

Цифровой рубль

—
Материалы к выступлению
на Финансовом конгрессе Банка России

Июль 2025

На данном этапе проекта банки обеспокоены сложностью интеграции технологии цифрового рубля в свои бизнес-модели

Вызовы

Оценка
значимости

Бизнес-модель

Существуют трудности в создании коммерческих сервисов, использующих технологии цифрового рубля



Снижение ликвидности банков и рост стоимости фондирования в результате оттока части остатков на текущих счетах с низкими процентными ставками в цифровые рубли



Снижение комиссионного дохода от расчетных и транзакционных операций



Внедрение

Высокая цена интеграции технологий цифрового рубля, недоступная для средних и маленьких банков



Длительное согласование стандартов безопасности с профильными структурами



Частные клиенты

Люди мало знают о цифровом рубле, не имеют понятных сценариев использования и сформированной клиентской потребности



Розничная торговля и услуги

Розничным компаниям придется понести расходы на обновление инфраструктуры приема платежей в цифровых рублях (ККТ)



Возможности

Оценка
значимости

Бизнес-модель

Вклады останутся востребованным продуктом для клиентов, потому что на средства в цифровом рубле не будут начисляться проценты



Использование инфраструктуры цифрового рубля для подтверждения транзакций в фиатных рублях (экономия на SMS)



Реализация трансграничных переводов с помощью цифрового рубля



Корпоративные клиенты

Расчеты между юридическими лицами в цифровых рублях могут быть востребованными из-за скорости расчетов, более высокой по сравнению с классическими банковскими переводами



Реализация смарт-контрактов, автоматизированных расчетов



Государство

Контроль за расходами подрядчиков в госконтрактах и за использование целевых социальных выплат



Все опрошенные топ-менеджеры отметили, что получают от Центрального банка исчерпывающую информацию о проекте цифрового рубля



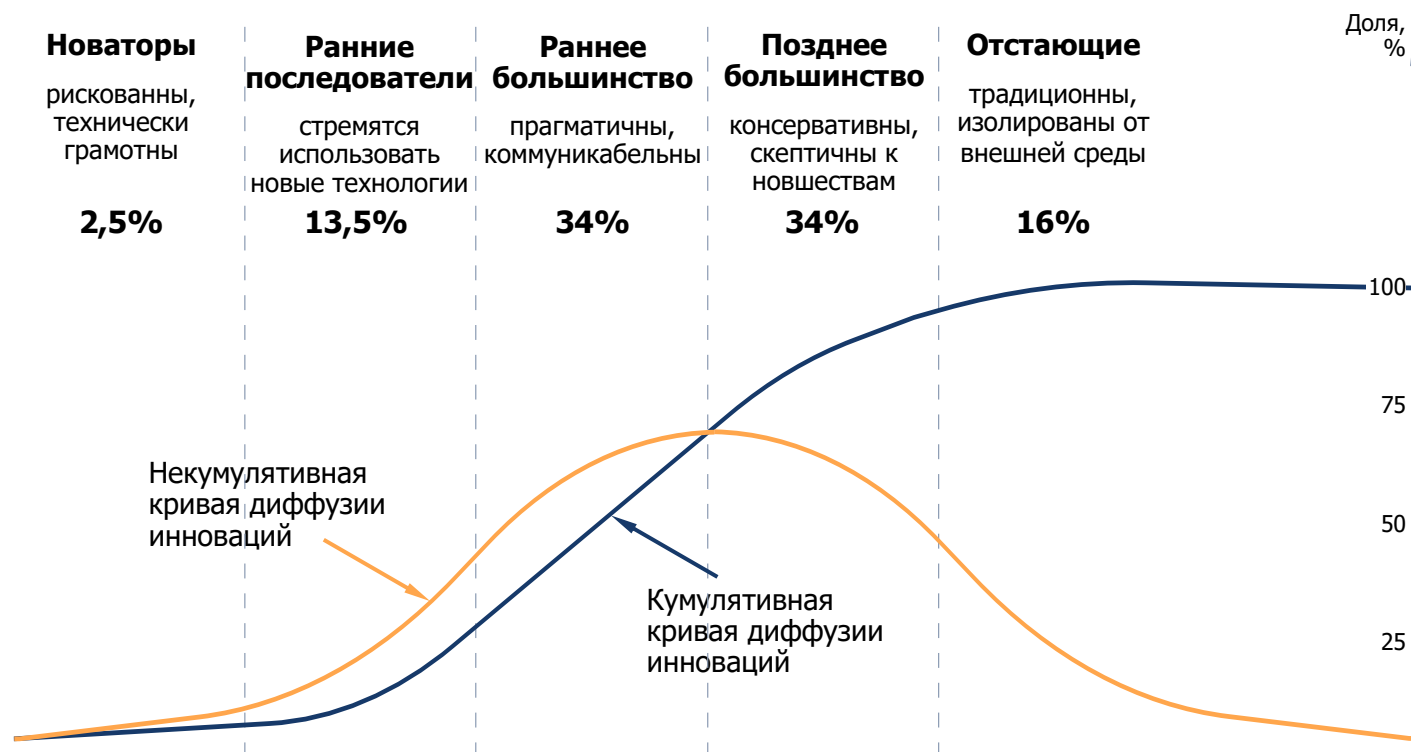
Информации достаточно. Есть какие-то прикладные вопросы, на которые еще не получили мы ответов. По обсуждению будущего использования, площадку создают для конструктивного обсуждения. Режим такого открытого микрофона, дают банкам возможность высказываться» (цитата из глубинного интервью)



