УДК 316.43

УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ В РЕГИОНЕ: СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СТРАТЕГИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ РИСКОВ

Курбатов Владимир Иванович доктор философских наук, профессор, Донской казачий государственный институт пищевых технологий и бизнеса (филиал) Московского государственного университета технологий и управления имени К.Г. Разумовского (344022, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, д. 174). E-mail: kurbashy@list.ru

Попов Александр Васильевич доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой регионалистики и евразийских исследований, Институт социологии и регионоведения Южного федерального университета (344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160). E-mail: infoippk@sfedu.ru

Щербакова Лидия Ильинична доктор социологических наук, профессор, Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова (346428, Россия, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132). E-mail: lidia-npi@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются уровни управления российским малым предпринимательством, описываются принципы его реализации и региональная специфика, обусловленная природно-климатическими, экономическими, социально-культурными различия. Раскрываются риски и социальные факторы, влияющие на социальный статус и эффективность деятельности малого предпринимательства. Обосновываются возможности социального института малого предпринимательства стать социальным лифтом для карьерного роста молодежи

Ключевые слова: *малое предпринимательство, управление, регион, социальные технологии, цифровая революция, инновации, риски.*

Очередной технологический уклад в мировой экономике и цифровая революция обусловили необходимость существенных изменений в системе управления общественными процессами, которые пронизывают все составляющие социально-экономической и культурной ткани развития личности человека и общества. Существующие риски и вызовы социально-экономического и геополитического характера потребовали, как на федеральном, так и на региональном уровнях более пристального внимания к научному обеспечению управления народным хозяйством, характеризующемуся усилением роли человеческого потенциала работников, неэкономических факторов и социальных компонентов управленческого механизма, изменениями в соотношении традиционных и технологических основ управления. Именно эти обстоятельства характеризуют актуальность обращения к исследованию социально-управленческих технологий в сфере малого предпринимательства на региональном уровне в контексте перспективного социально-экономического развития территорий и использования междисциплинарных подходов на основе достижений социологических, экономических, управленческих теорий.

В настоящее время система управления российским малым предпринимательством осуществляется посредством четкой трехуровневой иерархической структуры, предусматривающей рациональное распределение функций между федеральными, региональными и муниципальными органами власти, с делегированием определенных полномочий административно-территориальным единицам, способным разрабатывать и внедрять управленческие технологии с учетом компетенций региона, оценивая целесообразность их реализации и уровень ресурсообеспеченности. Вместе с тем, пока остается не до конца решенной проблема управления малым предпринимательством в российских регионах, которые отличаются по уровню социально-культурного развития, соотношению элементов государственной, частной, смешанной моделей экономики, традиционных и инновационных видов деятельности, по географическим, климатическим признакам и национально-самобытным характеристикам [1, с. 2]. Именно неравномерность развития малого предпринимательства в регионах России обуславливает необходимость определения специфики реализации социальных технологий в управлении этим сектором на различных территориях. В данном случае регионы рассматриваются и как социальные общности со своей историей и со своими особенностями социокультурной организации и управления. Это – эволюционно сложившиеся социальные общности с разным уровнем и типом субъектности, что нельзя не учитывать в исследовании проблем модернизационного развития всего российского общества [2, с. 28].

Основными принципами построения управленческой политики является разграничение полномочий по поддержке субъектов малого предпринимательства между федеральными органами государственной власти, органами власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления; ответственность органов власти на всех уровнях за обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого предпринимательства; участие представителей субъектов малого предпринимательства, некоммерческих организаций, выражающих их интересы, в формировании и реализации государственной политики в области развития малого предпринимательства. При этом надо обратить внимание на то, что, если до недавнего времени эта деятельность была ориентирована на достижение показателей экономической эффективности, то в настоящее время акцент смещается в сторону принятия управленческих решений, направленных на улучшение качества жизни работников, создание комфортных условий трудовой деятельности, на гармонизацию интересов работников малых предприятий, региональных органов власти и управления.

