, tiek kitose Europos šalyse veikiančioms viešojo maitinimo įstaigoms, restoranams, viešbučiams, tačiau paskelbus karantiną ir juos uždarius, rinka tiesiog subliuško. Kol ji nesusireguliuos, ištisos industrijos gali numirti. Lietuvos gyventojai turi suprasti, kad pirkdami lietuvišką produkciją, išlaiko visą gamybos grandinę, darbo vietas, valstybei mokami mokesčiai. Tačiau jei pirmenybę teiks iš kitų šalių atvežtiems produktams, klestės kitų valstybių pramonė, o pas mus ji žlugs“, – sako D. Gudačiauskas.

Jis pažymi, kad Vilniaus ir Kaišiadorių paukštynų gamybiniai pajėgumai šiuo kriziniu laikotarpiu nebuvo mažinami vien tam, kad nebankrutuotų Lietuvos ūkininkai, iš kurių superkami mėsiniai viščiukai produkcijos gamybai, ir patiems nereikėtų uždaryti nuosavų gamyklų ir būtų išsaugotos darbo vietos. „Mažiname kainas tam, kad visa tai išlaikytume, o vartotojas šioje situacijoje gauna aukščiausią kokybę už mažesnę kainą“, – pažymi D. Gudačiauskas.

Pasak jo, didesnis Lietuvoje pagamintos produkcijos vartojimas vidaus rinkoje šiandien gali padėti atsitiesti gamybininkams ir iš naujo užkurti Lietuvos ekonomikos variklį.

„Šiandien kaip niekada reikia visų Lietuvos žmonių paramos, kad šalies ekonomika atsigautų. Turime suprasti, kad pirkdami lietuvišką produktą paremsime žaliavos augintoją, supirkėją, priėmėją, perdirbėją, gamybininką, pakuotoją, paskirstytoją, sandėlininką, logistą, kasininką, valytoją, vadybininką, apskaitininką.

Juk už nupirktą Lietuvoje pagamintą produktą sumokame mokesčius savo valstybei, nuo kiekvieno Lietuvos maisto pramonėje dirbančio darbuotojo irgi mokami mokesčiai. Šie pinigai lieka šalyje ir leidžia Lietuvos valstybei pasirūpinti tais, kuriems šiandien labiausiai to reikia“, – tvirtina vienos didžiausių šalies mėsos perdirbimo įmonės „Samsonas“ generalinio direktoriaus pavaduotojas Andrius Lepinaitis.

Jis sako, kad prie prekybos tinklo „Maxima“ inicijuotos kampanijos „Išvien dėl Lietuvos“ prisijungė dėl prasmingos idėjos ir Lietuvos ekonomikai reikalingo postūmio. „Tik vieningi mes galime būti stiprūs. Mes susivienijome ir parodėme, kad galime puikiai tvarkytis su COVID-19 krize, tačiau šiandien vieningai reikia gelbėti ir Lietuvos ekonomiką“, – įsitikinęs A. Lepinaitis.

Skatina rinktis ne pigiausią, o geriausią

„Dirbame Lietuvoje ir susiduriame su tais pačiais iššūkiais, kurie paveikė visus mūsų šalyje. Manome, kad itin svarbu susitelkti, nes tik tada galima pasiekti reikšmingų pokyčių. Didžiausias prekybos tinklas „Maxima“ parodė iniciatyvą suburti Lietuvos gamintojus ir mes sutikome, nes šiuo laikotarpiu itin svarbu palaikyti vieni kitus, svarbu vartoti tai, kas gaminama savo šalyje – taip kasdien tapsime stipresni, o ekonomika greičiau atsigaus“, – sako džiovintus vaisius ir riešutus tiekiančios lietuviškos bendrovės „Arimex“ direktorius Gražvydas Jukna.

Jis pažymi, kad Lietuvos rinkoje yra parduodama apie trečdalis „Arimex“ pagamintos produkcijos, tačiau šiuo metu būtent Lietuvoje yra jaučiamas didžiausias pardavimų mažėjimo efektas, kai tuo tarpu Šiaurės Europos rinkose per sausį-balandį pardavimai augo net 33 proc.

