

-Mnoge Omladinske zadruge gube na popularnosti iz samo 2 razloga.

-Nijedan od ta dva razloga nije presudan za potpuni zastoj u poslovanju, ali je dovoljan da iznenadi posmatrača, poslodavca ili zadrugara, pre nego stupi u poslovne odnose sa Omladinskom zadrugom...

-Tada sve ono što je bilo sjajno napisano, vizuelno i tehnicki zaokruženo, istaknuto kao popularno, psihološki privlačno i digitalno pismeno, postaje sumnjivo, nejasno i nekorektno, jer fali nam nešto što nas pokreće da se ODLUČIMO!

-Sav taj sjaj od ponude, pozivi na saradnju, dostupnost i širina usluga postaje sumorno tumananje po klizavoj podlozi, a nigde CENE?... Rekao bih, ulazim na potpuno nepredvidiv teren, a mi neinformisani, ZAŠTO..?

-Naravno da i to ima neki razlog, nije nam prvi put da se iznenadimo kada udjemo u neku prodavnicu ili poslastičarnicu i slično, sa velikom dobrodošlicom, oko nas čitava produkcija postera o bogatom asortimanu robe i ponudom, ... ali nedostaje baš ono što nas pokreće da kupimo neku uslugu, ili robnu marku. Dešava se to ...,možda i namerno, jer taj detalj nas vuče da istražujemo dalje.

-Bez obzira na to što potrošački propisi obavezuju da cena mora biti vidno istaknuta potrošačima, pa kad odete kod frizera on uredno istakne koliko Vas košta da sednete u tu frizersku stolicu i prihvatite uslugu.

E, sad u svetu bogatih, možda ta sitnica, nije najbitnija, ali vratimo se na temu Zadrugara... „da li su naši zadrugari toliko bogati“ da prihvate i ono što im neodgovara?

- Mnogi su postali zavisni od digitalnih usluga gde iz svoje udobne fotelje na „klik“, listaju široku ponudu potrošačke robe, koju naručuju i sve što im para oči, a ŠTA kada

smo **mi** ta populacija koja treba da izvrši neku uslugu?... i kada mi sami plaćamo ceh pogrešne procene u tom digitalnom nadmetanju snižavanja cene rada, na račun kvaliteta?

-Da li će poslodavci biti zadovoljni kada za tu malu cenu snizimo kvalitet usluge?

-Pravilo „slobodnog udruživanja“ u omladinsku zadrugu jeste da zajedničkim nastupom smanjujemo troškove svog poslovanja... ali do koje granice to može da ide...?

- **Ovde je reč o uslugama od zadrugara**, koje su jedva poznate u svetu globalnog kapitala.

-Zadružno organizovanje mladih koje postoji kod nas, gotovo da nepostoji u širem regionu, kao poseban oblik rada stimulisan Državnim povlasticama.

-To veleposednici kapitala ne razumeju, kao oblik stimulisanog organizovanja mladih.

-Sada kada smo ušli na novo tržište rada, kojem nedostaju radnici (deficit svih zanimanja), kada uvozimo radnu snagu iz inostranstva,... kako sada omladinske zadruge da se predstavljaju privatnom Kapitalu ili činovničkoj administraciji, a da pritom ne oštetimo Zadrugare, čije interese zastupamo!

Nemamo mnogo aduta da sačuvamo sve interese zadrugara, ali jedina stvar koju možemo da sačuvamo je da **ne konkurišemo** jeftinom cenom rada!... Da ne izgubimo princip „jednaka cena rada za isti posao“.

-Nemožemo trgovati ličnim uslugama zadrugara (članova zadruge).

-Da li je minimalna cena rada, kojom gazduju poslodavci, ekvivalentna tržišnim cenama?, ili su Omladinske zadruge dužne da svoju ponudu javno objave usklađnim cenovnikom Usluga.

- Dakle ovde u lancu usluga nedostaju samo dve karike, koje smo zaboravili i to:

1.- što poslodavcima nismo razjasnili da Zadrugari nisu roba, na promociji...!

2.- i što nismo utvrdili javni cenovnik usluga u našoj ponudi, nego onako na slepo (daj koliko daš) ...