

**«Ингосстрах», один из лидеров рынка страхования в России, и Аналитический центр НАФИ провели совместное исследование и выяснили отношение россиян к популярной новогодней игре «Тайный Санта». Суть игры заключается в анонимном обмене подарками среди коллег, друзей или родственников. Согласно результатам исследования, наиболее желанным подарком среди женщин оказался подарочный сертификат на товары или услуги, а среди мужчин – электронная техника.**

Как выглядит «Тайный Санта»

По данным опроса, «Тайный Санта» в России уже стал привычным атрибутом новогодних праздников: больше четверти (27%) уже участвовали в этой игре. Типичный портрет участника «Тайного Санты» – девушка, 18-24 лет с высшим образованием, проживает в мегаполисе.

Никогда не участвовали в этой новогодней игре и не хотели бы участвовать в будущем 16% россиян. Чаще об этом говорят мужчины (20%), жители небольших городов (21%) и люди 45-65 лет (21%). Однако большинство россиян (57%) еще не играли в «Тайного Санту», но хотели бы это сделать.

Чем «Тайный Санта» пугает россиян

Отсутствие опыта участия в новогодней игре может объясняться не только новизной традиции, но и опасениями, связанными с анонимным обменом подарками. Почти каждый пятый опрошенный (18%) заявил, что у него нет таких опасений. Преимущественно так отвечали мужчины (23%) и люди в возрасте 45–65 лет (21%).

Однако у подавляющего большинства (82%) есть страхи. Самые распространенные из них:

- не угадать с подарком и разочаровать получателя – 27% россиян;
- получить бесполезный подарок – 20%;
- получить неуместный или оскорбительный подарок – 20%.

Больше половины россиян (55%) считают оптимальной стоимостью подарка 500–1000 рублей.

«Немного реже россияне боятся столкнуться с неравноценностью подаренного и полученного подарков (17%). Также опрошенных мало беспокоят ситуации, что их презент может быть хуже, чем у других (17%). Еще меньше опасений вызывают необходимость дарить подарок малознакомому человеку (6%) и то, что человек так и не узнает, кто был его «Тайным Сантой» (6%)», – отмечает Алексей Романов, директор департамента электронной коммерции компании «Ингосстрах».

Что россияне хотят получить в подарок

Большинство опрошенных хотели бы получить от «Тайного Санты» практичный и полезный подарок. В топ-5 самых желанных входят:

- сертификат на покупку в магазине, маркетплейсе – 33%;
- электронная техника – 23%;
- сувенир, предмет декора – 22%;

- вещи для повседневного использования (ежедневник, кружка) – 21%;
- косметика, средства для ухода за собой – 19%.

Менее популярны ювелирные изделия (12%), алкогольные напитки (9%) и образовательные онлайн-курсы (3%).

Мужчины чаще женщин отвечали, что хотели бы получить от «Тайного Санты» электронную технику (29%) и алкогольные напитки (15%). В свою очередь, женщины больше мужчин предпочли бы сертификат на покупку в магазине, маркетплейсе (38%) или на услуги (20%). Молодежь 18–24 лет больше представителей других возрастов предпочитает предметы для хобби (37%) и практичные вещи для повседневного использования (31%).

«Результаты исследования подтвердили, что сейчас россияне хотят получить не просто приятный сюрприз, а подарок, который несет в себе практическую пользу. В этом плане подарочный сертификат является идеальным выбором – его можно потратить на то, что действительно нужно. В этом году “Ингосстрах” запустил цифровые сертификаты на страхование, которые дают возможность проявить настоящую заботу о благосостоянии своих родных и близких», – добавил Алексей Романов.

«Результаты исследования показывают, что “Тайный Санта” в России постепенно трансформируется из спонтанного развлечения в новогоднюю традицию. Для HR и внутренних коммуникаций это означает необходимость четких правил игры. Заранее обозначенный бюджет, допустимые категории подарков и прозрачная механика участия существенно снижают тревожность сотрудников и повышают вовлеченность.

Запрос на сертификаты и практичные подарки отражает общую тенденцию к рациональности и персональной свободе выбора, что важно учитывать не только в корпоративных инициативах, но и в клиентских акциях бизнеса. В более широком смысле “Тайный Санта” становится маркером качества корпоративной среды: там, где уровень доверия выше и меньше опасений социальной неловкости, подобные форматы легче приживаются и работают на сплочение команд, а не на формальное “закрытие” новогоднего сценария», – прокомментировала Гузелия Имаева, генеральный директор

Аналитического центра НАФИ.

Википедия страхования, 25.12.2025 г.