Банк России предоставляет существенный объем информации по текущей реализации проекта. Между банками и ЦБ налажен эффективный диалог, однако есть потенциал его расширения в части предложений по развитию цифрового рубля.» (цитата из глубинного интервью)

Любая новая массовая технология проходит пять этапов диффузии инноваций

Кривые диффузии инноваций и группы потребителей



Диффузия инноваций — это процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам между членами социальной системы.

Одна из движущих сил распространения нового продукта в региональных сообществах —

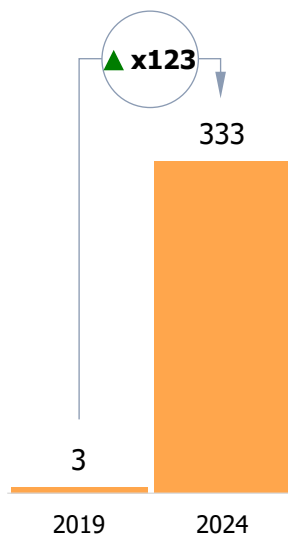
межличностное общение — чем больше потребителей у нового продукта, тем больше информации о нем распространяется и выше вероятность приобретения этого продукта.

Российские клиенты привыкли к техническим инновациям в финансовой сфере и быстро включают в свои клиентские сценарии новые инструменты, если видят в них пользу

Примеры скорости распространения технологий в России

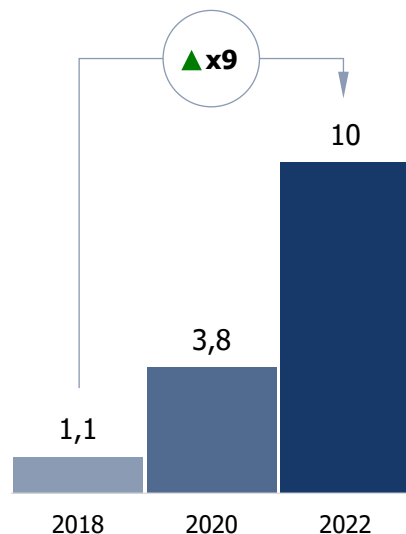
Оплата проезда в метро банковской картой

Количество людей, использующих бесконтактную оплату проезда в московском метро, млн чел.



Использование портала Госуслуг

В **9** раз увеличилась ежедневная аудитория Госуслуг в 2018 г. относительно 2022 г.



Безналичные чаевые

▲ **18%**

Прирост количества всех чаевых в 2024 г., Y-o-Y

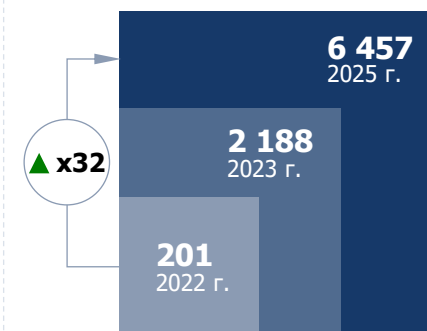
▲ **27%**

Прирост количества **безналичных** чаевых в 2024 г., Y-o-Y

Пользователи нейросетей

В **5** раз увеличилось число пользователей бесплатных нейросетей, доступных в РФ, март–сентябрь 2023 г.

