گزارش سالانه

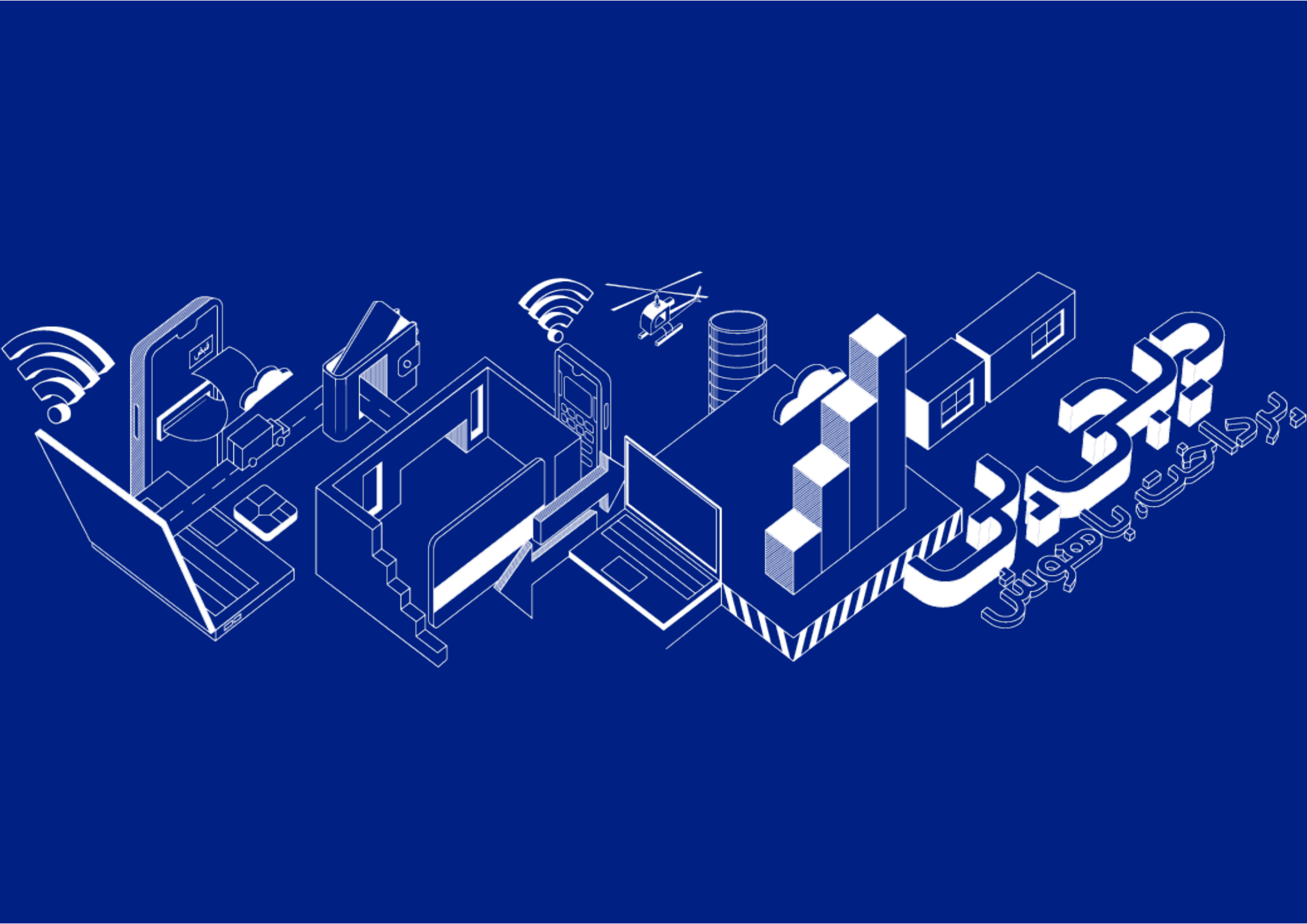
دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱


جایزه های پی کلاب
HAPPINESS
خوشحالی

فهرست

- سرآغاز ۵
- پیام رئیس هیات مدیره ۶
- پیام مدیرعامل ۸
- اقتصاد دیجیتال در جهان، منطقه و ایران ۱۱
- دیجی‌پی در سالی که گذشت ۲۶
- رفتار کاربران سوپراپلیکیشن دیجی‌پی ۲۷
- بازخورد کاربران ۳۳
- خرید اعتباری ۳۴
- رفتار کاربران خرید اعتباری ۴۶
- تامین مالی زنجیره تامین ۵۶
- پرداخت الکترونیک ۵۸
- فناوری‌های بیمه ۶۲
- مدیریت ثروت ۶۴
- مرکز عملیات و خدمات مشتریان ۶۶
- رویدادها و مسئولیت‌های اجتماعی ۶۸
- سرانجام ۷۲




برداشتن با هوش

سرآغاز

سومین گزارش عملکرد دیجی‌پی را در حالی منتشر می‌کنیم که نیاز به حضور فین‌تک‌ها و نقش تاثیرگذار آن‌ها در فراگیری مالی بیش از هر زمان دیگری به چشم می‌آید. مهم‌ترین سوالی که در این گزارش به دنبال پاسخ به آن بوده‌ایم، این است که به عنوان یک فین‌تک تا چه اندازه در تحقق رسالت اصلی خود در فراگیری مالی موفق بوده‌ایم؟

این گزارش با محوریت و تاکید بر شفافیت تهیه شده و در آن عملکرد یک‌ساله دیجی‌پی فروردین ۱۴۰۱ تا پایان اسفند ۱۴۰۱ به دقت مورد بررسی قرار گرفته است. این روند یعنی ارائه گزارش در بازه زمانی ۱ فروردین تا پایان اسفند در سال‌های آینده نیز ادامه خواهد یافت.

اصلی‌ترین محورها و پرسش‌های کلیدی که در این گزارش به دنبال پاسخ به آن‌ها بوده‌ایم، در هفت دسته‌بندی خلاصه می‌شود:

- جایگاه صنعت فین‌تک در ایران، جهان و منطقه
- الگوهای رفتاری کاربران در استفاده از خدمات دیجی‌پی به عنوان یک سرویس فناوری مالی
- نحوه استفاده کاربران دیجی‌پی از خدمات اعتباری و خرید اقساطی
- روند تغییر رویکرد کاربران به مفاهیمی همچون خدمات اعتباری، رتبه اعتباری، بازپرداخت، سابقه اعتباری و ردپای دیجیتال
- عملکرد سرویس‌های نوپای دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱
- عملیات پشتیبانی کاربران دیجی‌پی در سال گذشته
- مسئولیت‌های اجتماعی دیجی‌پی در سالی که گذشت

امید می‌رود ارائه این گزارش، ضمن شفاف‌سازی عملکرد دیجی‌پی، به شناخت اکوسیستم فین‌تک کشور و ارزیابی بخشی از رفتارهای کاربران در این اکوسیستم کمک کند.

صنعت فین‌تک؛ موتور محرک تجارت الکترونیک

حمید محمدی، رئیس هیات مدیره دیجی‌پی

در سال ۱۳۹۷ که دیجی‌پی با سرمایه‌گذاری دیجی‌کالا به‌عنوان بازوی فناوری مالی به این گروه پیوست، اطمینان داشتیم که هم‌افزایی میان فین‌تک و تجارت الکترونیک می‌تواند دستاوردهای بزرگی را در اقتصاد دیجیتال کشور رقم بزند.

در آن زمان سهم خرده‌فروشی آنلاین کشور از کل بازار خرده‌فروشی کمتر از ۲ درصد بود. امروز گرچه این عدد به کمی بیش از ۴ درصد افزایش یافته اما همچنان با میانگین جهانی ۱۶ درصد فاصله زیادی دارد و این درحالی‌ست که پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد تا سال ۲۰۴۰ بیش از ۹۵ درصد از معاملات جهان بر پایه تجارت الکترونیک انجام خواهد شد. ما نیز چاره‌ای جز برداشتن موانع و پیوستن به این حرکت نداریم و در این مسیر توسعه راهکارهای فین‌تک و قابلیت‌های آن بر شتاب آن می‌افزاید.

توانمندسازی خریداران و راه‌کارهای مبتنی بر فراگیری مالی یکی از مهم‌ترین خدمات فین‌تک به تجارت الکترونیک است. کاربران تجارت الکترونیک در اقتصادهای تورمی بیش از هر جای دیگری به اطمینان خاطر از قدرت خرید نیازمندند. راه‌کارهای لندتک، اعتبارهای خُرد را در قالب خریدهای اقساطی و BNPL به متن جامعه می‌برند و کاربران بیشتری را به قدرت خرید بالاتر مجهز می‌کنند. فین‌تک به تجارت الکترونیک کمک می‌کند تا علاوه بر مشتریان نهایی، خدمات مشابهی به مشتریان سازمانی ارائه کند. این یعنی دسترسی به هر دو بازار B2B و B2C. مشتریان سازمانی بسیار علاقه‌مندند خدماتی مشابه کاربران نهایی از تجارت الکترونیک دریافت کنند. تعریف روش‌های پرداخت متنوع و خطوط اعتباری برای کارکنان سازمان‌ها از جمله راه‌حل‌های فین‌تکی‌ست که تجارت الکترونیک برای رشد و توسعه به خدمت گرفته است.

تامین مالی زنجیره تامین (SCF) راه‌کار دیگری در حوزه فناوری مالی است که به تامین‌کنندگان و فروشندگان مارکت‌پلیس‌ها کمک می‌کند به سرمایه خود زودتر دسترسی پیدا کنند. سرویس «تسویه زودتر از موعد» که در حال حاضر به فروشندگان دیجی‌کالا ارائه می‌شود دسترسی فروشندگان به سرمایه درگردش‌شان در مدت زمان کوتاه‌تر را امکان‌پذیر کرده و از جمله راه‌حل‌هایی‌ست که به رشد و توسعه تجارت الکترونیک منجر خواهد شد.

راه‌کارهای فین‌تک در انتقال ارزی خُرد ابزار تجارت الکترونیک در توسعه بین‌المللی به شمار می‌آیند و امروز این صنعت با پتانسیل بالا آماده ورود به بازارهای منطقه است. هر چند محدودیت‌های داخلی و تحریم امکان این مقیاس‌پذیری را از تجارت الکترونیک سلب کرده است.

امروز موجودیت و پیشرفت تجارت الکترونیک مستقل از فین‌تک تعریف ناشدنی‌ست. فین‌تک موتور محرک تجارت الکترونیک است و با متحول کردن صنعت پرداخت، ساده‌تر کردن فرآیندها، کاهش هزینه‌های عملیاتی، ایجاد مدل‌ها و محصولات تجاری جدید، نقشی کلیدی در توسعه این صنعت بر عهده خواهد داشت و تجارت الکترونیک را بیش از گذشته به فاکتورهای سادگی، سرعت و اطمینان خاطر مجهز می‌کند.





شفافیت؛ رمز توسعه فین‌تک‌ها

هومن امینی، بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی‌پی



بیش از چهار سال از روزی که «دیجی‌پی» را با هدف توسعه فراگیری مالی، رشد اقتصاد دیجیتال و کمک به کاهش هزینه‌های تمام شده خدمات در صنعت مالی و بانکی کشور راه‌اندازی کردیم، می‌گذرد.

در این مدت، بر اعتقادمان مبنی بر ضرورت توسعه همه‌جانبه اقتصاد دیجیتال و فین‌تک به عنوان یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین راه‌حل‌ها برای پایان دادن به بحران‌های اقتصاد کشور، استوارتر شدیم و بر این اساس، توانستیم فعالیت‌های دیجی‌پی را از یک درگاه پرداخت هوشمند به حوزه‌های متنوع خدمات فین‌تکی توسعه دهیم؛ بستری که بتواند ضریب توزیع عادلانه فرصت‌ها و امکانات اقتصادی و مالی را در جامعه ایرانی گسترش دهد و طیف متنوعی از خدمات مالی را در اختیار همه کاربران در سراسر کشور قرار دهد.

امروز مفتخریم که توانسته‌ایم علاوه بر شرکت‌ها و سازمان‌های مختلفی که از خدمات سازمانی ما استفاده می‌کنند، خدمات مالی متنوعی همچون خرید اقساطی و اعتباری، بیمه، خدمات سوپراپلیکیشن، اعتبارسنجی، تامین مالی زنجیره تامین و پرداخت را با موفقیت به میلیون‌ها کاربر در سراسر کشور ارائه دهیم.

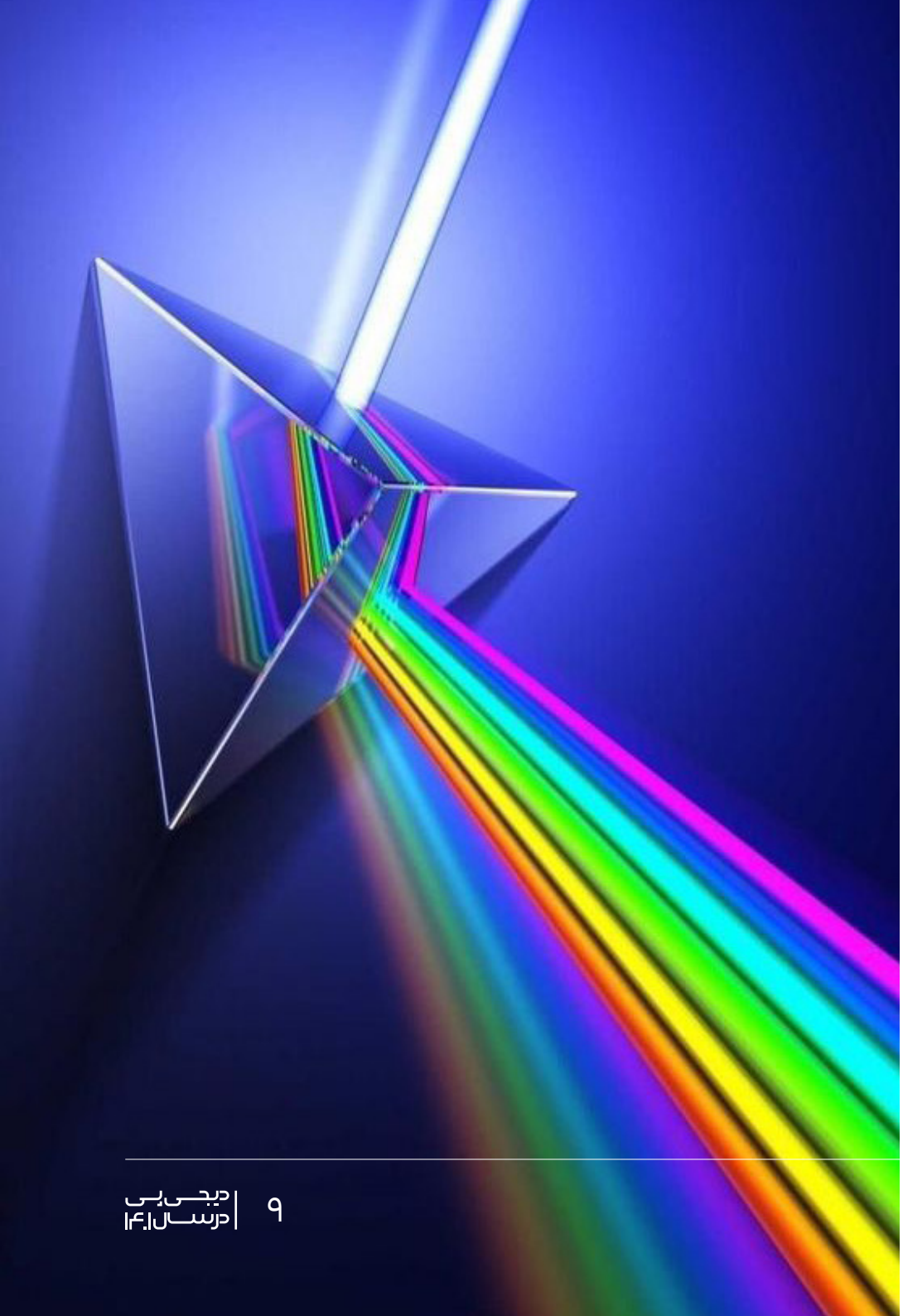
یکی از مهم‌ترین خدماتی که از ابتدا بر توسعه آن تمرکز کردیم، ارائه و تسهیل‌گری وام‌های خرد در قالب خدمات خرید اقساطی بود که در شرایط اقتصاد کنونی کشور، راهکاری موثر در فراگیری مالی به شمار می‌رود.