Малое предпринимательство остается значимым сектором развития российской экономики, поскольку среднесписочная численность его работников составляет более 12 млн чел. или более 23% от общей численности занятых на предприятиях [3, с. 596]. Нельзя не учитывать и тот факт, что предпринимательская деятельность содержит в себе комбинацию возможностей предпринимателя реализовать свои потребности, осуществить идеи, получить прибыль, а также максимально удовлетворить экономические и социальные потребности общества. Предназначение малого предпринимательства на сегодняшний день состоит не только в получении экономического эффекта и удовлетворении потребностей в товарах и услугах, но и в реализации возложенной на него социальной ответственности, которая предполагает формирование доверительных отношений и развитие социального партнерства [4, с. 160]. Предприниматели должны организовывать свой бизнес в соответствии с общественными ожиданиями, так как главная цель предпринимательства – это удовлетворение основных жизненных и культурных потребностей человека, инициирование изобретательской и инновационной активности.

Рассматривая малое предпринимательство в контексте применения эффективных социально-управленческих технологий, целесообразно выделить в его социальном облике черты «креативного класса», теоретическую модель которого разработал Ю.Г. Волков. В его трудах подчеркивается социальная значимость «креативного класса», воплощающего в условиях динамичности социальных отношений переход к новым

формам социальности, связанным с признанием роли творческого труда в качестве приоритетного, содержащего потенциал конструктивизма по отношению к обществу, имеющего предпосылки для того, чтобы не только быть услышанным, но и повести за собой массы в направлении социальной консолидации и интеграции. Идентификация принадлежности предпринимателей к «креативному классу» заключается в детерминировании их соответствия основным чертам среднего класса, таким как творческая самомотивация, престиж, авторитет как статусный признак, профессионализм и социальная инициативность [5, с. 64].

Малое предпринимательство как социальный институт прошло все этапы институционализации в российском обществе и в настоящее время характеризуется выполнением следующих функций: обеспечение постоянной занятости и снижения уровня безработицы; оперативное реагирование на потребности населения региона и на выпуск дефицитных товаров и услуг; сглаживание социального напряжения и локальных конфликтов в регионе за счет включения в конкурентную социально-экономическую среду, реализации принципов социальной справедливости и равноправия в доступе к материальным и социальным ресурсам территорий [6, с. 200].

Привлекает внимание определение и другое определение, интегрирующее социальные и экономические компоненты сущности малого предпринимательства, в котором подчеркивается, что сейчас «малый бизнес (малое предпринимательство) как социальный институт – это устойчивая форма организации деятельности личности или группы лиц по созданию новых и развитию действующих малых предприятий для производства и распространения материальных и иных благ с целью удовлетворения разнообразных потребностей населения и максимизации прибыли, обеспеченная соответствующими ресурсами, осуществляющаяся на принципах самостоятельности, ответственности, риска и ограниченная возможностью санкций за нарушение формальных и неформальных норм хозяйственного поведения» [7, с. 34].

Региональная составляющая функционирования системы малого предпринимательства имеет ярко выраженную социальную компоненту, поскольку обеспечивает мобильность трудовых ресурсов, появление новых субъектов инновационной деятельности, поддержку уровня неформальных взаимодействий в регионе, оперативный обмен ресурсами и информацией. Современная практика управления малым предпринимательством, адаптированным к реалиям российского общества, включающая в себя механизмы нормативно-правового, экономического, кадрового регулирования, основывается на осуществление ряда социальных технологий, среди них наиболее существенными являются следующие: технология обеспечения социально-экономических гарантий, которая ориентирована на реализацию прав и свобод предпринимателя и его работников и нацеленная на укрепление уверенности предпринимателя в завтрашнем дне вне зависимости от финансовых результатов его хозяйственной деятельности, технология формирования и развития предпринимательской культуры в обществе. В данном случае под социальными технологиями понимаются инструментальные стандартизированные средства, созданные на основе положений социальных наук, для решения типовых задач социальной практики, и направленные на обеспечение изменения в сфере социальных отношений, деятельности (поведения)» [8, с. 51].