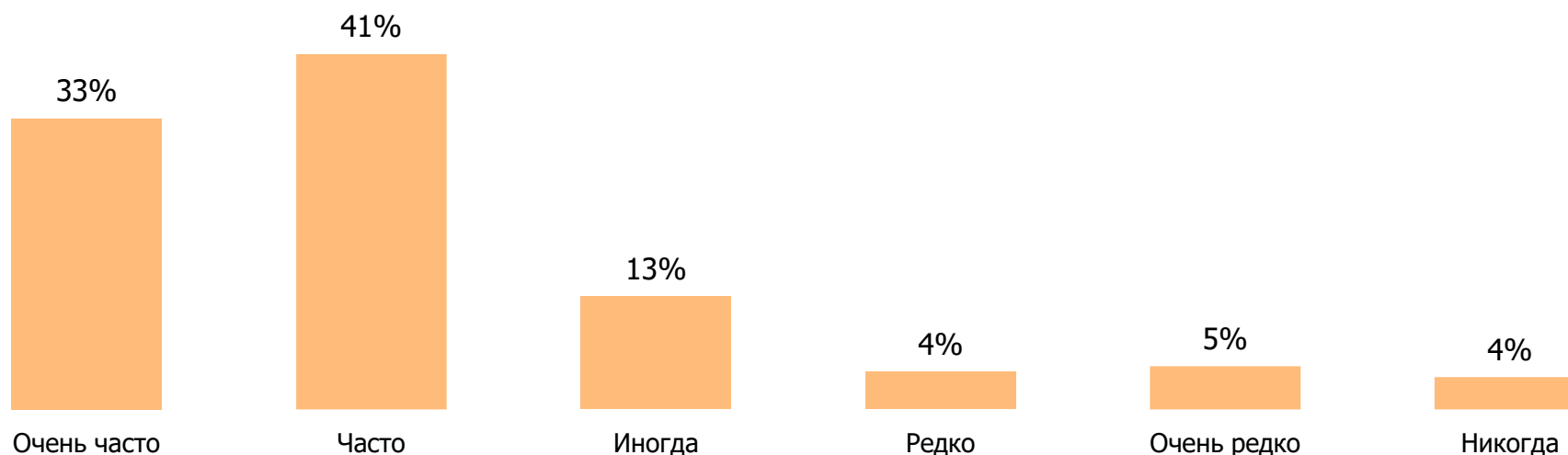
Количество поисковых запросов со словом «нейросеть» в Яндексе, тыс.



Россияне активно используют различные технологии платежей

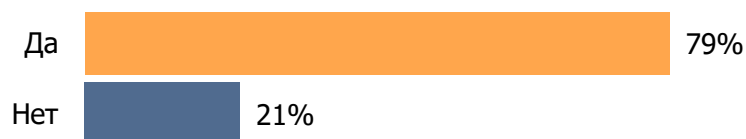
Как часто Вы пользуетесь новыми платежными технологиями (платежи и переводы по СБП, оплата по QR-коду, оплата «одним касанием» телефоном (через MirPay, SberPay, T-Pay и пр.), оплата с помощью стикера и т.д.)?

Множественный выбор

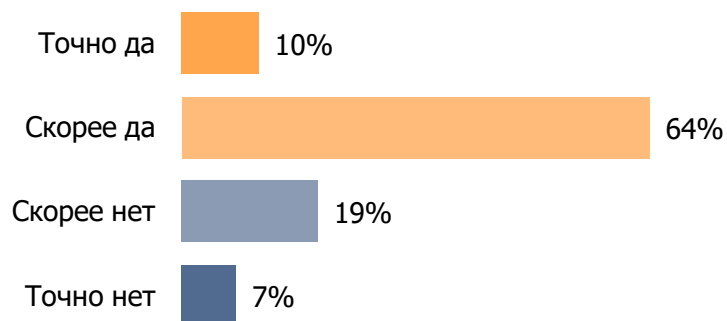


Клиентам уже знаком термин «цифровой рубль» и они имеют, как им кажется, представление об этом инструменте. Но правильного понимания, что это такое пока не сложилось

Знаете ли Вы о планах по вводу цифрового рубля в РФ?



Знаете ли Вы что такое цифровой рубль?



Выберите определение, которое на Ваш взгляд лучше всего объясняет, что такое ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ.



Большинство опрошенных уверены, что цифровой рубль сформирует новую платежную инфраструктуру, три из топ-5 ответов утверждают, что ЦР даст больше контроля и безопасности

Как Вы считаете, зачем вводят цифровой рубль?

Множественный выбор



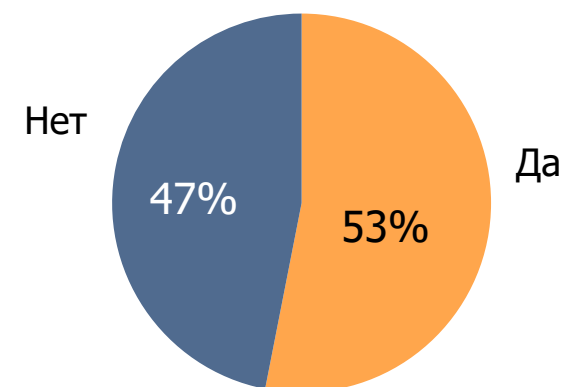
Половина опрошенных утверждает, что понимает, как можно использовать цифровой рубль

Как Вы считаете, зачем вводят цифровой рубль?