این راهکار با بالا بردن قدرت خرید، سرعت بخشیدن و ساده‌سازی فرآیندها، تغییر تلقی کاربران از وام خرد و به خدمت گرفتن خدمات فین‌تکی در تجارت الکترونیک، زیرساخت‌های مالی مدرن و فرصت‌های خرید برابر را در اختیار کاربران اقتصاد دیجیتال در سراسر کشور قرار داد و به مفهوم فراگیری مالی عینیت بخشید.

از ابتدای فعالیت، ما نیز همچون دیگر همکاران‌مان در این صنعت نوظهور، با فراز و نشیب‌های بسیاری از جمله موانع زیرساختی، فقدان یا ضعف قوانین و مقررات متناسب با تحولات عرصه اقتصاد دیجیتال، محدودیت در تامین منابع مالی، محدودیت‌های اینترنتی و ارتباط با شبکه‌های بین‌المللی، جهانگیری کووید ۱۹، بحران‌های اجتماعی و سیاسی، تحریم‌های فزاینده و ... روبه‌رو بوده‌ایم.

بسیاری از این چالش‌ها، موانعی جدی بر سر راه فعالیت‌های ما ایجاد کرده‌اند. موانعی که می‌توانست هر کسب‌وکاری را تا مرز ناامیدی و دلسردی پیش ببرد، اما ما پیش از آن‌که به مرحله دلسردی برسیم، در مقابل هر بحران عزم‌مان را برای یافتن راه‌حلی تازه جزم کردیم و در مقابل هر دیوار، همه توان‌مان را برای ساختن پنجره‌ای راهگشا به کارگرفتیم و با تکیه بر پشتوانه‌های علمی و فنی، گامی به جلو برداشتیم.

تلاش برای گسترش زیرساخت‌ها، جنگیدن برای تغییر یا ایجاد قوانین مدرن و متناسب با نیازهای صنعت نوپای فین‌تک، مذاکره برای جذب منابع مالی بیشتر، طراحی سازوکار کارآمد دورکاری در دوره جهانگیری کووید ۱۹، ایجاد تعاملات پویا و سازنده با بازیگران صنعت، ذی‌نفعان و ...، از جمله راهکارهایی بوده است که در مواجهه با این بحران‌ها به کار گرفته‌ایم.



در سال ۹۹ و در حالی که تنها دو سال از آغاز فعالیت دیجی‌پی می‌گذشت، نخستین گزارش شفافیت در حوزه کسب‌وکارهای فین‌تکی را با این امید که به رسمی شایسته در میان کسب‌وکارهای همکار منجر شود، با عنوان گزارش سالانه دیجی‌پی، منتشر کردیم که در همان سال با بازتاب‌های گسترده‌ای در میان مخاطبان و اهالی این صنعت مواجه شد.

از آن پس هر سال با ارائه گزارش‌های شفاف و جزئی‌نگر درباره فعالیت‌های خود، تلاش کرده‌ایم به این روند ادامه دهیم.

تردیدی نیست که شفافیت از مهم‌ترین شاخص‌های بلوغ کسب‌وکارهای مالی و مقاومت در برابر آن یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در توسعه و پیشرفت صنعت فین‌تک است؛ به نحوی که افزایش شفافیت در این صنعت علاوه بر بالا بردن اعتماد کاربران، رابطه مستقیمی با افزایش اعتبار و نفوذ بیشتر خدمات مالی در میان مخاطبان دارد.

از همین روست که علاوه بر پای‌بندی به تداوم این مسیر، هم‌صنفان و فعالان عرصه فین‌تک را به شفافیت حداکثری در حوزه کسب‌وکارشان دعوت می‌کنیم و از ایشان می‌خواهیم با ارائه گزارش‌های مشابه، در کنار یکدیگر به افزایش ضریب محبوبیت و اعتماد به خدمات مالی الکترونیک بیافزاییم و امکان رواج و گسترش هرچه بیشتر این صنعت نوظهور اما قدرت‌مند را در میان کاربران اقتصاد دیجیتال ایران فراهم کنیم. امسال نیز با تاکید مضاعف بر شفافیت، گزیده‌ای از عملکرد دیجی‌پی را در تمام خطوط کسب‌وکار این شرکت در معرض ارزیابی مخاطبان و علاقه‌مندان قرار داده‌ایم با این امید که با نشان دادن صادقانه وضعیت عملکرد خود، بتوانیم مشکلات و کاستی‌ها را شناسایی و تا حد امکان برطرف کنیم و به نقاط قوت و توانمندی‌های‌مان فرصت بلوغ و رشد بیشتر دهیم.

این گزارش بازتابی از تلاشِ گروهیِ یک مجموعه ۲۵۰ نفره است که به ساختن فردایی روشن، امید بسته‌اند و برای رسیدن به آن شبانه‌روز تلاش می‌کنند.

سال ۱۴۰۱ برای ما سال هم‌افزایی و تعامل سازنده با دیگر بازیگران حوزه فین‌تک بود و خوشبختانه موفق شدیم همکاری‌های سازنده‌ای را با بخش‌های مهمی از این صنعت آغاز کنیم و امیدواریم دستاوردهای حاصل از این همکاری‌ها به نفع کاربران اقتصاد دیجیتال و توسعه صنعت فین‌تک باشد. بدون شک در سال ۱۴۰۲ هم برنامه‌های گسترده‌ای برای ادامه این روند و سامان‌دهی فعالیت‌های نهادها و و جوامع فین‌تکی خواهیم داشت.

در پایان، امیدواریم که با ادامه حرکت در این مسیر، بتوانیم به هدف اصلی‌مان یعنی شکل دادن به محصولات و خدماتی بالغ که شایسته کاربران اقتصاد دیجیتال ایران و پاسخ‌گوی نیازهای آنان در تمام سطوح باشد، جامه عمل بپوشانیم.

واژه‌نامه گزارش سالانه دیجی‌پی

واژه	مفهوم به کار رفته در گزارش
اعتبار خرد	اعتبار خرید که شامل تسهیلات کوتاه مدت یک‌ماهه و تسهیلات بلندمدت ۱۲ تا ۲۴ ماهه و کارت‌های اعتباری می‌شود.
BNPL (Buy Now Pay Later)	خرید اعتباری یا الان بخر، بعدا پرداخت کن!
همت	کلمه‌ای اختصاری از سرواژه‌های هزار میلیارد تومان
Wallet	کیف پول الکترونیک
UPG(Unified Payment Gateway)	درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی
نکول	پرداخت نشدن بدهی در موعد مقرر
SCF	تامین مالی زنجیره تامین یا پرداخت اعتبار به تامین‌کنندگان برای دسترسی سریع‌تر به سرمایه در گردش
Credit Scoring	اعتبارسنجی یا تعیین رتبه اعتباری کاربر برای اعطای تسهیلات

دیجی‌پی در یک نگاه

متوسط تعداد تراکنش‌های ماهانه در سوپراپلیکیشن

۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تراکنش

متوسط تعداد تراکنش‌ها ماهانه در درگاه یکپارچه پرداخت

۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تراکنش

تعداد اعتبارهای خرد اعطا شده*

+ ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار اعتبار

مبلغ اعتبارهای خرد اعطا شده*

۲.۲ همت

تعداد اعتبارهای BNPL اعطا شده در سال

+۲ میلیون اعتبار به ۶۱۰ هزار کاربر یکتا

مبلغ کل اعتبارهای BNPL اعطا شده در سال

۱ همت

مبلغ تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول دیجی‌پی

۱٫۵ همت

تعداد کل تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول دیجی‌پی

۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تراکنش

تعداد بازدید از سایت و اپلیکیشن دیجی‌پی

۶۰ میلیون بازدید (مجموع بازدیدهای کاربران از هر دو پلتفرم)

تعداد نصب فعال

۲ میلیون نصب فعال (آمار تجمیعی همه بازارهای معتبر)

* این اعتبارها در قالب تسهیلات BNPL و تسهیلات ۱۲ تا ۲۴ ماهه و کارت های اعتباری بوده است.

گزارش سالانه دیجی‌پی

اکوسیستم فین‌تک در ایـــران و جهـــــان

نگاهی به اقتصاد دیجیتال در ایران و جهان

اقتصاد دیجیتال، دیروز، امروز، آینده

اقتصاد دیجیتال یا اقتصاد متکی به فناوری‌های دیجیتال، شبکه‌ای جهانی از فعالیت‌های اقتصادی، مبادلات بازرگانی و تعاملات حرفه‌ای وابسته به ارتباطات و فناوری اطلاعات است. این مفهوم برای اولین بار در سال ۱۹۹۵، در کتاب «اقتصاد دیجیتال؛ نوید و خطر در عصر هوش شبکه‌ای»، به قلم «دان تپسکات» مطرح شد و پس از آن هر سال مفاهیم تازه‌ای به آن افزوده شد.

در آن سال‌ها سهم اصلی تولید ناخالص داخلی در سراسر جهان متعلق به غول‌های بزرگ تولیدی و خدماتی مثل اکسون موبیل، والمارت، جنرال موتورز، مکدونالد، توتال، شل و مانند آن‌ها بود و این غول‌ها را به باارزش‌ترین بنگاه‌های اقتصادی تبدیل کرده بود.

بیست سال پس از آن که تپسکات از مفهوم اقتصاد دیجیتال سخن به میان آورد، جهان ورود به عصر جدید را به چشم دید. سال ۲۰۱۵ کلاس شواب، بنیان‌گذار و رئیس اجرایی مجمع جهانی اقتصاد، کسی که نخستین بار مفهوم «انقلاب صنعتی چهارم» را مطرح کرد، در مقاله‌ای در Foreign Affairs نوشت: «حالا انقلاب صنعتی چهارم بر شانه‌های انقلاب صنعتی سوم ایستاده؛ انقلابی دیجیتال که از میانه‌های قرن پیشین آغاز شده است. شاخصه انقلاب کنونی هم‌جوشی فناوری‌هایی است که مرزهای بین سپهرهای فیزیکی، دیجیتال و زیست‌شناختی را محو می‌کند.»

همچنان‌که شواب نیز اذعان داشت، ما در عصری قرار داریم که تکنولوژی، ارزان و فراگیر شده و تنها متعلق به طبقه‌ای خاص نیست. هوش مصنوعی بسیار پیشرفت کرده و نقش سنسورها در ابزارهایی که از آن‌ها استفاده می‌کنیم، بیش از هر زمان است. امروز انقلاب صنعتی چهارم نیازهایی در زندگی روزمره افراد ایجاد کرده که برای رفع آن‌ها استفاده از تلفن همراه و اینترنت اجتناب‌ناپذیر است.

اقتصاد دیجیتال امروز در تمام دنیا به یکی از وجوه جدایی‌ناپذیر اقتصاد در کشورها تبدیل شده است و مدت‌هاست که بحث‌های متنوع و پرچالشی را در دل و پیرامون خود شکل داده است. اقتصاد دیجیتال هر روز بیش از پیش با عملکردهای اقتصادی در هم می‌آمیزد و اکنون سهم قابل ملاحظه‌ای از تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورها به اقتصاد دیجیتال اختصاص دارد.