Особую значимость социальные технологии в управлении малым предпринимательством обретают в связи с реализацией Программы развития Цифровой (электронной) экономики в РФ до 2035 года в целях соблюдения национальных интересов и реализации национальных приоритетов, охватывающей все сектора российской экономики. В российском малом предпринимательстве приобретает популярность не только использование специфических программных продуктов в процессе функционирования предприятия, обеспечивающих автоматизацию и унификацию производственных процессов, использование ресурсов интернета для обеспечения текущей деятельности, но и полная ориентация на работу в виртуальном пространстве, сводящем до минимума

прямой контакт с потребителем. Необходимость повсеместного внедрения предпринимательской культуры в российском социуме обуславливается тем, что, несмотря на прошедшие десятилетия после масштабных «перестроечных» реформ, основная масса населения продолжает испытывать недостаток знаний о предпринимательстве и предпринимательской культуре, их роли и месте в рыночной экономике.

Как уже отмечалось, специфика использования социальных технологий в управлении малым предпринимательством находит воплощение в двух принципиальных направлениях, отражающих его особую роль в обществе: в социальном, включающем в себя создание широкого слоя мелких собственников (среднего класса) как одной из приоритетных характеристик демократического общества, способствующего достижению социальной стабильности, гармонизации интересов общества, личности, государства и конкурентоспособности в условиях глобализации; формирование особой среды для реализации потребностей индивида в раскрытии внутреннего потенциала личности, реализации целей, способностей, удовлетворении потребностей в самоактуализации и творческом развитии; в экономическом – малое предпринимательство является эффективным инструментом перестройки российской экономики и ее вступления на путь, определенный совокупностью внешнеэкономических факторов.

С другой стороны, малое предпринимательство остается наиболее слабым и уязвимым сектором современной российской экономики. Становление и развитие данного социального института происходит в условиях угроз, вызовов, в том числе регионального уровня [9, с. 43-58].

Этот аспект его функционирования всесторонне проанализирован в различных регионах, на его основе сделаны следующие выводы: малый бизнес значительно уступает крупному бизнесу по технической оснащенности, финансовому потенциалу, производительности, уровню квалификации и заработной плате работников. Рискогенными чертами российского малого предпринимательства являются приоритетная ориентация на внутренний спрос, небольшие масштабы хозяйственной деятельности, как правило, на локальных рынках; большая зависимость предпринимательской деятельности от текущей конъюнктуры рынка и условий хозяйствования; низкий уровень инновационных активности, обусловленный высокими рисками, связанными с внедрением и производством инноваций; налоговая «криминализация», вызванная высоким налоговым бременем в условиях дефицита средств при открытии собственного дела; неустойчивость: нестабильная ситуация в экономике и в стране в целом приводит к тому, что каждый четвертый субъект малого предпринимательства в России прекращает свою деятельность еще на начальных этапах [10, с. 36].

К проблемным сторонам современного российского малого предпринимательства также можно отнести не отжившие в полной мере элементы архаического докапиталистического уклада. Так, ввиду небольшого стартового капитала, значительная часть малых предприятий вынуждена использовать традиционный ручной труд, включая труд самих собственников и членов их семей; на малом предприятии не всегда выполняются требования трудового законодательства к обеспечению основных социальных прав и гарантий работников: к продолжительности рабочего дня и минимальному размеру заработной платы; используются неформальные источники займа для поддержки функционирования предприятия и т.п.

Основываясь на результатах вторичного анализа данных ряда социологических исследований ведущих федеральных и региональных центров, можно выделить специфический круг проблем [11, с. 10], в той или иной степени присутствующих в регионе в зависимости от факторов региональной среды: несовершенство законодательства, регулирующего процесс создания и ведения предпринимательской деятельности, в том числе слабая правовая защищенность предпринимательства и предпринимателей, противоречивость нормативно-правовой базы; несовершенство системы налогообложения: сложность и запутанность, высокие ставки налогообложения, что влечет за собой такие

негативные последствия, как перенаправление средств на оплату труда с целью ухода от налога на прибыль и т.п.; низкая эффективность или отсутствие региональных программ поддержки малого предпринимательства; высокие административные барьеры, обуславливающие необходимость поиска «неформальных» путей их преодоления и рост издержек в целом; неразвитость механизмов финансово-кредитной поддержки и страхования рисков малых предприятий; недостаточное развитие механизмов социальной защиты предпринимателей и работников малых предприятий; неразвитость системы частно-государственного партнерства и взаимодействия малого предпринимательства с крупным.