Множественный выбор

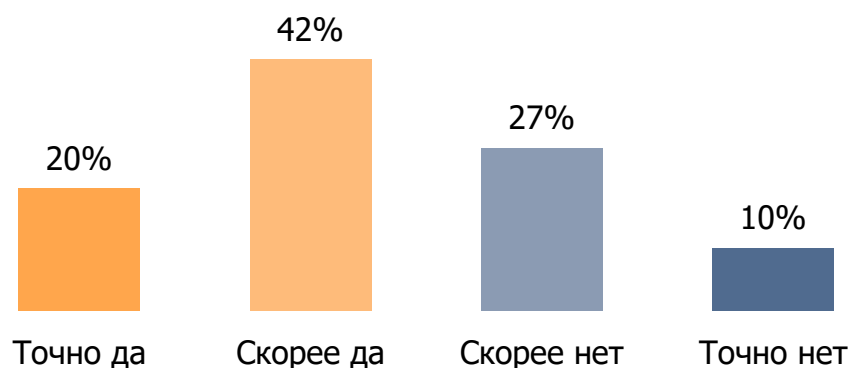


Понимаете ли Вы, как можно использовать цифровой рубль в жизни?

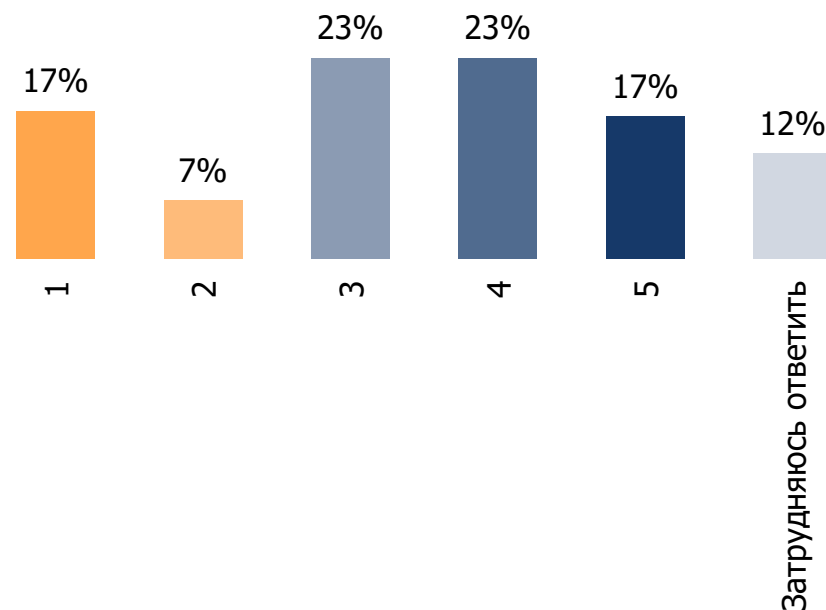


На данном этапе у клиентов нет выраженного сопротивления или негатива к цифровому рублю

Интересно ли Вам попробовать использовать цифровой рубль?



Доверяете ли Вы такому инструменту как цифровой рубль? (где 1 — «Совсем не доверяю», а 5 — «Полностью доверяю»)



Что может мотивировать клиентов начать использовать цифровой рубль?

Перед Вами список характеристик, которые закладываются при разработке цифрового рубля. Что из нижеперечисленного может привлечь Вас и кажется наиболее интересным?

Множественный выбор



Что Вас может замотивировать начать пользоваться цифровым рублем?



Онлайн-опрос населения РФ о цифровом рубле | Методика

- Опрос проводился в июле 2025 года. Количество респондентов — 162 человека.
- Мы постарались повысить качество выборки исследования, введя определенные нормы квотирования (указаны ниже), при этом не сделав их жесткими, чтобы не ограничивать выборку.
- Было опрошено только занятое население (т.е. работающие как официально, так и неофициально).



Группы по полу

Мужчины (~50%)
Женщины (~50%)



Группы по возрасту

18–24 (7%)
25–34 (23%)
35–44 (29%)
45–60 (32%)
61+ (8%)



Группы по городам

Москва и МО (20%)
Города-миллионники (40%)
Прочие города (40%)



Группы по благосостоянию

Не хватает денег даже на еду (0%)
Денег хватает на еду, но покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги затруднительно (10%)
Денег хватает на еду и одежду, но не могу позволить себе покупку товаров длительного пользования (47%)
Денег хватает на еду, одежду и товары длительного пользования, но не могу позволить себе покупку автомобиля, квартиры, дачи (39%)
Средств достаточно, чтобы купить все, что считаю нужным (4%)



Юрий Грибанов

gribanov@frankrg.com