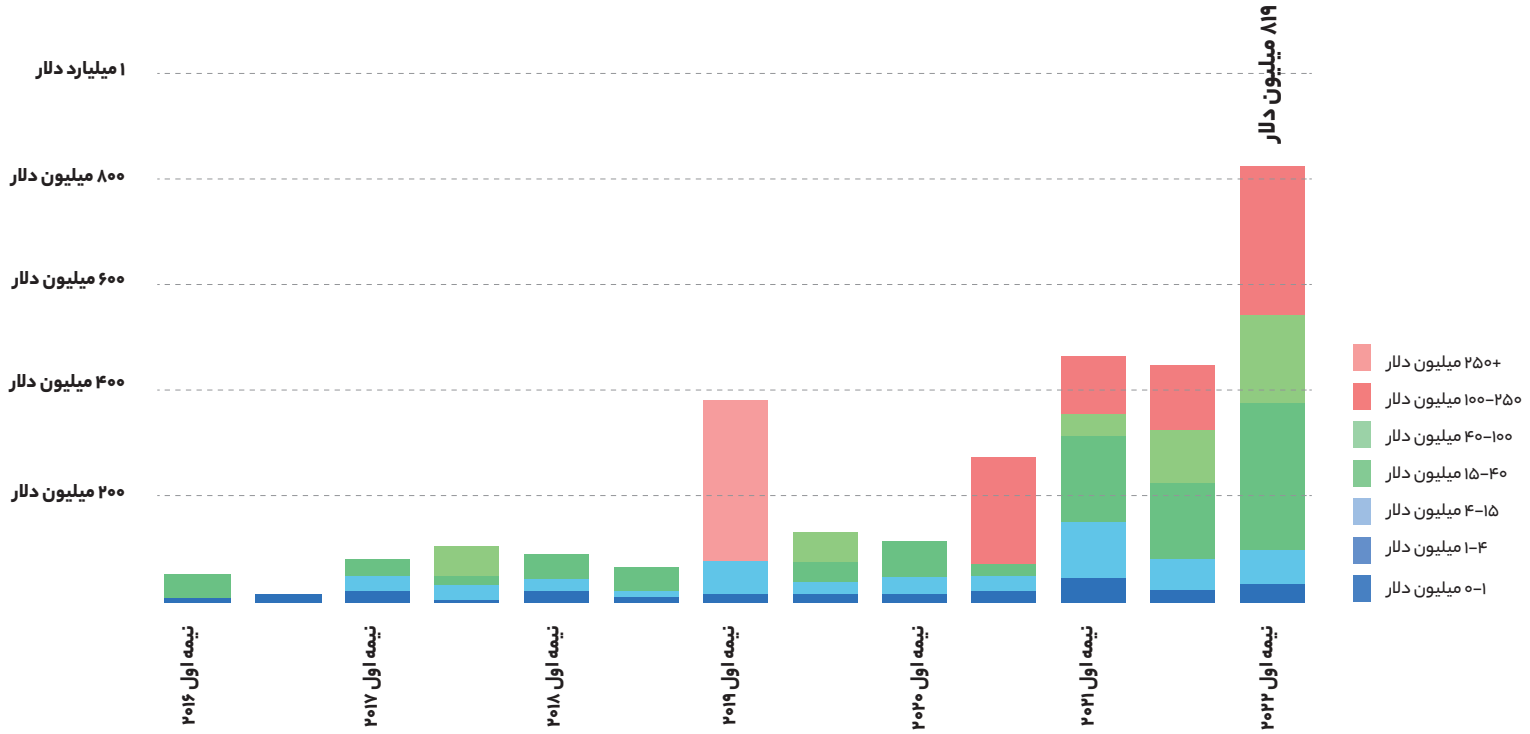
کافی است نگاهی به لیست باارزش‌ترین بنگاه‌های اقتصادی در جهان امروز بیندازیم. هیچ لیستی نیست که نام چند شرکت از میان اپل، آمازون، گوگل، مایکروسافت و فیسبوک در ۵ ردیف اول آن دیده نشود. این یعنی بازی تغییر کرده است و اقتصاد دیجیتال دیگر نه یک بازیگر جانبی که یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین بازیگران اصلی در این عرصه به شمار می‌آید.

در مطالعه‌ای که «هوآوی» و «آکسفورد اکونومیکس» انجام داده‌اند، پیش‌بینی شده که تا سال ۲۰۲۵، ۲۵% اقتصاد جهان دیجیتالی خواهد شد. این یعنی عددی در حدود ۲۳ تریلیون دلار. این درصد در سال ۲۰۱۵، ۱۵% بوده که نشان‌دهنده رشد ۱۰درصدی تنها طی ۱۰ سال است.

حرکت به سوی دیجیتالی شدن تا جایی‌ست که پیش‌بینی‌های موسسه تحقیقاتی FUndera نشان می‌دهد تا سال ۲۰۴۰، ۹۵ درصد از داد و ستدهای جهان در بستر تجارت الکترونیک انجام خواهد شد.

اقتصاد دیجیتال در منطقه MENA

منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA)، به لطف مقیاس بازار و نبود موسسات مالی مستقر، فرصت‌های بکر بزرگی را برای اقتصاد دیجیتال ایجاد کرده است.
در مقایسه با بازارهای بالغ، مانند ایالات متحده و اروپا، ۶۷ درصد از جمعیت بزرگسال در این منطقه (۱۳۶ میلیون نفر) حساب بانکی ندارند. در عین حال بیش از ۶۰ درصد از جمعیت این منطقه زیر ۳۰ سال سن دارند، در حالی که این رقم در اروپا یک سوم است. جمعیت MENA همچنین آشنایی و آمادگی زیادی برای پذیرش فناوری های دیجیتال جدید دارند. به عنوان مثال، در امارات متحده عربی، بیش از ۵۰ درصد از مردم از کیف پول دیجیتال استفاده می کنند.
رشد استارت‌آپ‌های فین‌تک در این منطقه بسیار شگفت‌انگیز بوده است. ارزش بازار فین‌تک در MENA در نیمه اول سال ۲۰۲۲ به ۸۱۹ میلیون دلار رسیده است که تقریبا ۲ برابر رکورد قبلی در بازه زمانی مشابه سال قبل است.



منطقه MENA اکنون میزبان بیش از ۸۰۰ استارت آپ فین‌تک به ارزش ۱۵/۵ میلیارد دلار است.

منبع: dealroom.co


تونس
مراکش
الجزایر
لیبی
مصر
لبنان
فلسطین
سوریه
عراق
ایران
عربستان صعودی
امارات
عمان
یمن

MENA Map

مهم‌ترین روندهای فین‌تک در منطقه MENA

استارت‌آپ‌های فعال در حوزه پرداخت موفق به کسب بالاترین درصد سرمایه در این منطقه شده‌اند و از سال ۲۰۱۶ تا کنون این استارت‌آپ‌ها موفق به جذب ۱.۲ میلیارد دلار سرمایه شده‌اند. رمز ارز و لندتک (وام‌دهی فناورانه) با تقریباً ۰٫۴ میلیارد دلار در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.

BNPL

BNPL (Buy Now Pay Later) یا همان خرید اعتباری «الان بخر، بعدا پرداخت کن!»، یکی از اصلی‌ترین روندها در منطقه در دو سال گذشته بوده است.
طبق نظرسنجی اخیر انجام شده توسط Checkout.com، BNPL با ۲۴ درصد نفوذ بیشتر نسبت به انگلیس و ۲۳ درصد نسبت به اروپا به عنوان روش پرداخت مورد علاقه جدید در منطقه MENA شناخته می‌شود.

تامین مالی زنجیره تامین (SCF)

یکی دیگر از روندهای اصلی در منطقه، راه حل‌های پرداخت به پذیرندگان و SMBهاست که به تامین سرمایه در گردش پذیرندگان کمک می‌کند.

انتقال ارزی خرد

جمعیت کارگران مهاجر به ویژه از کشورهای هند، پاکستان، بنگلادش، سریلانکا و فیلیپین، MENA را به یکی از بزرگ‌ترین کریدور های حواله در جهان تبدیل کرده است. از این رو پرداخت‌های فرامرزی برای اکوسیستم مالی در منطقه MENA بسیار حیاتی است.

بانک‌داری باز (Open Banking)

یکی دیگر از عوامل کلیدی برای رشد اکوسیستم فین‌تک در منطقه MENA بانک‌داری باز است. بانک‌داری باز فرصتی برای موسسات مالی سنتی یا فین‌تک‌ها ایجاد می‌کند تا از زیرساخت فناوری و API در برنامه‌های پرداخت الکترونیک و وام‌دهی خود بهره جویند.

منبع: dealroom.co



جذب سرمایه در حوزه‌های مختلف فناوری‌های مالی در منطقه

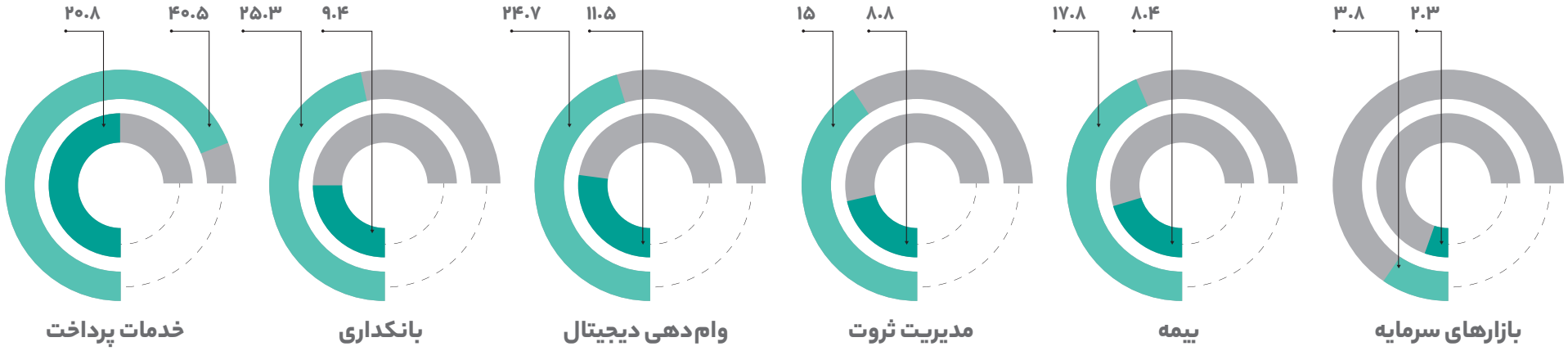
مهم‌ترین تغییرات جهانی فین‌تک در سال ۲۰۲۲

سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲، با ۴۶ درصد کاهش نسبت به دوره مشابه ۲۰۲۱، به ۷۵٫۲ میلیارد دلار رسیده است. در سه ماهه پایانی سال گذشته، صنعت فین‌تک تنها ۱۰٫۷ میلیارد دلار تامین بودجه داشته، که پایین‌ترین میزان از سال ۲۰۱۸ است. این کاهش، حتی در تعداد معاملات سالانه نیز مشهود است. تعداد معاملات سالانه در سال ۲۰۲۲، با ۸ درصد کاهش نسبت به دوره قبل، به ۵۰۴۸ معامله رسیده است. تعداد یونیکورن‌ها (استارت‌آپ‌هایی با ارزش بیش از ۱ میلیارد دلار) هم مانند آمارهای دیگر، نشان از حال فین‌تک در سال ۲۰۲۲ دارد. در سال گذشته، تنها ۶۹ مورد تولد یونیکورن در جهان داشته‌ایم که نسبت به دوره قبل، کاهشی ۵۸ درصدی را نشان می‌دهد. این تعداد، در سال ۲۰۲۱، ۱۶۶ یونیکورن بوده است.

کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲

تقریبا تمام حوزه‌های فین‌تک در سال ۲۰۲۲ با کاهش سرمایه‌گذاری روبه‌رو بوده‌اند.

سرمایه‌گذاری جهانی در حوزه های مختلف فین‌تک در سال ۲۰۲۲

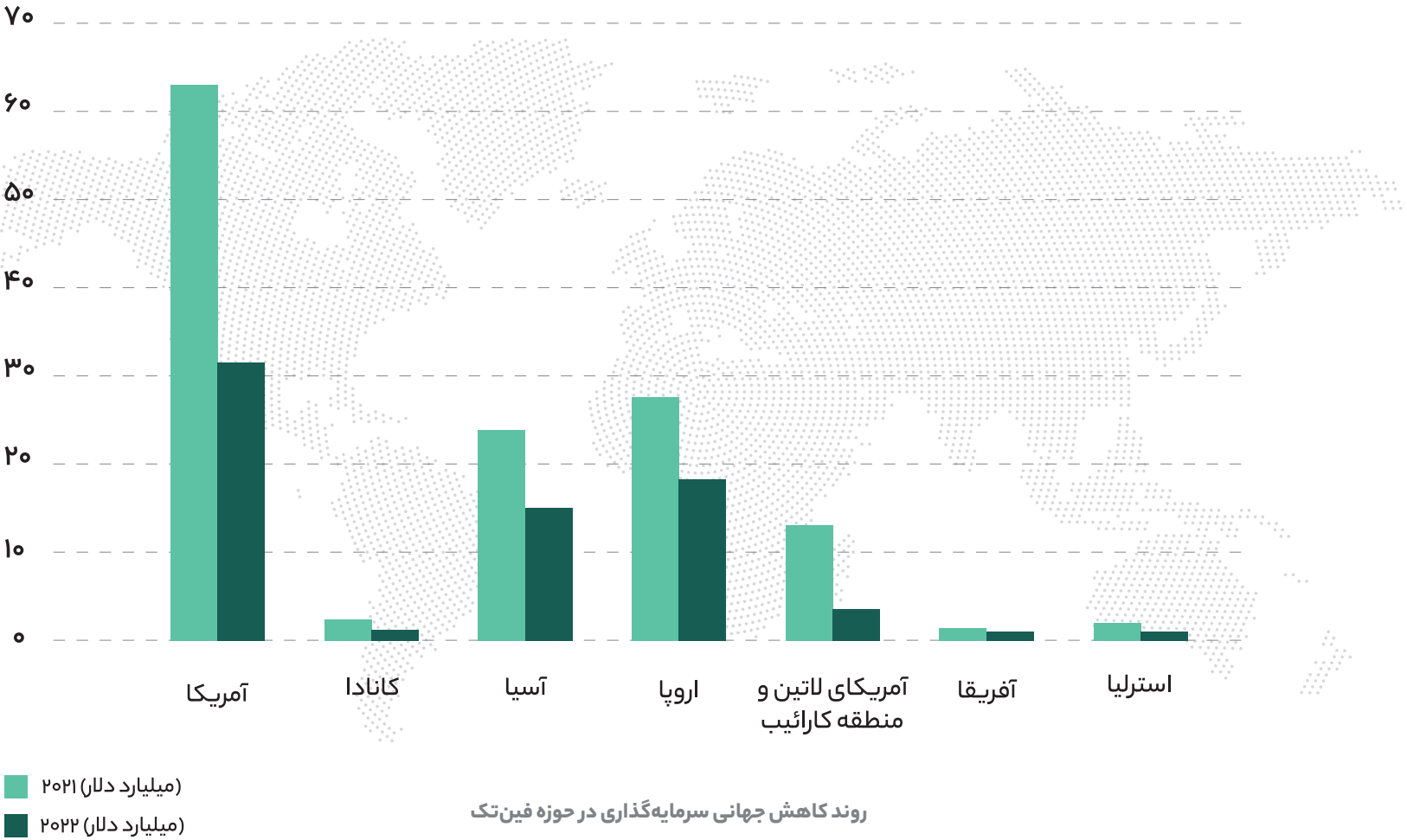


گزارش منتشر شده از سوی سی‌بی اینسایت CB Insight درمورد وضعیت فین‌تک در سال ۲۰۲۲

(میلیارد دلار) سال ۲۰۲۱ (میلیارد دلار) سال ۲۰۲۲

کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲

روند کاهش سرمایه‌گذاری در جهان وضعیت مشابهی داشته است.