Актуализация внимания к субъектно-мотивационным аспектам человеческой деятельности в сфере малого предпринимательства расширила методы диагностики за счет качественных социально-психологических методов, которые наиболее адекватно отражают на микроуровне социальные настроения, опыт коллективной деятельности, качественные показатели человеческого потенциала.

Применительно к региональному уровню предметом диагностики должна стать социальная организация малых предприятий, включающая активных субъектов регионального социума – предпринимателей. При этом важно использовать социально-ориентированный потенциал диагностики для определения наиболее оптимальных направлений развития, поиска новых внешних регуляторов, эффективных механизмов разрешения существующих социальных проблем, минимизации рисков, обусловленных региональной спецификой. Ориентиром при этом может стать образ малого предпринимательства, как института, аккумулирующего самодостаточных членов общества. По словам М.К. Горшкова развитие российского общества и экономики в целом требует именно увеличения доли такой категории занятых.

Используя диагностику как средство сбора и систематизации данных о состоянии малого предпринимательства, важно подчеркнуть ее роль в формировании коммуникативного пространства совместно с субъектами федерального и местного управления, посредством формирования площадок для публичных слушаний, дискуссий и т.д. Кроме этого, диагностика может стать базой для формирования социального диалога между работниками и управленческим персоналом, направленного на устранение трудовых конфликтов и обеспечения прав работающих, с одной стороны, а, с другой – между руководителями предприятий малого бизнеса и работниками региональных органов управления и власти [4, с. 175].

Кадровое обеспечение процесса развития малого предпринимательства как самостоятельная технология по-прежнему остается актуальной задачей, поскольку, несмотря на то, что в данный институт может рассматриваться наиболее благодатной средой для реализации профессионального потенциала молодежи в социально-экономической сфере и выполнения функций «социального лифта», текучесть молодых работников в нем остается высокой. Обеспечить воплощение в жизнь подготовку высокопрофессиональных кадров для малого бизнеса призваны мероприятия, направленные на создание базовых условий для реализации предпринимательского потенциала на региональном уровне и включенные в документы по стратегиям регионального социально- экономического развития.

Рассматривая студенческую молодежь в качестве особой целевой группы для реализации социальных технологий управления развитием малого предпринимательства, стоит обратить внимание на объективные условия, влияющие на процессы интеграции молодежи в предпринимательское сообщество и детерминирующие негативные и позитивные тенденции. Набор негативных факторов обусловлен слабой позицией молодежи по сравнению со страшим поколением в отношении имеющихся возможностей самореализации. Стартовые условия молодого начинающего предпринимателя значительно хуже ввиду недостатка материальных ресурсов и опыта работы, контактов и каналов взаимодействия в бизнес-среде, недосформированности ценностных, нравственных

ориентиров и т.д. [12, с.340]. Позитивные тенденции связаны с преимуществами молодежи перед категорией более возрастных предпринимателей, выражающимися в большей открытости к инновациям, в том числе в сфере науки и новых технологий; в возможностях использования более широкого спектра методов и инструментов воздействия на целевую группу, включающих такие специфические каналы как вузы, иные образовательные организации, молодежные общественные организации и кружки и т.д.

Правомерность данных выводов была подтверждена эмпирическим путем результатов интернет-опрос студентов преимущественно выпускных курсов Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М.И. Платова с целью определения их отношения к занятию предпринимательством и созданным в высшей школе условиям для развития предпринимательского потенциала молодежи (всего опрошено 332 человека, период проведения опроса – февраль – март 2017 г.).

