

транспортных коридоров Китай-Кыргызстан-Узбекистан / А. К. Сулейманов. - Бишкек : Транспортные коммуникации, 2021. – 196 с.

УДК 332

ВЕРШИНИНА А. А., студент

Научный руководитель – **Тарасевич С. Б.**, канд. экономич. наук, доцент

УО «Витебская государственная академия ветеринарной медицины»

г. Витебск, Республика Беларусь

ПРАЗДНИЧНЫЕ ПОДАРКИ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ В УВЕЛИЧЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Введение. В праздничные дни большинство людей обмениваются подарками, которые, несомненно, составляют древнейший элемент взаимоотношения людей. Этико-культурная природа подарка двойственна: с одной стороны, он понимается как добровольный дар, с другой – во многих ситуациях социальные нормы предполагают обязательность или взаимность подарка. В рамках исследований поведенческой экономики исследуются социальные и экономические особенности феномена дарения подарков.

Материалы и методы исследований. Для исследования использовались издания периодической печати, статистические источники; открытые ресурсы удаленного доступа; использовались методы анализа экономических данных.

Результаты исследований. С древних времен социальные нормы подразумевают дарение как знак установления социальных связей, так как надежный способ заверить другого в благожелательности намерений это пожертвовать для него ценными ресурсами. Социолог М. Мосс, изучавший практику дарения в архаических обществах, считал, что исторически добровольность обмена подарками стала обязанностью, которая дополнилась обязанностью принимать дар. Отказаться дать подарок, так же как и отказаться его взять, равносильно отказу от союза и объединения, следовательно, разрыву доверительных отношений.

Экономист Теодор Кэпли, проанализировав данные о 4 тыс. подарков в США, пришел к выводу, что величина стоимости подарков зависит от того, насколько близким и важным считают человека, которому они предназначены.

С точки зрения экономики подарки представляют собой безвозвратную потерю ресурсов, утверждал проф. Д. Вальдфогель [1]. Его тезис заключался в том, что, когда люди покупают что-то сами себе, каждый потраченный доллар дает им удовлетворение также, как минимум на доллар или даже больше, поскольку товары, которые они выбирают, им нужны, т.е. имеют не только цену, но и ценность. Но, когда люди делают менее

информированный выбор, покупая подарок для других, стоимость таких подарков для их получателей, наоборот, оказывается ниже стоимости в денежном выражении. Это оборачивается чистыми издержками – разницей между тем, сколько за подарок заплатил даритель, и тем, сколько за него был бы готов заплатить сам одариваемый. Кроме того, есть еще альтернативная стоимость нежеланных подарков – это время, которое дарители потратили на их поиск и которое могли бы посвятить чему-то более полезному.

С точки зрения экономической эффективности, лучший подарок – деньги, в отличие от вещи они не могут быть неподходящими. Опросы в разных странах свидетельствуют, что деньги лидируют в списке желаемых подарков. Правда, предпочитая наличные в качестве подарка, дарить их другим обычно хотят намного реже.

Подарки значат больше, нежели чисто экономический расчет с оценкой затрат и выгод. Дарить подарки, даже если они заключают в себе безвозвратные потери из-за несовпадающих предпочтений, означает, что человек готов отказаться от ресурсов в настоящем, чтобы поддерживать отношения в будущем. А ответный подарок явно способствует укреплению отношений на основе доверия. Помимо полезности, подарки обладают эмоциональной ценностью: люди связывают с подарками чувства. Автор известного учебника по экономике Г. Мэнкью считает, что подарки выполняют функцию сигналов в условиях асимметричности информации. Например, когда молодой человек решает подарить своей девушке на день рождения деньги, не зная ее вкусов и полагая, что на подаренные деньги она может купить именно то, что ей нравится. Однако такой подарок девушка может воспринять как сигнал, что молодой человек ее не любит. В данном случае выбор подарка должен был «дать сигнал» девушке – любит ли ее парень (информация, которая ей неизвестна, создающая асимметрию), объясняет Мэнкью: выбор денег в качестве подарка «сигнализирует», что парень не попытался приложить достаточно усилий, а значит, не любит [2].

Заключение. Таким образом, обмен в экономике дарения отличается от простого товарного обмена тем, что он главным образом используется для построения социальных отношений. В мире рыночной экономики и новых технологий, где все, что угодно, можно купить, не выходя из дома, подарки должны были бы утратить свой смысл. Но их социально-культурное измерение оказывается важнее, чем сам предмет и его стоимость. Взаимное дарение подарков, в отличие от рыночного обмена, не поддается истолкованию, исходя из принципа экономической эффективности. Подарки – это важный способ коммуникации, через который люди строят культурную ткань доверия.

Доверие, как элемент социального капитала, способствуя более эффективной работе экономики, со временем делает общество богаче.

Литература: 1. Waldfogel J. *Scroogenomics : Why You Shouldn't Buy Presents for the Holidays*. - Princeton University Press. – 2009 .- 173 p. 2. Мэнкью, Н. *Принципы экономики. Изд-е четвертое. Санкт-Петербург : Питер, 2012.- 672 с.*

УДК 908:913.1/913.8

КУЛАКОВИЧ А. Д., студент

Научные руководители - **Левкин Е. А.**, канд. с.-х. наук, доцент;

Линьков В. В., канд. с.-х. наук, доцент

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

СЕМАНТИКА ГИДРОНИМА ЛУЖЕСНЯНКА И ПРОИСХОЖДЕНИЕ НАЗВАНИЯ ДЕРЕВНИ ЛУЖЕСНО ВИТЕБСКОГО РАЙОНА. ИСТОРИЯ ЛУЖЕСНО

Введение. Прошлая и современная история традиционных мест жизнеобитания людей на Витебщине, как и в другом регионе Беларуси всегда будет находиться на первом плане оценки потенциальных возможностей развития кондоминиума [1, с. 9–11]. В древности славянские люди говорили, что для того, чтобы продлить свои дни, нужно пользоваться тремя правилами: смотреть на пламя, смотреть на текущую воду и употреблять в пищу мед [6, с. 71–72].

По данным археологических раскопок, люди в окрестностях Лужеснянки жили во второй половине первого тысячелетия нашей эры, на что указывает наличие древней стоянки и городища у деревни Лужесно [6, с. 71].

В 1579 году, когда была издана карта Полоцкого княжества, – на ней рядом с Витебском, в устье небольшой речки, обозначен населенный пункт Luzesnija, который в настоящее время является деревней Лужесно [6, с. 71]. Однако, городище, расположенное вблизи посёлка, свидетельствует о более древней истории этих мест. Принадлежало Лужесно вначале роду Огинских, позже Витебскому обществу сельских хозяев, Краснодембским, Поповым [4, с. 1; 6, с. 71]. Из архитектурного наследия в Лужесно до нашего времени сохранились: Свято-Вознесенская церковь начала XX века, Крестовоздвиженская церковь, предположительно возведённая в 15–16 вв, и перестроенная в 1815 г., а также здания бывшей земледельческой школы (в настоящее время аграрный колледж) [11, с. 1]. В этой связи, представленные на обсуждение материалы исследований по изучению происхождения гидронима река Лужеснянка и названия одноименной деревни Лужесно Витебского района, ее исторического прошлого и современности являются актуальными, представляющими определенный интерес с научной и социокультурной точки зрения.