روند کاهش جهانی سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک

ارزش سهام فعالان به‌نام BNPL قبل و بعد از بحران اقتصادی ۲۰۲۱

نام شرکت	ارزش پیش از بحران	ارزش پس از بحران
Klarna.	۴۶ میلیارد دلار	۶ میلیارد دلار
afterpay	۲۹ میلیارد دلار	۱۴.۷۶ میلیارد دلار
Square	۱۱۰ میلیارد دلار	۴۱.۴۷ میلیارد دلار
paidy	۲.۷ میلیارد دلار	ادغام با PayPal
PayPal	۱۲۷.۵۸ میلیارد دلار	۹۴.۵۵ میلیارد دلار

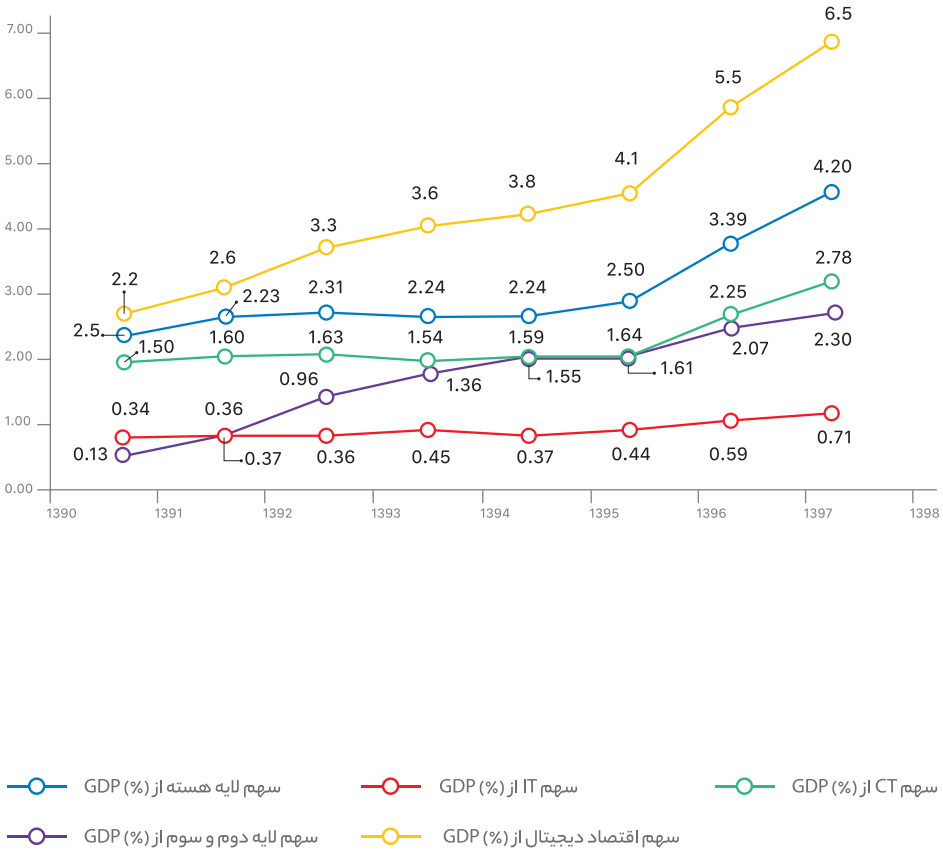
اقتصاد دیجیتال در سالی که نیمی از آن در محدودیت‌های اینترنتی گذشت

اقتصاد دیجیتال امروز در تمام دنیا به یکی از وجوه جدایی‌ناپذیر اقتصاد کشورها تبدیل شده است و مدت‌هاست که بحث‌های متنوع و پرچالشی را در دل و پیرامون آن شکل می‌گیرد. اقتصاد دیجیتال هر روز بیش از پیش با عملکردهای اقتصادی در هم می‌آمیزد و اکنون سهم قابل ملاحظه‌ای از تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورها به اقتصاد دیجیتال اختصاص دارد. حرکت به سوی دیجیتالی شدن تا جایی‌ست که در پیش‌بینی‌های موسسه تحقیقاتی FUndera، تا سال ۲۰۴۰، ۹۵ درصد از داد و ستدهای جهان در بستر تجارت الکترونیک انجام خواهد شد.

ما نیز در ایران از این قاعده مستثنا نبوده‌ایم و ناگزیر حرکت به سوی اقتصاد دیجیتال را با تمام چالش‌ها و فراز و نشیب‌هایش در پی خواهیم گرفت.

همه‌گیری کرونا، در ایران نیز مثل دیگر نقاط جهان، حرکت به سوی دیجیتالی شدن اقتصاد را شتاب بخشید. مطابق آخرین گزارش ستاد اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی، سهم اقتصاد دیجیتال در ایران از سال ۹۱ تا ۹۹، تقریبا ۳ برابر شده. همین آمار برای سال ۱۴۰۱، ۷.۴% برآورد شده است. اما در سال ۱۴۰۱ محدودیت‌های گسترده اینترنت و تحت تاثیر قرار گرفتن کسب‌وکارهای فعال در شبکه‌های اجتماعی و شرکت‌های فناوری محور، شوک تازه‌ای به اقتصاد دیجیتال کشور وارد کرد. با وجود آن‌که هنوز مطالعه شفافی روی زیان‌های احتمالی ناشی از این محدودیت‌ها بر کسب‌وکارهای آنلاین کشور صورت نگرفته است، رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق تهران؛ تنها یک ماه پس از آغاز محدودیت‌ها اذعان کرد: «محدودیت اینترنت ۳۵ هزار میلیارد تومان به اقتصاد حوزه فناوری اطلاعات و ۴۵ هزار میلیارد تومان به کسب‌وکارهای سایر حوزه‌ها خسارت وارد کرده است. این رقم چند برابر فراتر از چیزی است که تا پیش از این تصور می‌شد.» همین آمار مختصر می‌تواند، به سادگی برآوردی از خسارت‌های وارد شده به اقتصاد دیجیتال کشور در سال ۱۴۰۱ نشان دهد.

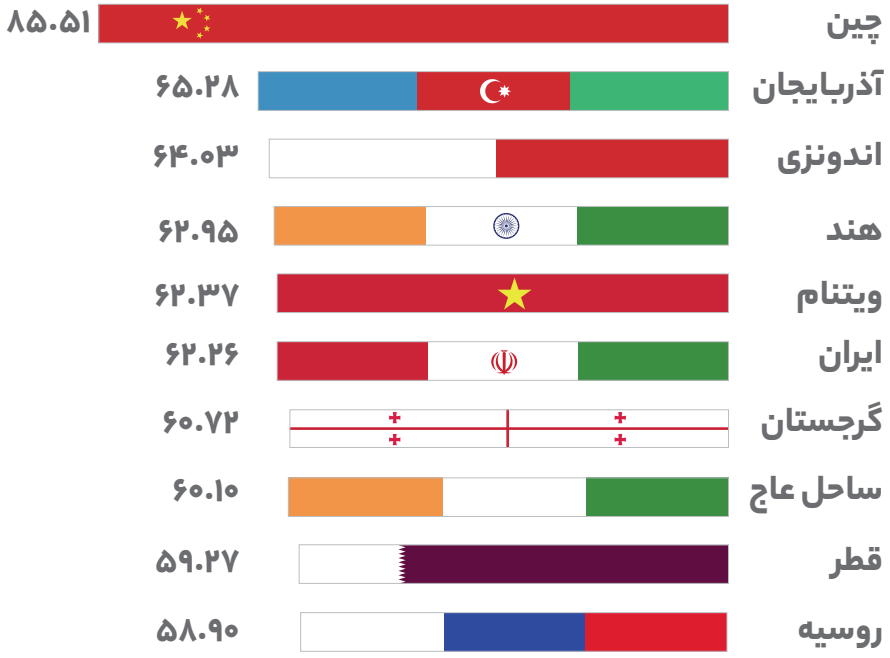
سهم لایه های اقتصاد دیجیتال از GDP بین سالهای ۹۱ تا ۹۸



منبع: مفهوم اقتصاد دیجیتال و اندازه آن در کشور، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، ۱۳۹۹

برترین کشورهای جهان در شاخص تکانه رشد دیجیتال ۲۰۲۰

پژوهش انجام شده در دانشگاه تافتز بیان می کند، ایران هرچند در وضعیت فعلی تکامل دیجیتال نمره متوسطی بین ۹۰ کشور جهان (کشورهای رصد شده در این پژوهش) دارد اما در بعد سرعت رشد (تکانه) تکامل دیجیتال رتبه ششم در جهان را کسب کرده است.

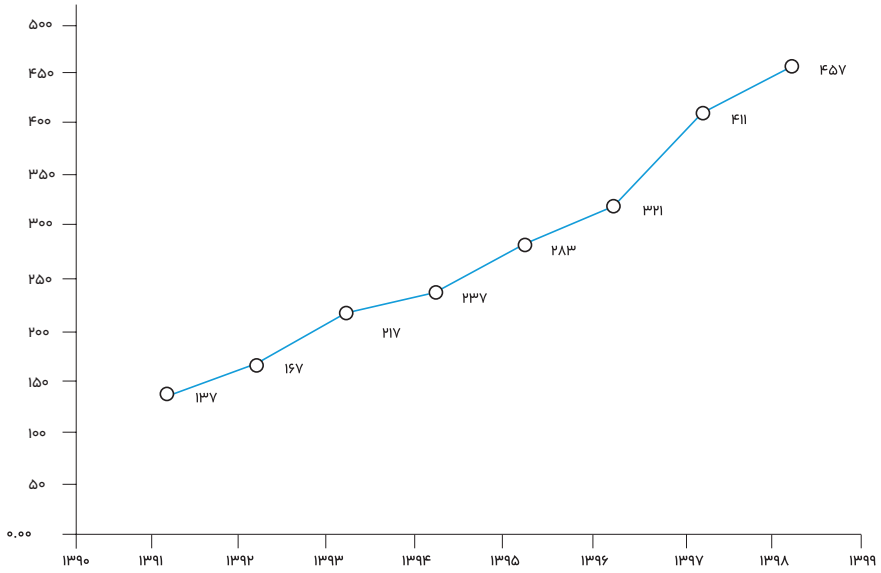


منبع: گزارش اقتصاد دیجیتال ایران در سال ۹۹

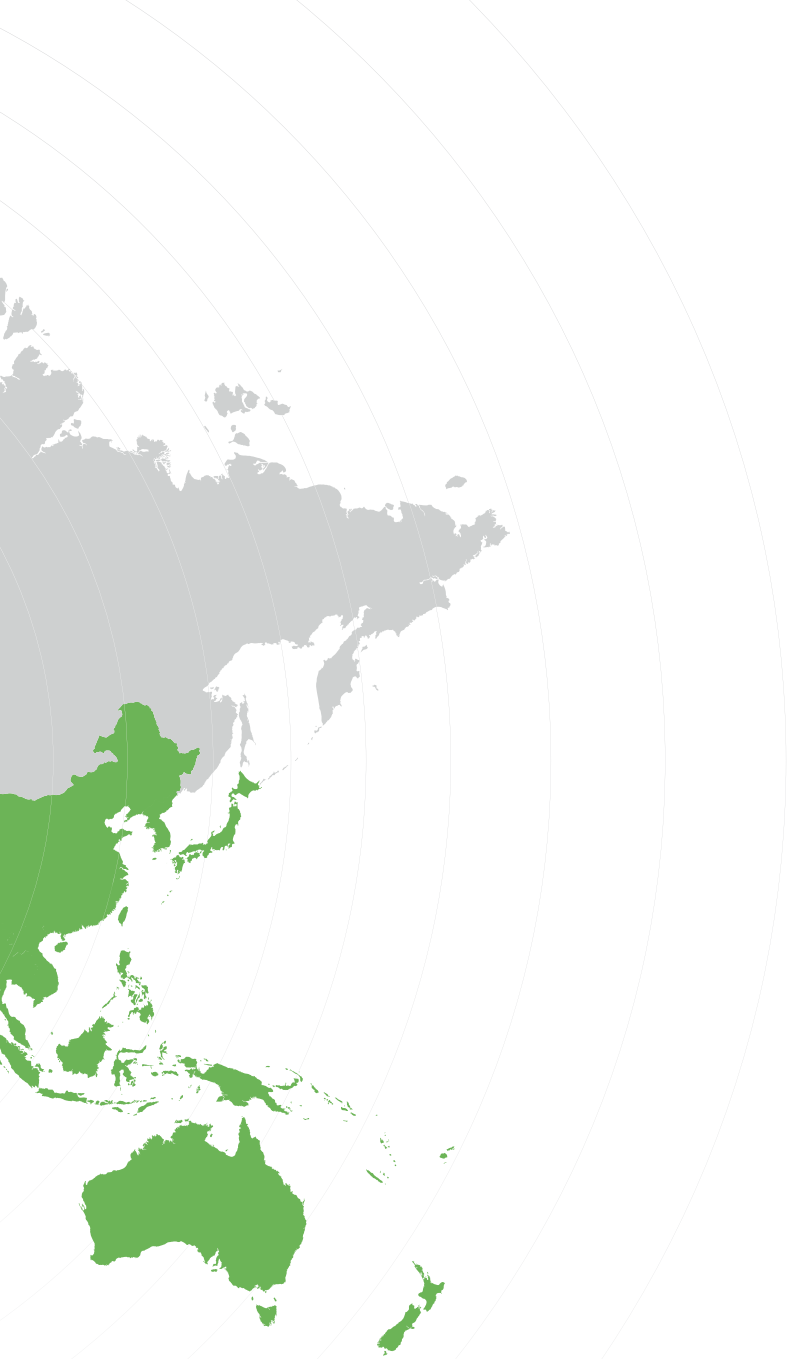
رشد قابل قبول اقتصاد دیجیتال ایران در کمتر از یک دهه

در هشت سال منتهی به ۱۴۰۰ همواره ارزش کل اقتصاد دیجیتال کشور روندی افزایشی داشته است. در این مدت اقتصاد دیجیتال با رشدی ۲۳۱ درصدی همراه بوده است.