Согласно полученным результатам, интерес к занятию предпринимательством у молодежи достаточно высок: на вопрос о возможностях рассмотрения предпринимательства в качестве дальнейшей трудовой перспективы утвердительно ответили 26,2%, еще 66,6% опрошенных периодически об этом думают. Среди планирующих стать предпринимателями в 1,5 раза больше мужчин, а количество проявивших интерес к предпринимательской деятельности растет в зависимости от курса и уровня обучения. Одним из преимуществ занятия малым предпринимательством считается наличие более широких возможностей самореализации, большей степени свободы по сравнению с работой по найму, более прочные позиции как достойного члена общества: среди опрошенных студентов 59,9% воспринимают занятие предпринимательской деятельностью как некий «социальный лифт», эффективное средство получения общественного признания и уважения, повышения социального статуса. Наиболее популярным видом предпринимательской деятельности оказалась, как и предполагалось, торговля (33,8%), далее идут обрабатывающее производство (18,5%), строительство (13,3%), образование (9,4%), научная деятельность (8,8%), транспорт и связь (8,4%), а также сфера общепита (4,2%). Выявлено, что под влиянием образования формируются отраслевые предпочтения потенциальных предпринимателей: 53,2% респондентов хотят организовать бизнес, связанный со специальностью, получаемой ими в высшей школе. Так как в число респондентов входили студенты инженерно-технических направлений, можно предположить, что связь со специальностью отражает стремление к открытию собственного дела в сфере научно-технологического творчества, содержащего отчетливую инновационную компоненту. Отсюда следует, что студенческая молодежь может стать реальным ресурсом пополнения предпринимательского сообщества, специалистом в своей области, хорошо разбирающимся не только в организационно-экономическом инструментарии, но и в специфике своего инженерного дела и связанных с ним технологических процессов.

Таким образом, высокий потенциал малого предпринимательства как драйвера российской экономики и социальной сферы в кризисных условиях, сопряженных с необходимостью перехода на инновационной путь развития и выбранным курсом на импортозамещение, обуславливает необходимость научного осмысления механизмов управления этим важным сегментом экономики. Кроме этого, малое предпринимательство является источником пополнения слоя самодостаточных россиян и формирования среднего класса, являющегося гарантом социальной стабильности и демократического развития общества.

Региональная специфика использования социальных технологий в управлении малым предпринимательством связана с набором значимых территориальных различий: многомерностью социоэкономической дифференциации регионов, уровнем профессионального потенциала работников, этнокультурной неоднородностью видов предпринимательской деятельности, особенностями диффузии предпринимательской культуры в различные слои населения, в том числе в молодежную среду. Ситуация

в сфере управления малым предпринимательством на региональном уровне складывается достаточно неоднородно. Наличие проблем, рисков и вызовов внешней среды, нестабильный источник дохода, отсутствие социальных гарантий отражаются на недостаточном уровне эффективности деятельности малого предпринимательства, большой текучести кадров. Для преодоления существующих ограничений и помех необходимо обновление нормативно-правовых документов регионов, направленных на развитие сектора малого предпринимательства, поддержку предпринимательских инициатив и внедрение методов социальной регуляции.

Дальнейшее исследование и внедрение эффективных социальных технологий в управлении малым предпринимательством может стать перспективным направлением повышения роли регионов в развитии креативного сектора индустрии, в создании механизмов повышения мобильности трудовых ресурсов и развития частной инициативы предпринимателей, во внедрении «умных» механизмов коммерциализации инноваций, в формировании открытости и доверия по взаимодействии различных субъектов российской экономики на общероссийском и региональном уровнях.

Литература

1. *Горшков М.К*. Научное управление обществом – императив времени. Доклад на Международной конференции «Научное обеспечение регионального развития», г. Ростов-на-Дону, 23-24 апреля 2015 г.
2. Россия: реформирование властно-управленческой вертикали в контексте проблем социокультурной модернизации регионов [монография] / [А. В. Тихонов и др.]; отв. ред. А. В. Тихонов. Москва: ФНИСЦ РАН, 2017. 432 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели // Стат. сб. / Росстат. М., 2016.
4. *Курбатов В.И* Социальный диалог: повседневный дискурс и социальные практики: монография / под ред. проф. В.И. Курбатова. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2012. 236 с.
5. *Волков Ю.Г.* Креативный класс в российском обществе: тенденции и перспективы гуманистической идеологии // Власть. 2012. №1. С. 61-64.
6. Социальные функции малого предпринимательства в современной России// Гуманитарий Юга России. 2017. №5. С. 198-205.
7. *Осипов Е.М*. Институционализация социального партнерства как условие развития малого бизнеса в России: автореф. дис. ... д-ра соц. наук: 22.00.04. – М.: МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013.
8. *Щербина В.В.* Целеформирующие и целеобеспечивающие рационализирующие социальные технологии // Социологические исследования. 2016. №4. С. 50–58.
9. *Козырева П.М*. Малое предпринимательство в России: повседневные проблемы и трудности развития // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. №1(37). С. 43-58.
10. *Ильяева Ю.М.* Технологии управленческого консультирования субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе России: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08. Ростов-на-Дону, 2016.
11. *Гневко В.А*. Региональные аспекты функционирования и развития малого предпринимательства в России / под ред. д.э.н., проф. В.А. Гневко. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010.
12. *Маргулян Я.А.* Социальные технологии управления обществом: региональный уровень. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010.

