

повышенный уровень смертности от злокачественных новообразований обусловлен высоким уровнем рака органов пищеварения и органов дыхания.

Все вышеизложенные факты говорят о необходимости организации и проведения социально-медицинской работы на данном производстве. Главная цель социально-медицинской работы на предприятиях цветной металлургии – достижение максимально возможного уровня здоровья, адаптация лиц с физической патологией и социально неблагополучных лиц.

К задачам социально-медицинской работы относятся: содействие клиенту в повышении его адаптации в обществе, более полном использовании его физиологического потенциала с учетом состояния здоровья в дальнейшей трудовой деятельности, организация просвещения рабочих.

Думается, что социально-медицинская работа может сыграть решающую роль в изменении такой критической ситуации в положительную сторону, для чего необходима ее правильная организация и оптимальное функционирование.

*Н.А. Василенко (Екатеринбург)*

### **Социальная работа и экономика**

Социальная работа как работа с населением напрямую связана не только с заботой о защите и воспроизводстве человека, правильным, восстановительным и социально справедливым распределением товаров и услуг, но и с информированием населения о возможностях удовлетворения всей гаммы человеческих потребностей. Это касается как удовлетворения потребностей в продуктах питания и одежды, так и решения проблем организации досуга и воспитания подрастающего поколения – детей и подростков.

Все то, что связано с организацией и функционированием системы воспроизводства человеческого сообщества – родовспоможение, обучение, торговля, система питания, так или иначе входит в систему или должно охватываться патронироваться системой социальной работы, потому что все это надо организовать, наладить, обеспечить приоритетно в интересах человека.

Рассмотрим одну из частей системы удовлетворения человеческих потребностей – торговлю продуктами и товарами народного потребления. В настоящее время появилось множество торговых центров, мага-

зинов самообслуживания, супермаркетов, бутиков, где напрямую работа связана с населением.

Для того чтобы организовать работу в этих магазинах необходимо арендовать помещение, пользуясь теми факторами, чтобы оно находилось в удобном месте, чтобы до него можно было добраться любым транспортом и т. п. Необходимо позаботиться о внешнем и внутреннем виде (освещение, кондиционирование, простор), наладить правильность и своевременность поставки товара, взаимосвязь с поставщиками для выхода на внешний рынок для того, чтобы была решена проблема ассортимента. Следует организовать работу персонала по выкладке продукции, которая должна производиться в соответствии с государственными стандартами. (Товар формируется по отделам и выкладывается таким образом, чтобы было удобно его найти и выбрать то, что действительно необходимо.)

Все это реализовано, например, в магазинах самообслуживания, девиз которых «Быстро. Качество обслуживания. Успех».

Некоторые производители не имеют такой возможности вывести свой товар на экраны телевизоров, т. е. нет возможности прорекламировать свой товар, поэтому потребители остаются непроинформированные и стараются покупать только ту продукцию, которую они видят на экранах своих телевизоров, и эта очень качественная продукция остается незамеченной и теряется в ассортименте. Для правильной ориентации необходимо проводить работу с покупателями магазина, т. е. необходимо информировать, заинтересовывать покупателей. Часто им делается выгодное предложение, что при покупке рекламируемого товара им дается подарок или маленький презент. За счет таких акций можно выстроить пирамиду – покупателя проинформировали о товаре, он взял товар, попользовался, ему понравилось, пошел и посоветовал другу приобрести товар и т. д.

Также существует проблема выхода нового товара на рынок. Особенно это важно для продуктов питания, так как не все продукты питания рекламируются, а у каждого покупателя свой вкус, ведь это не парфюмерная продукция, которую можно открыть, посмотреть, понюхать... Исходя из этого, существует такое понятие как «дегустация», за счет которой потребитель может попробовать, почувствовать вкус и выбрать из всего ассортимента наиболее понравившийся продукт. Следовательно, для того чтобы не было залеживания на прилавках продуктов питания, бытовой химии, парфюмерии, необходимо дать покупателям информацию так, чтобы они могли ориентироваться в предложенном им ассортименте.

К примеру, магазины самообслуживания – это магазины эконом класса, т. е. магазины, направленные на определенный вид населе-

ния, а именно на людей со средним уровнем жизни. Так же очень удобно, что в таких магазинах существует система скидок. Это система накопительная: чем больше будет сумма покупок в течение месяца, тем больше процент скидки на дисконтной карте.

В магазинах самообслуживания решена проблема очередей, так как не нужно стоять в каждом отделе и ждать своей очереди в магазинах, стоит более усовершенствованное оборудование, которое сокращает до минимума затраты времени на приобретение покупки. Просторные, светлые помещения позволяют чувствовать себя уверенно, достойно делать осознанный выбор товара, создают атмосферу социально-психологической реабилитации. Таким образом, проводится определенная социальная работа с человеком: мы помещаем человека в достойные условия и в праве предъявить ему соответствующие высокие требования, начиная от индивидуальной гигиены и заканчивая правилами поведения.

Подведя итоги проводимого нами эксперимента, мы в рамках социальной работы с населением, провели опрос, в котором затронули такие вопросы, как:

- 1) Кто чаще ходит по магазинам мужчины или женщины?
- 2) Какой доход на одного члена семьи?
- 3) На какую сумму делаются обычно покупки?
- 4) По каким товарам вы определяете уровень цен?

Выводы у нас получились такие. Для человека, посещающего магазин, крайне важным становится спокойное и доброжелательное отношение со стороны обслуживающего персонала. Важным является и то, чтобы сама выкладка товара и информация о нем соответствовали образовательному цензу покупателя, стимулировали его любознательность. Люди, которые постоянно удовлетворяют свои запросы на товары в магазине, нуждаются во внимательном отношении к ним и за пределами магазина. Они нуждаются в постоянной, планомерно проводимой с ними работе.

Таким образом, можно сделать вывод, что торговля, сама экономика – система разумного хозяйствования в самой своей сути есть не что иное как часть, элемент, входящий в систему социальной работы.