ارزش کل اقتصاد دیجیتال در ایران بین سالهای ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ به همت (هزار میلیارد تومان)



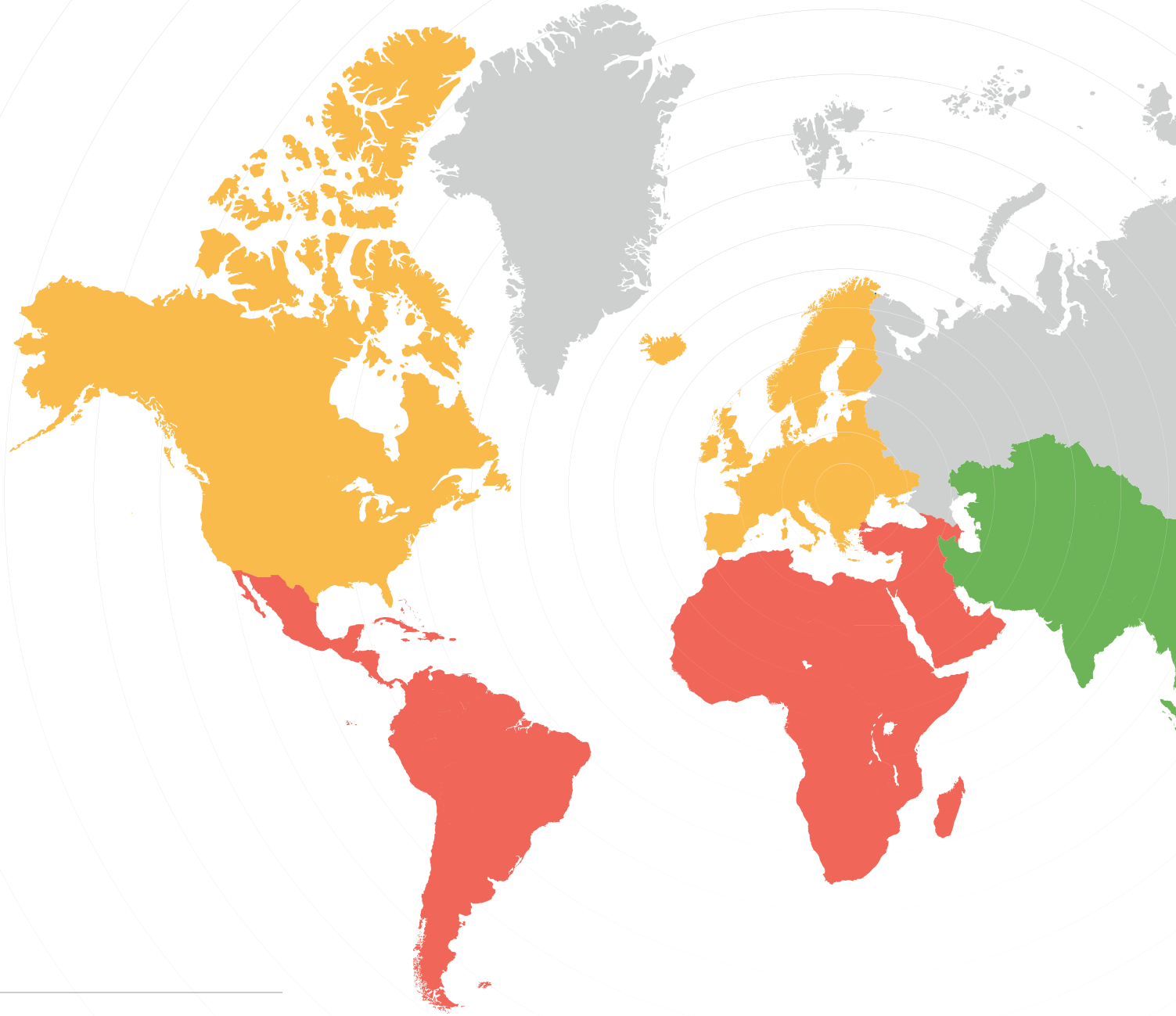
منبع: مفهوم اقتصاد دیجیتال و اندازه آن در کشور، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، ۱۳۹۹



نقش‌آفرینی لندتک‌ها در اقتصاد دیجیتال

پلتفرم‌های لندتک از یک‌سو در تعامل با بانک‌ها و تامین‌کنندگان مالی و از سوی دیگر در تعامل با مشتریان (خرد و کسب‌وکاری) چه به صورت مستقیم و چه از طریق پلتفرم‌های تجارت الکترونیک یکی از عوامل بهبود فراگیری مالی هستند. این پلتفرم‌ها نقش مهمی در اقتصاد دیجیتال بازی می‌کنند.

میزان کل تسهیلات ارائه شده در دنیا در سال ۲۰۲۰	**۶۰۳۶ میلیارد دلار**
میزان کل تسهیلات آنلاین در دنیا در سال ۲۰۲۰	**۴۴۹ میلیارد دلار**
نسبت اندازه بازار جهانی تسهیلات آنلاین به کل	**٪۷.۴۵**



رتبه رشد منطقه‌ای

- زیاد
- متوسط
- کم

منبع : Mordor Intelligence

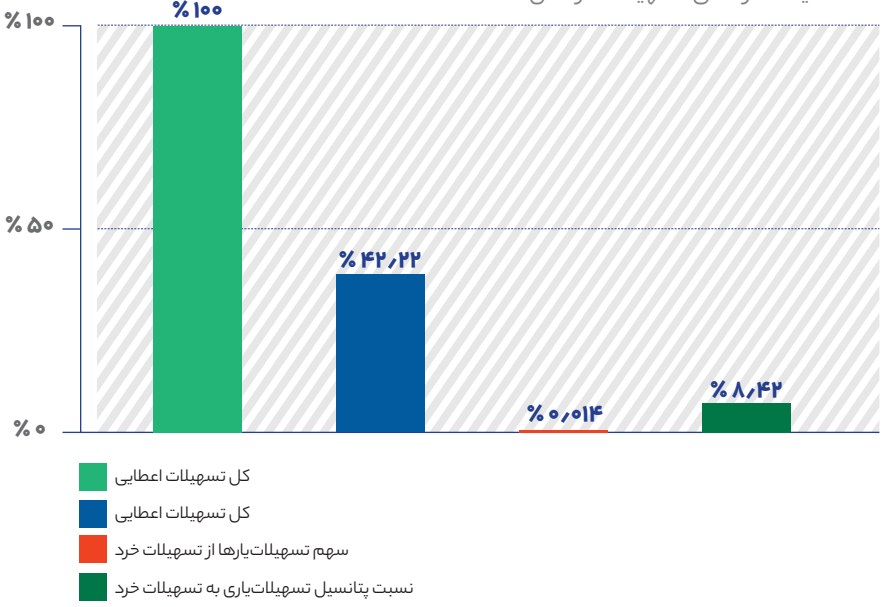
لندتک در ایران: جدول مقایسه‌ای تسهیلات خرد در سال ۱۴۰۰

کل تسهیلات اعطایی	کل تسهیلات خرد اعطایی	تسهیلات اعطایی توسط تسهیلات‌یارها	محاسبه فروش اقتصاد دیجیتال در سال ۱۴۰۰	سهم تسهیلات خرد از کل تسهیلات اعطایی	نسبت فروش اقتصاد دیجیتال به تسهیلات خرد	سهم تسهیلات‌یارها از تسهیلات خرد	پتانسیل تسهیلات‌یاری در اقتصاد دیجیتال	نسبت پتانسیل تسهیلات‌یاری به تسهیلات خرد
۴۵٫۰۰۰	۱۹٫۰۰۰	۳-۲	۸۶۵	٪۴۲	٪۴٫۵۵	٪۰٫۰۱۴	۱۶۰۰	٪ ۸.۴۲

واحد مبالغ هزار میلیارد تومان (همت) است

۱- تخمین تسهیلات اعطایی ۴۵۰۰۰ همت با تقریب فروش ۹ ماهه ۳۷۰۰۰ همت صورت پذیرفته است.
۲- تخمین اقتصاد دیجیتال مبتنی بر خریدهای اینترنتی در ۱۴۰۰ از طریق شاپرک و بدون آمار کارت‌به‌کارت است.
۳- عقد فروش اقساطی در تامین مالی غیر از اقتصاد خرد نیز کاربرد دارد، اما پیش بینی می‌شود اثر آن‌ها در کلیت گزارش ما تاثیر معنا داری نداشته باشد.
موارد استفاده برخی از عمده موارد غیر خردی است که در آن از عقد فروش اقساطی استفاده می‌شود:
الف- تسهیلات خرید مواد اولیه
ب- تسهیلات صندوق توسعه ملی
۴- بنا به گزارش Statistica در سال ۲۰۲۰، فروش در تجارت الکترونیک از طریق روش‌های اعتباری بیش از ۱۸۵ درصد کارت‌های نقدی بوده است.

مقایسه درصدی تسهیلات در سال ۱۴۰۰



اقتصاد دیجیتال؛ نجات‌دهنده‌ای که دست‌کم گرفته‌ایم

دهه پایانی قرن گذشته برای اقتصاد ایران، به کابوسی ناآرام شباهت داشت. تحریم، انزوا، رکود، رشد منفی، سقوط ارزش پول و تمام بحران‌هایی که هر اقتصادی از وقوع آن بیمناک است، برای آن رخ داده است. ظرفیت‌های تولیدی در داخل تضعیف شده اند، نرخ‌های تورم سالانه و ماهانه در حال شکستن رکوردهای تاریخی خود هستند. با این حال و در عین ناباوری آمارها و واقعیت‌های قابل مشاهده، راوی رشد اقتصاد دیجیتال در داخل است.

برای بررسی این مساله باید به چند عامل توجه داشت. رشد دسترسی خانوارهای ایرانی به تلفن هوشمند و تجهیزات دیجیتال، رشد نفوذ اینترنت پرسرعت در سراسر کشور، همه‌گیری کووید ۱۹، رشد و توسعه تجارت الکترونیک، نفوذ فناوری و ارتباطات در میان کسب‌وکارها و بنگاه‌های اقتصادی از جمله دلایل این رشد دور از انتظار بوده‌اند.

اما این همه واقعیت نیست. با وجود رشد سهم اقتصاد دیجیتال از GDP، رشد تولید ناخالص داخلی نیز در سال‌های زیادی منفی بوده است. رشد اقتصادی منفی در بالا رفتن نسبت اقتصاد دیجیتال از کل اقتصاد موثر بوده است. به بیان دیگر یکی از دلایلی که اقتصاد دیجیتال درصد بیشتری از GDP را به خود اختصاص داده است، کوچک‌تر شدن GDP در چندین سال متمادی بوده است. با این همه ارزش اقتصاد دیجیتال در شرایط رکودِ تورمی اقتصاد ایران، با افزایش همراه بوده است و این نکته بسیار ارزشمند و قابل توجه است و می‌توان از آن نتیجه گرفت اقتصاد دیجیتال می‌تواند در سرنوشت اقتصاد کلان کشور نقش نجات‌دهنده و رهایی بخش را بر عهده بگیرد.





دیجی‌پی در سالی که گذشت

امید و پویایی در سالی که به سختی گذشت

سال ۱۴۰۱، با وجود تمام سختی‌ها و محدودیت‌ها، سالی پر از امید و شکوفایی بود. همکاری با دو بانک موفق و خوش‌نام ملت و تجارت، دو دستاور د بزرگ دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ بود. سرمایه‌گذاری تکنوتجارت روی دیجی‌پی و شروع همکاری با بانک تجارت که بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری یک بانک در صنعت فین‌تک کشور، به شمار می‌آید، در این سال اتفاق افتاد و هر دو مجموعه به چشم یک همکاری استراتژیک و تحول آفرین روی این برنامه‌ریزی کرده‌اند. امید می‌رود که این سرمایه‌گذاری به نزدیک شدن اکوسیستم فین‌تک به نظام بانکی کشور و هم‌افزایی میان آن‌ها منجر شود.

دیجی پی در سالی که گذشت با توسعه بخشیدن به دامنه شرکای استراتژیک و هم‌افزایی با بازیگران صنعت فین‌تک و بانک‌داری کشور، گام‌های موثری برای دست‌یابی به هدف نهایی فراگیری مالی برداشته است و امیدوار است که بتواند با توسعه دامنه خدمات، دسترسی به خدمات مالی را برای کاربران در سراسر کشور بیشتر کند.

در سال ۱۴۰۱ علاوه بر توسعه دامنه همکاری‌ها، از سرویس‌های BNPL، بیمه (InsureTech)، مدیریت ثروت (Wealth Tech) و تامین مالی زنجیره تامین (SCF)هم رونمایی کردیم. برای هر یک از این محصولات صدها نفرساعت پژوهش، مطالعه و فعالیت برنامه ریزی شده و مدون انجام شده بود و خوشبختانه موفق شدیم، هر یک از آن‌ها را در مرحله نهایی پیاده‌سازی و اجرا کنیم.

سال ۱۴۰۱ سال فعالیت‌های ریشه‌ای با نگاهی اصولی به صنعت و نیازهای آن بود و با تکیه بر توان‌مندی‌ها، دانش و تخصص سرمایه‌های انسانی و استفاده از ظرفیت‌های موجود در اقتصاد دیجیتال، موفق به کسب دستاوردهایی شدیم که بخشی از آن را در صفحات پیش رو با مخاطبان این گزارش به اشتراک گذاشته‌ایم.

گزارش سالانه دیجی‌پی

رفتار کاربران سوپر اپلیکیشن



سوپراپلیکیشن دیجی‌پی

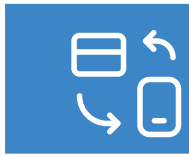
سوپر اپلیکیشن دیجی‌پی، خدمات متنوع مالی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد و اکنون انجام مجموعه‌ای از خدمات کارت‌به‌کارت، خرید شارژ، پرداخت قبض، خرید بسته اینترنت، پرداخت عوارض جاده‌ای، نیکوکاری، پرداخت کرایه تاکسی و استعلام جریمه در این سوپراپلیکیشن امکان‌پذیر است. در این بخش از گزارش دیجی‌پی، نگاهی به رفتار کاربران این سوپراپلیکیشن در استفاده از خدمات آن، طی سال ۱۴۰۱ انداخته‌ایم.

مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در برخی از محبو ب‌ترین سرویس‌های دیجی‌پی



مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در سوپراپلیکیشن دیجی‌پی

۶.۲ همت



بالاترین تعداد تراکنش یک فرد در طول یک سال

۴۷۹۲ تراکنش



مبلغ کل تراکنش‌های کارت به کارت

۴.۱+ همت



مبلغ کل خرید شارژ

۴۱.۶+ میلیارد تومان



مبلغ کل عوارض آزادراهی پرداخت شده

۳.۷+ میلیارد تومان



مبلغ کل کرایه تاکسی پرداخت شده

۱۲۸+ میلیارد تومان



مبلغ کل جرائم رانندگی پرداخت شده

۱.۵+ میلیارد تومان



مبلغ کل تراکنش‌های نیکوکاری

۴.۸+ میلیارد تومان



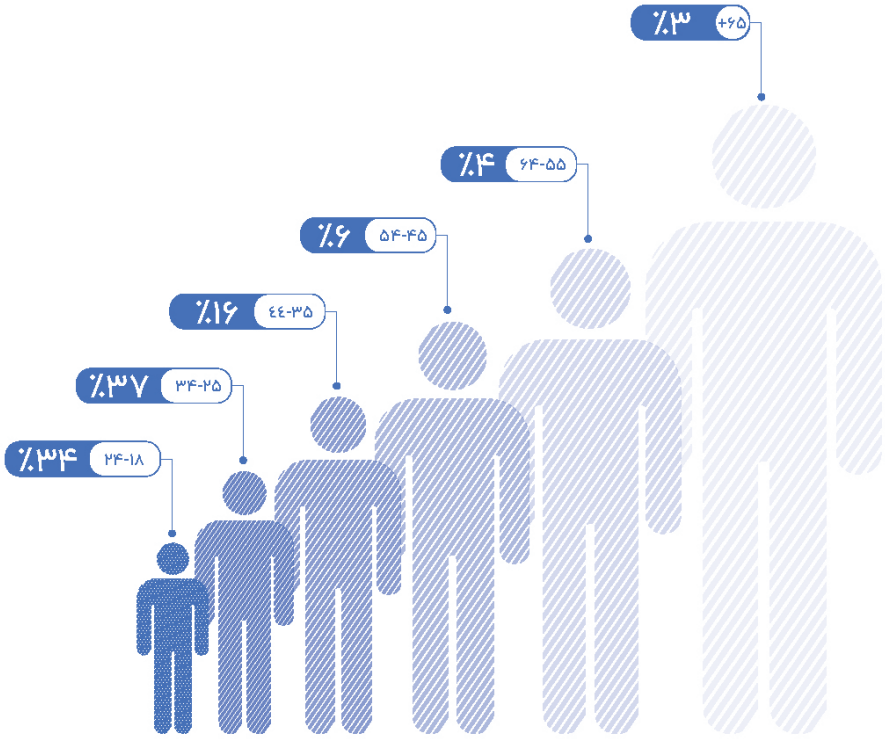
مبلغ کل تراکنش‌های پرداخت قبض

۲۰۲+ میلیارد تومان

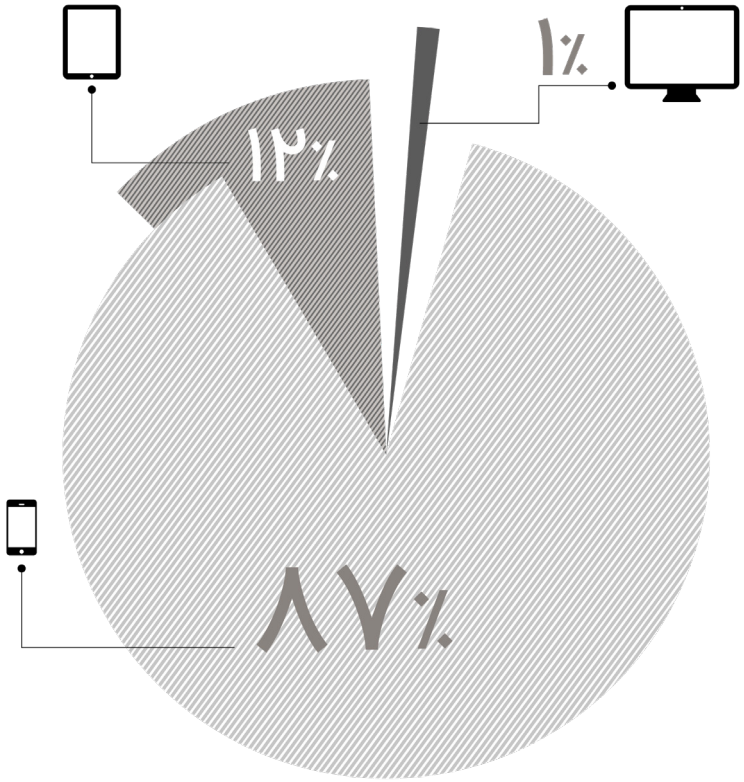


مبلغ کل تراکنش‌های خرید بسته اینترنت

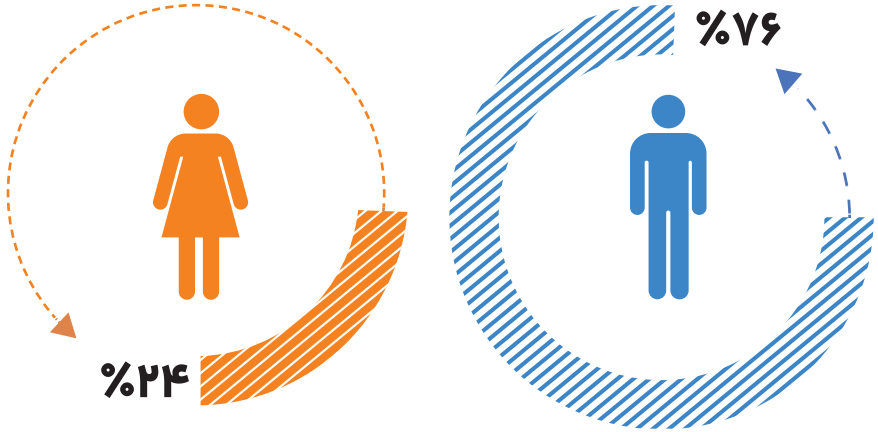
۳۵+ میلیارد تومان



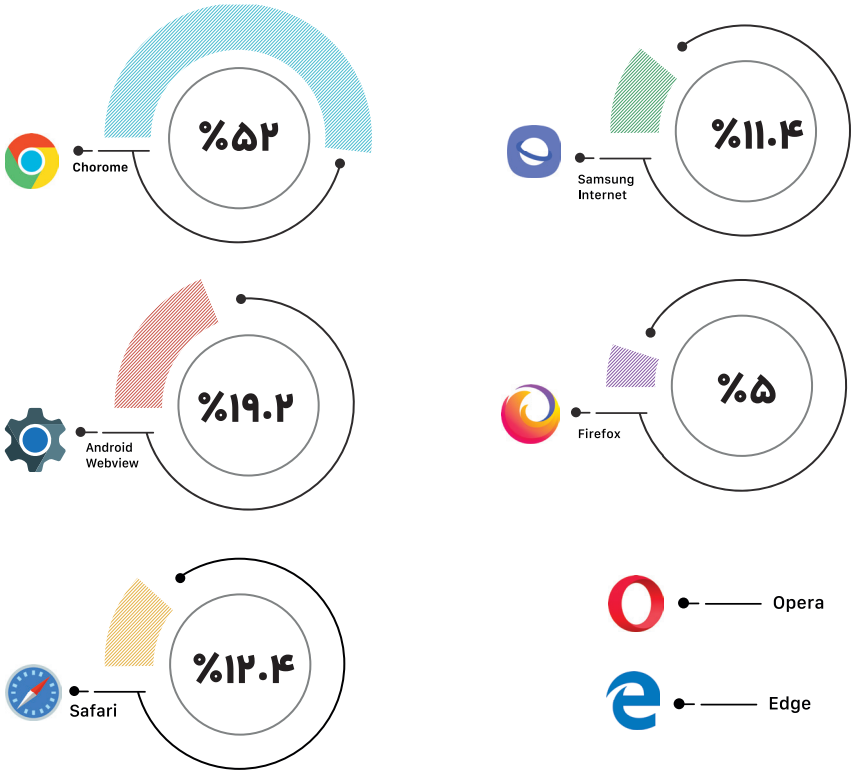
طبقه بندی سنی کاربران



تجهیزات مورد استفاده کاربران



طبقه‌بندی جنسیتی کاربران



سیستم عامل‌ها

بازخورد کاربران

مشتریان چه‌قدر دیجی‌پی را به دیگران توصیه می‌کنند؟

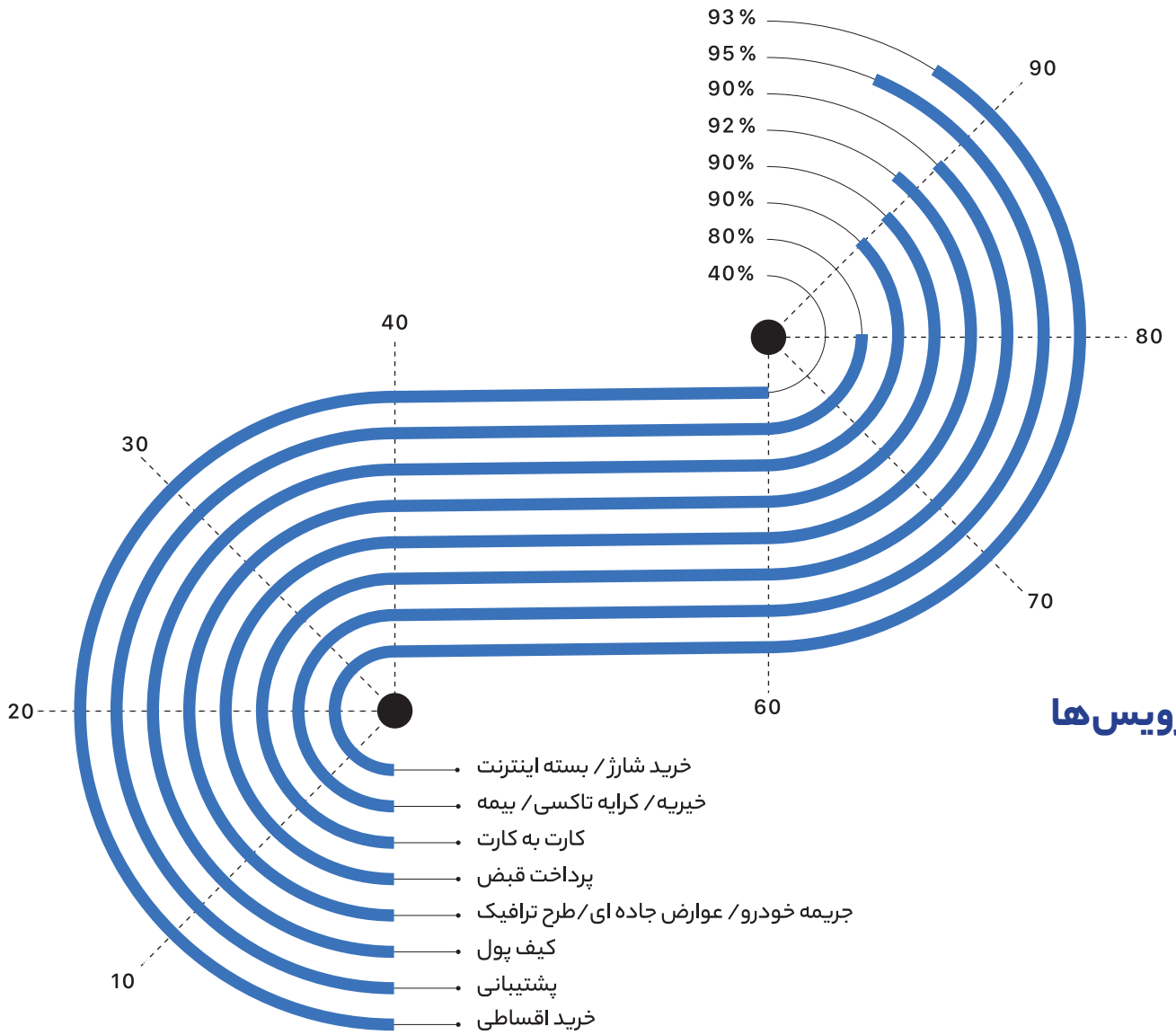
در سال ۱۴۰۱، بیش از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نظر سنجی از کاربران اپلیکیشن دیجی‌پی به عمل آمده است، که از این تعداد ۳ درصد از شرکت‌کنندگان به پرسش‌های رضایت‌سنجی پاسخ داده‌اند. رتبه رضایت‌مندی کاربران از سرویس‌های دیجی‌پی در نمودار صفحه بعد مشخص شده است.

مهم‌ترین دلایل نارضایتی کاربران خرید اقساطی

- سرعت پایین و پیچیدگی فرایند ثبت‌نام تا مرحله پرداخت هزینه‌های زیرساخت
- اطلاعات ناکافی در میزان سود و مبلغ پیش‌پرداخت
- کیفیت پایین پشتیبانی
- کیفیت پایین راهنمای تکمیل مدارک/چک
- مشکلات استفاده از اعتبار در موارد مرجوعی/کنسلی

مهم‌ترین دلایل نارضایتی کاربران سوپراپلیکیشن

- بروز خطا و اختلال (تراکنش ناموفق، در دسترس نبودن سرویس و...)
- سرعت پایین انجام عملیات (تأخیر در تسویه قبوض، دریافت رمز دوم و...)
- کیفیت پایین پشتیبانی
- مشکلات مربوط به کیف پول
- راحت نبودن استفاده/ظاهر اپلیکیشن



میزان رضایت کاربران از خدمات و سرویس‌ها

گزارش سالانه دیجی‌پی

سرویس‌های اعتباری

خرید اقساطی

اعتباری برای همه

دیجی‌پی سرویس خرید اقساطی را در سال ۱۳۹۹ با هدف کمک به فراگیری مالی راه‌اندازی کرد. تا پیش از ورود لندتک‌ها و فراگیر شدن وام‌دهی فناورانه دسترسی به تسهیلات خرد برای بخش زیادی از کاربران بسیار دشوار و گاه غیرممکن بود.

تلاش ۳ ساله دیجی‌پی برای دست‌یابی به هدف فراگیری مالی از طریق وام‌دهی فناورانه، علاوه بر توزیع بیش از ۳.۵ همت اعتبار برای کاربران اکوسیستم تجارت الکترونیک، به مزایای بسیاری برای اقتصاد دیجیتال کشور منجر شده است.

شفافیت در محل صرف اعتبار، مقدمه‌سازی برای تعریف جامعه و شهروندان دیجیتال، آموزش کاربران برای ساخت ردپای دیجیتال، سابقه اعتباری و ماهیت شهروندی دیجیتال، کم‌کردن هزینه‌های تمام شده اعتبارهای خرد، پایین آوردن نرخ نکول کم کردن هزینه‌های عملیاتی بانک‌ها و موسسات مالی، از جمله دستاوردهایی بوده است که دیجی‌پی و دیگر بازیگران این حوزه برای اقتصاد کشور رقم زده‌اند.

در سال ۱۴۰۱، سرویس خرید اقساطی دیجی‌پی با تحولات جدی همراه بوده است که این سرویس را به سمت تجربه‌های بهتر کاربری هدایت کرده است.

مهم‌ترین تغییرات سرویس خرید اقساطی

- **تمرکز بیش از پیش بر فراگیری مالی**

دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ محصولات و خدمات متنوعی را در مسیر چشم‌انداز شرکت یعنی فراگیری مالی در فضای اقتصاد دیجیتال توسعه داد که این محصولات و خدمات را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد. اعتبار برای کاربران نهایی، اعتبار برای کارکنان شرکت‌ها و سازمان‌ها، اعتبار BNPL و سرویس‌های اعتباری برای کسب‌وکارهای کوچک ، از جمله این دسته‌بندی‌هاست که هر یک در نوع خود به فراگیری و دسترس‌پذیری تسهیلات کمک می‌کند.