Kurbatov Vladimir Ivanovich, Doctor of Philosophical Sciences, Professor; Don Cossack state Institute of food technology and business (branch) of Moscow state University of technologies and management named after K.G. Razumovskiy (174, Pushkinskaya Str., Rostov-on-Don, 344022, Russian Federation). E-mail: kurbashy@list.ru.

Popov Alexander Vasilyevich, Doctor of Sociology, Professor, head of the Department of regionalism and Eurasian studies; Institute of sociology and regional studies, Southern Federal University (160, Pushkinskaya Str., Rostov-on-Don, 344006, Russian Federation). E-mail: infoippk@sfedu.ru.
Shcherbakova Lidiia Ilinichna, Doctor of Sociology, Professor; South-Russian state Polytechnic University (NPI) named after M.I. Platov (132, Prosvescheniya Str., Novocherkassk, 346428, Russian Federation). E-mail: lidia-npi@mail.ru.

**SMALL BUSINESS MANAGEMENT IN THE REGION:
SOCIAL TECHNOLOGIES, STRATEGIES FOR OVERCOMING RISKS**

Abstract

The article deals with the levels of management of Russian small business, describes the principles of its implementation and regional specificity, due to natural and climatic, economic, sociocultural differences. Risks and social factors affecting the social status and efficiency of small business activity are disclosed. The possibilities of a social institution of small entrepreneurship to become a social elevator for the career growth of young people

Keywords: *small business, management, region, social technologies, digital revolution, innovations, risks.*

УДК 316

СОЦИАЛИЗАЦИЯ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ПРОЦЕССЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ВУЗЕ

Айвазова Елена Сергеевна	кандидат педагогических наук, доцент кафедры физического воспитания, Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54); доцент кафедры физической подготовки, Ростовский филиал Российской таможенной академии (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, пр. Будёновский, 20). E-mail: aivazova.elena@mail.ru
Селиванов Олег Иванович	старший преподаватель кафедры физической подготовки, Ростовский филиал Российской таможенной академии (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, пр. Будёновский, 20). E-mail: Sabomnim@yandex.ru
Прядченко Владимир Владимирович	старший преподаватель кафедры физической подготовки, Ростовский филиал Российской таможенной академии (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, пр. Будёновский, 20). E-mail: Sabomnim@yandex.ru

Аннотация

Социализация представляет собой процесс социального становления человека, формирования его социального статуса. Растёт интерес государственной образовательной политики к возможностям физической культуры и спорта при реализации задач подготовки будущих специалистов. Физическая культура и спорт с помощью своих специфических средств реально положительно влияют на процесс социализации личности студентов. В процессе и в результате занятий физической культурой или спортом происходит гармоничное сочетание физического и духовного, идейного и трудового, нравственного и эстетического воспитания, что влияет на повышение уровня социальной зрелость занимающихся.

Ключевые слова: *социализация, студенчество, физическая культура, спорт.*

Процесс социализации личности, как активное её становление, исторически и культурно обусловлен. В период научно-технического преобразования этот процесс обретает специфические очертания и формы: изменяются критерии и показатели уровня социальной зрелости, усложняется сам институт социализации, изменяются средства воспитания, характер взаимных отношений между разными поколениями и т.п. До тех пор, пока существует цивилизация, проблемы социализации человека будут актуальны.