„Kainą sumažinome „Arimex Organic“ produktų linijai galvodami apie vartotojus ir skatindami rinktis ne tai, kas pigiausia, o tai, kas geriausia. Stebuklų čia nėra, prisidedami prie akcijos mažiname savo uždarbį, tačiau tikime, kad drauge su kitais Lietuvos gamintojais surėmę pečius, atliksime gerą darbą visiems Lietuvos vartotojams ir vidaus ekonomikai“, –

pabrėžė „Arimex“ vadovas G. Jukna.

Laikosi solidarumo

Prie šios iniciatyvos mažinant kainas prisideda ir bendrovei „AUGA group“ priklausanti įmonė „Baltic Champs“. „Šiuo nestabiliu laikotarpiu tiek verslui, tiek visiems kitiems gyventojams vartojimo ir visos ekonomikos atstatymo iniciatyvos yra sveikintinos. Kuo labiau vieni kitus palaikysime, tuo greičiau įveiksime dabartinius iššūkius“, – teigia Arūnas Radzevičius, „Baltic Champs“ direktorius.

Šaldytą produkciją Lietuvoje gaminančios bendrovės „Mantinga“ vadovas Mantas Agentas akcentuoja, kad šiuo metu yra nepaprastai svarbus Lietuvoje veikiančių verslų solidarumas. „Turime siekti vienybės, susitelkti, skatinti pirkti Lietuvos gamintojų produkciją ir taip palaikyti ištisą gamybos, tiekimo ir pardavimo paslaugų grandinę“, – sako jis.

Dvejonių „Mantingai“ prisijungti prie kampanijos „Išvien dėl Lietuvos“ nebuvo. „Šis žingsnis sutampa su mūsų įmonės filosofija – susitelkti, stengtis dėl geresnio rytojaus, padėti ne tik šeimai, darbuotojams, bendruomenei, bet ir valstybei“, – pabrėžė „Mantingos“ vadovas M. Agentas.

Kas mėnesį pirkėjai sutaupys per 1,5 mln. eurų

Skaiciuojama, kad perkant „Išvien dėl Lietuvos“ kampanijos prekes per mėnesį bendrai pirkėjai sutaupys daugiau nei 1,5 mln. eurų.

Tarp atpiginančių 500 populiarių Lietuvos gamintojų prekių daugiausia yra pieno produktų ir mėsos gaminių, duonos, sausos bakalėjos prekių, žuvies ir jos produktų, kosmetikos ir higienos priemonių. Sumažintų kainų lietuviškų prekių krepšelį parinko patys Lietuvos gamintojai.

Šios prekės „Maximos“ parduotuvėse žymimos geltonomis etiketėmis ir ženkliuku „Išvien dėl Lietuvos“.

Kartu su „Maxima“ kampanijoje „Išvien dėl Lietuvos“ dalyvauja: „Arimex“, „Baltic Champs“, „Biovela-Utenos mėsa“, „Cosmoway“, „Daivida“, „Daumantai“, „Dauparų žuvis“, „Desė“, „Domeina“, „Dzūkija“, „Edega“, „Fazer Lietuva“, „Galinta ir partneriai“, „AR Maistas“, „Grigeo“, „Gudobelė“, „Iceco žuvis“, „Kaišiadorių paukštynas“, „Kavos bankas“, „Kėdainių konservų fabrikas“, „Klaipėdos duona“, „Klaipėdos mėsinė“, „Klaipėdos pienas“, „Klingai“, „Krekenavos agrofirma“, „Lesta“, „Norvelita“, „Liūtukas ir Ko“, „Lukšių pieninė“, „Malsena“, „Mantinga“, „Nematekas“, „Pieno žvaigždės“, „Rokiškio pienas“, „Rūta“,

„Salpronė“, „Samsonas“, „BIOK“, „Sauda“, „Skinija“, „Švenčionių vaistažolės“, „Švyturys-Utenos alus“, „Arvi kalakutai“, „Ustukių malūnas“, „Vičiūnai“, „Vilkyškių pieninė“, „Vilniaus paukštynas“, „Vilniaus Pergalė“, „Volfas Engelman“, „Žemaitijos pienas“.