افزایش تعامل با سازمان‌ها برای ارائه خدمات اعتباری به کارکنان شرکت‌ها و سازمان ها

- **تعامل بیشتر با بدنه بانکی کشور**

در سال ۱۴۰۱ با تمرکز بر تعامل سازمان‌یافته با بدنه بانکی کشور، منابع اعطای اعتبار در دیجی‌پی متنوع‌تر از گذشته شد و علاوه بر ساده‌تر و سریع‌تر شدن دسترسی کاربران به خدمات خرید اقساطی ، همکاری با دو نهاد بانکی مهم و بزرگ کشور، بانک تجارت و بانک ملت به مرحله عملیاتی رسید.

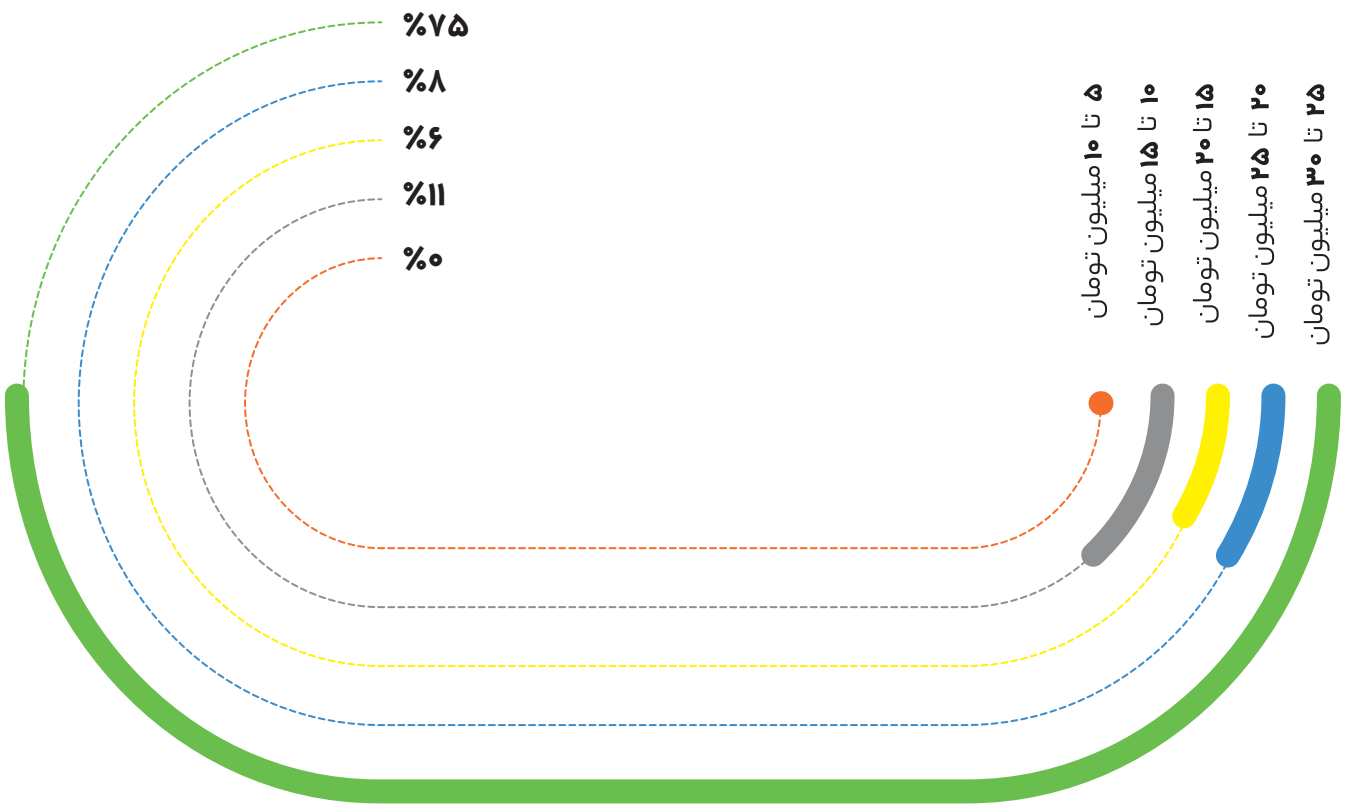
- **افزایش تعداد پذیرندگان**

ارائه خدمات اعتباری به کاربران گروه دیجی‌کالا در چند سال گذشته، سرویس‌های دیجی‌پی را در مقیاس گسترده‌ای مورد ارزیابی قرار داده است. بر همین اساس در سال ۱۴۰۱، تعداد پذیرندگان درگاه پرداخت اعتباری و هوشمند دیجی‌پی، افزایش پیدا کرد و به این ترتیب اعتبار دریافت شده، علاوه بر دیجی‌کالا در درگاه‌های پرداخت بیشتری قابل مصرف کردن برای کاربران شده است.

- **حرکت در مسیر تمام دیجیتالی شدن**

در سال ۱۴۰۱، سفته الکترونیک به عنوان یکی دیگر از راهکارهای ضمانت اعتبار، به فرآیند اعتباردهی دیجی‌پی افزوده شد. به این ترتیب تمام مراحل دریافت اعتبار خرید اقساطی دیجی‌پی، تمام دیجیتالی و با زمانی نزدیک به دریافت بلادرنگ اعتبار قابل انجام شد. در شرایطی که همه مقدمات دریافت اعتبار از جمله رتبه اعتباری کافی برای دریافت‌کننده فراهم باشد، طول مسیر فرآیند وام‌دهی در دیجی‌پی به کمک سفته دیجیتال به کم‌تر از ۱۵ دقیقه تقلیل یافت.

تنوع سرویس های اقساطی



تعداد درخواست‌های ثبت شده برای خدمات اعتباری

بیش از ۲ میلیون درخواست

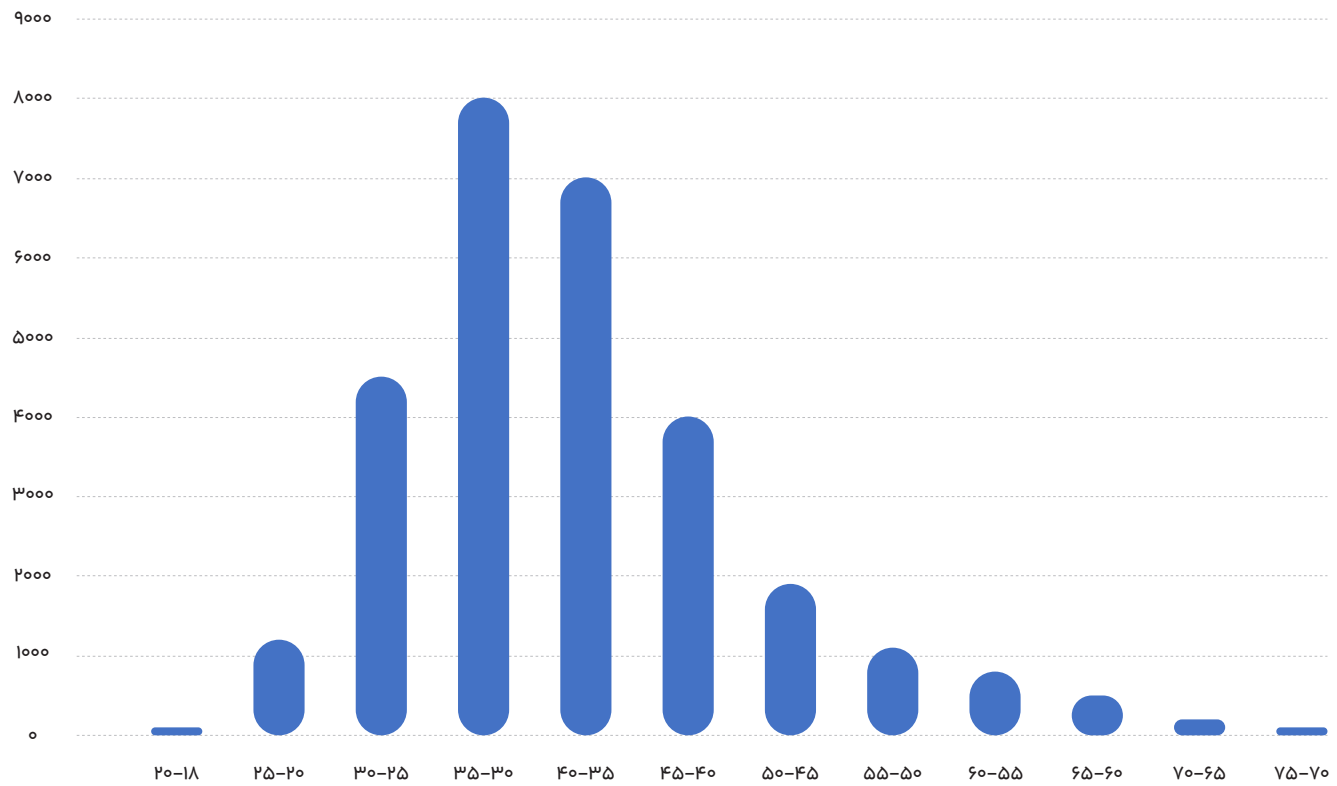
مبلغ درخواست‌های ثبت شده برای خدمات اعتباری

بیش از ۳۰ همت درخواست

مبلغ اعتبارهای خرد اختصاص یافته به کاربران

۱.۲ همت

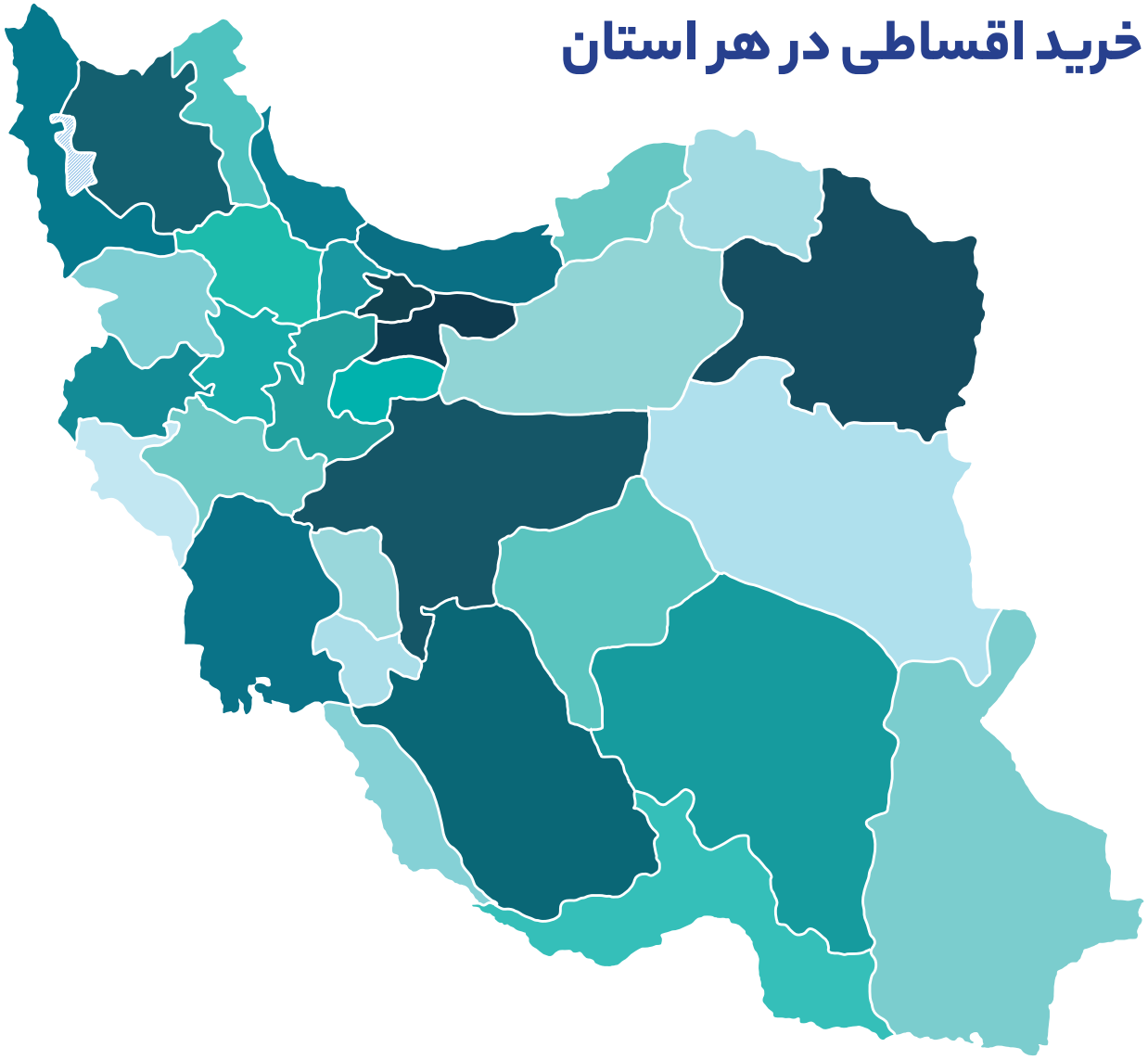
طبقه‌بندی سنی کاربران خرید اقساطی



طبقه‌بندی جنسیتی کاربران خرید اقساطی



تراکم دریافت کنندگان اعتبار خرید اقساطی در هر استان



تراکم بالا

تهران
البرز
خراسان رضوی
اصفهان
آذربایجان شرقی
فارس
مازندران
خوزستان
آذربایجان غربی
گیلان
کرمانشاه
قزوین
کرمان
مرکزی
همدان
قم
زنجان
هرمزگان
اردبیل
یزد
گلستان
لرستان
سیستان و بلوچستان
کردستان
بوشهر
سمنان
چهارمحال و بختیاری
خراسان شمالی
کهگیلویه و بویراحمد
خراسان جنوبی
ایلام

تراکم پایین

محبوب‌ترین کالا خرید اقساطی



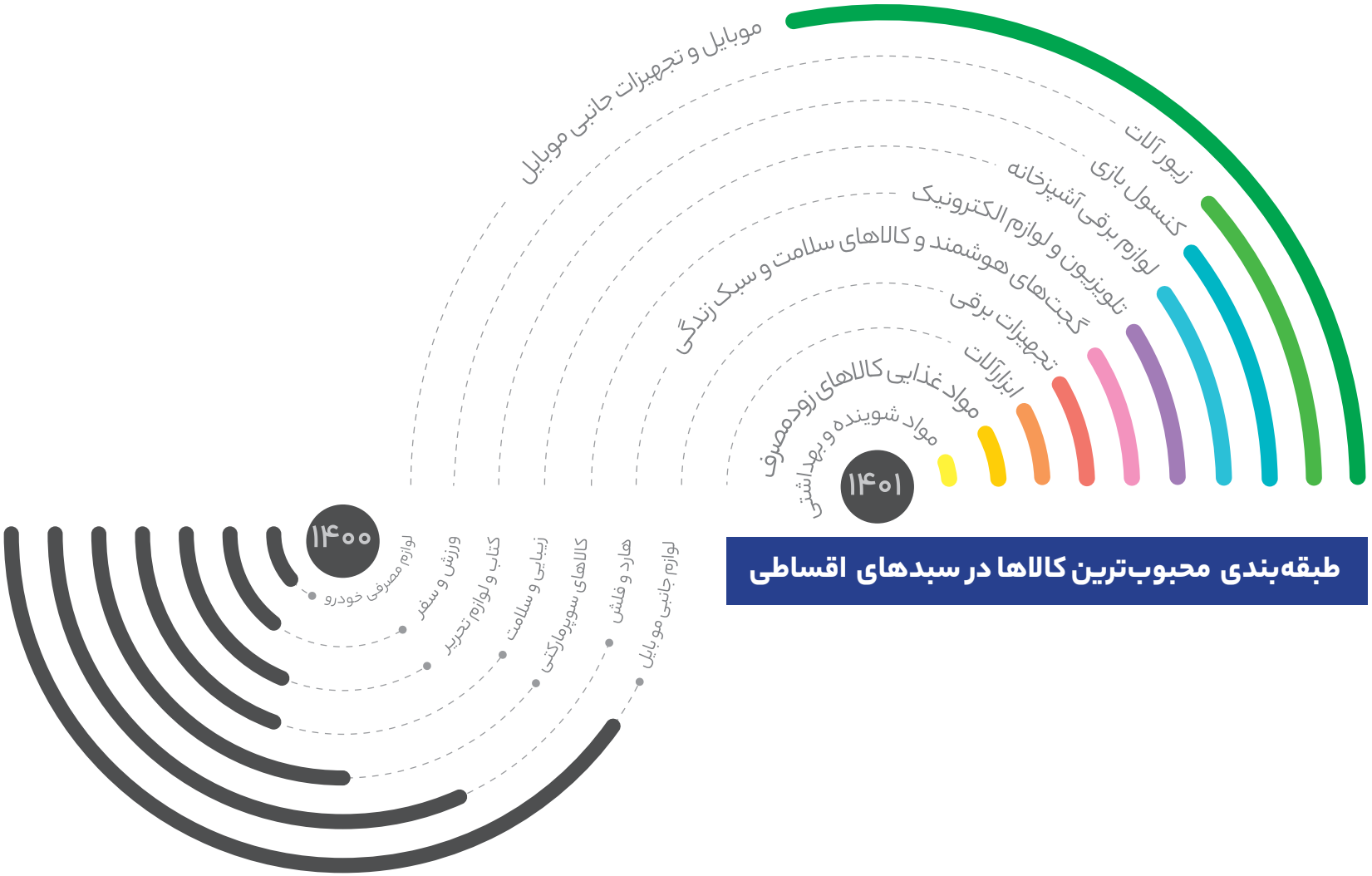
iPhone 13 CH

گوشی موبایل اپل مدل

دو سیم کارت، ظرفیت ۱۲۸ گیگابایت و رم ۴ گیگابایت

۱۰ کالای محبوب بعدی برای خرید اقساطی

- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A32
- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A73 (5G)
- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy S21 FE (5G)
- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A53 (5G)
- گوشی موبایل شیائومی مدل **POCO X4 PRO (5G)**
- گوشی موبایل شیائومی مدل **Redmi Note 11**
- گوشی موبایل اپل مدل iPhone 13 Pro Max
- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A73 5G SM-A736B/DS
- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A13
- گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A13 SM-A137F/DS



طبقه‌بندی محبوب‌ترین کالاها در سبدهای اقساطی

الان بخر، بعدا پرداخت کن! (BNPL)

دیجی‌پی در سه ماهه پایانی سال ۱۴۰۰ با هدف تکمیل سبد محصولات اعتباری و برای پاسخ به نیازهای کاربران برای استفاده از وام‌های کوتاه‌مدت و ارزان‌قیمت، از سرویس خرید اعتباری BNPL یا الان بخر، بعدا پرداخت کن! رونمایی کرد. در سال ۱۴۰۱ این سرویس مراحل بلوغ خود را پشت سر گذاشت و علاوه بر ارائه سرویس به کاربران نهایی، ارائه به کاربران سازمانی هم در دستور کار دیجی‌پی قرار گرفت.

سرویس BNPL علاوه بر آن‌که دسترسی کاربران به وام‌های کوتاه مدت و بدون سود را امکان‌پذیر و تسهیل می‌کند، به کاربرانی که پیشینه استفاده از سرویس‌های اعتباری را نداشته‌اند و رفتار و رتبه اعتباری آن‌ها برای نظام بانکی نامشخص است، کمک می‌کند، رتبه اعتباری خود را در نظام بانکی بهبود دهند.

دیجی‌پی همچنین برای جلوگیری از ایجاد بدهی‌های خارج از توان برای کاربران استفاده‌کننده از این سرویس، تلاش کرده است با تعریف محصولات متناسب با توان بازپرداخت، از این گزند جلوگیری کند.

در سال ۱۴۰۱، سرویس BNPL به دو روش شخصی و سازمانی به کاربران دیجی‌پی ارائه شد:

BNPL برای کاربران نهایی

در این روش کاربران دیجی‌پی، پس از پشت سر گذاشتن مراحل ثبت‌نام و اعتبارسنجی که کم‌تر از ۱ دقیقه زمان نیاز دارد، اعتبار متناسب با رتبه خود را از ۳۰۰ هزار تومان تا ۱ میلیون تومان دریافت می‌کنند (این مبلغ متناسب با رفتار کاربر در بازپرداخت و خوش‌حسابی به مرور افزایش می‌یابد) و برای مصرف کردن آن تا پایان ماه جاری فرصت دارد. پس از آن از یکم تا پنجم ماه بعد مهلت خواهد داشت تا صورت‌حساب خود را بدون سود و کارمزد تسویه و بار دیگر اعتبار دریافت کند. در صورت تاخیر در بازپرداخت، مبلغ جریمه روزشمار به صورت‌حساب کاربر افزوده می‌شود.

BNPL برای کاربران سازمانی

دراین روش که با همکاری سازمان‌ها و برای کارکنان آن‌ها به صورت تضمین شده یا Secured پیاده‌سازی می‌شود، هر کارمند به میزانی که سازمان مشخص کند، اعتبار دریافت می‌کند. سازمان‌ها در این روش متناسب با دستمزد ماهانه و توان بازپرداخت کارکنان، سقفی را برای استفاده ماهانه هر کاربر از BNPL سازمانی مشخص می‌کنند. روش تسویه حساب و بازپرداخت در این حالت هم کاملا مشابه کاربران نهایی‌ست.

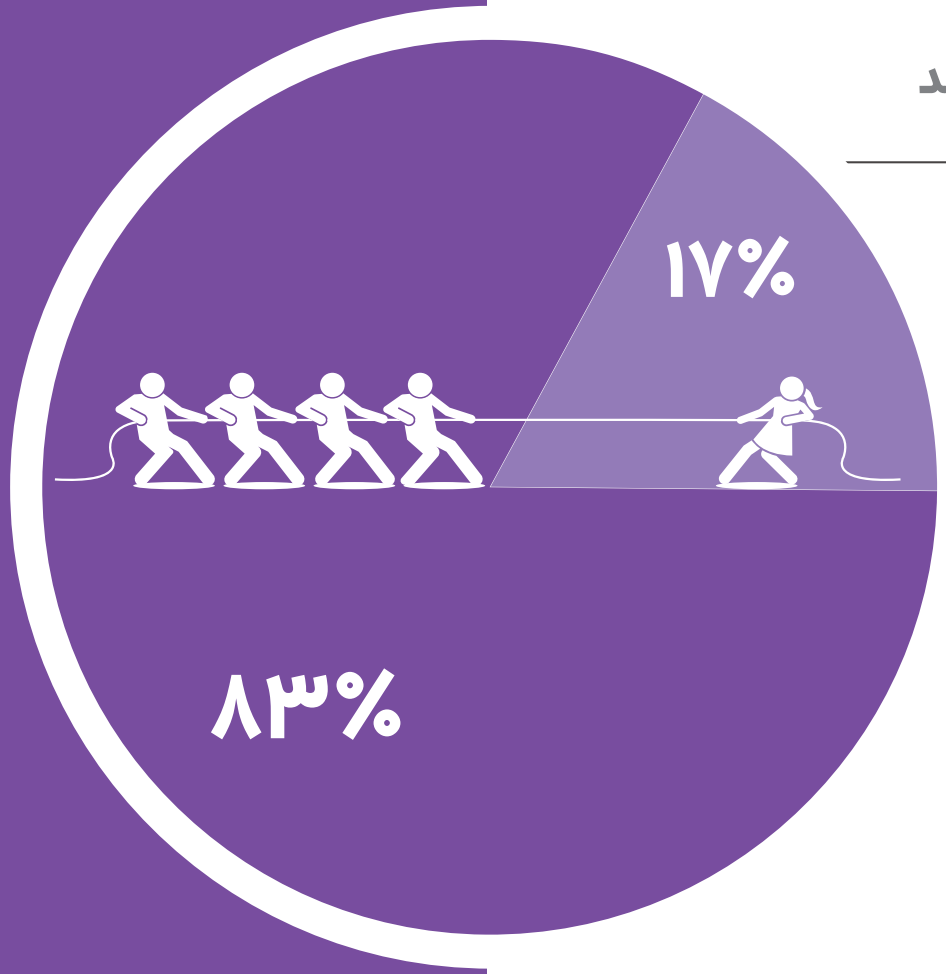
تعدا کاربران دریافت کننده اعتبار BNPL:

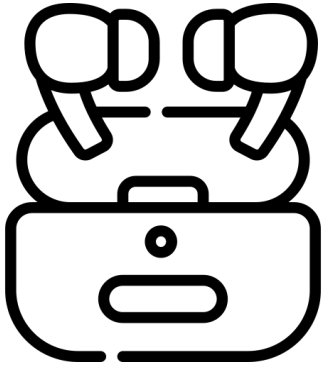
بیش از ۲ میلیون اعتبار به ۶۱۰ هزار کاربر یکتا

مبلغ اعتبارهای BNPL اعطا شده:

۱ همت

آقایان به خرید اعتباری علاقه بیشتری نشان می‌دهند

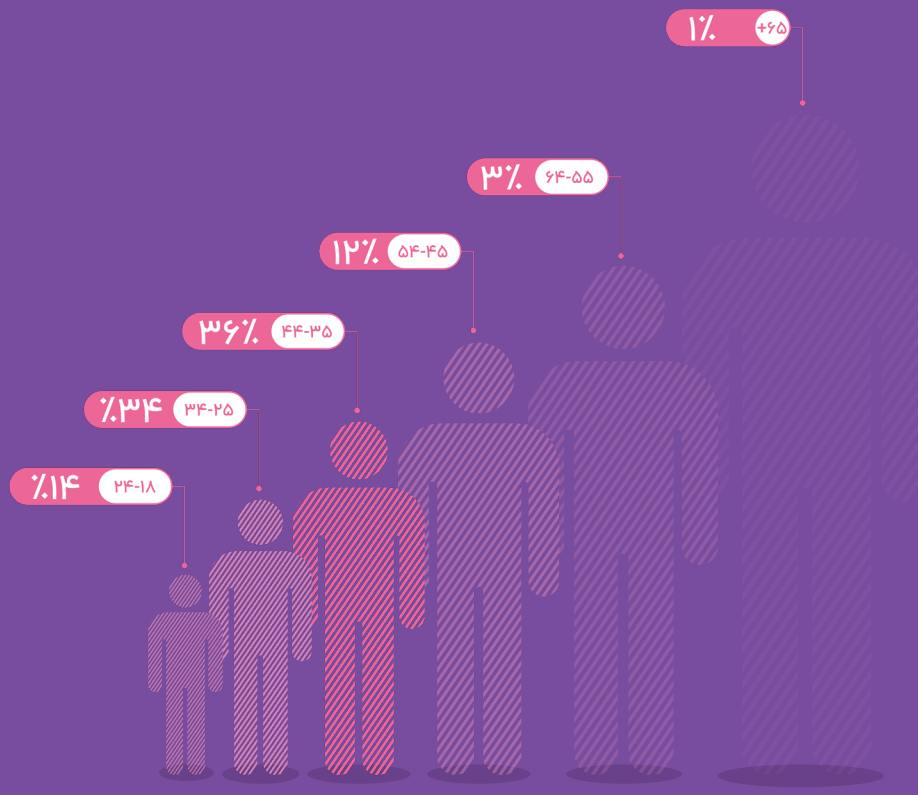




محبوب‌ترین کالای خرید شده با اعتبار **BNPL**

هندزفری بلوتوثی

طبقه بندی سنی کاربران BNPL



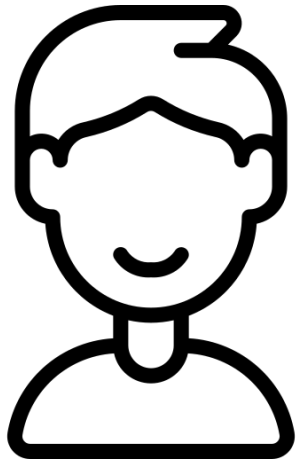
محبوب‌ترین کالاها برای خریداران BNPL

- لوازم جانبی موبایل
- مواد غذایی سوپرمارکتی
- لوازم‌التحریر
- مواد شوینده و بهداشتی
- ماسک تنفسی
- تجهیزات صوتی
- عطر و لوازم بهداشتی
- پوشاک
- اکسسوری
- ویتامین‌ها و مکمل‌های غذایی

بیشترین میزان خرید BNPL

بیشترین میزان استفاده از BNPL مربوط به کاربری‌ست که تا کنون ۹۴ سبد خرید اعتباری به ارزش ۱۰۶ میلیون تومان را به روش اعتباری خریداری کرده است.

برخی از کالاهای مورد علاقه این کاربر خوش‌پوش، هنرمند و دست به آچار




پولوشرت آستین کوتاه مردانه

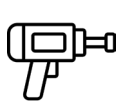

لپ تاپ ۱۵٫۶ اینچی


بند عینک مردانه


لامپ ال ای دی هوشمند


ترازوی هوشمند


ادو پرفیوم مردانه

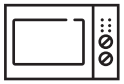

دریل پیچ گوشتی شارژی


انبردست


چکش


میخ


پیچ و رولپلاک


مایکروویو


پایه گیتار


قهوه فرانسه


قهوه اسپرسو

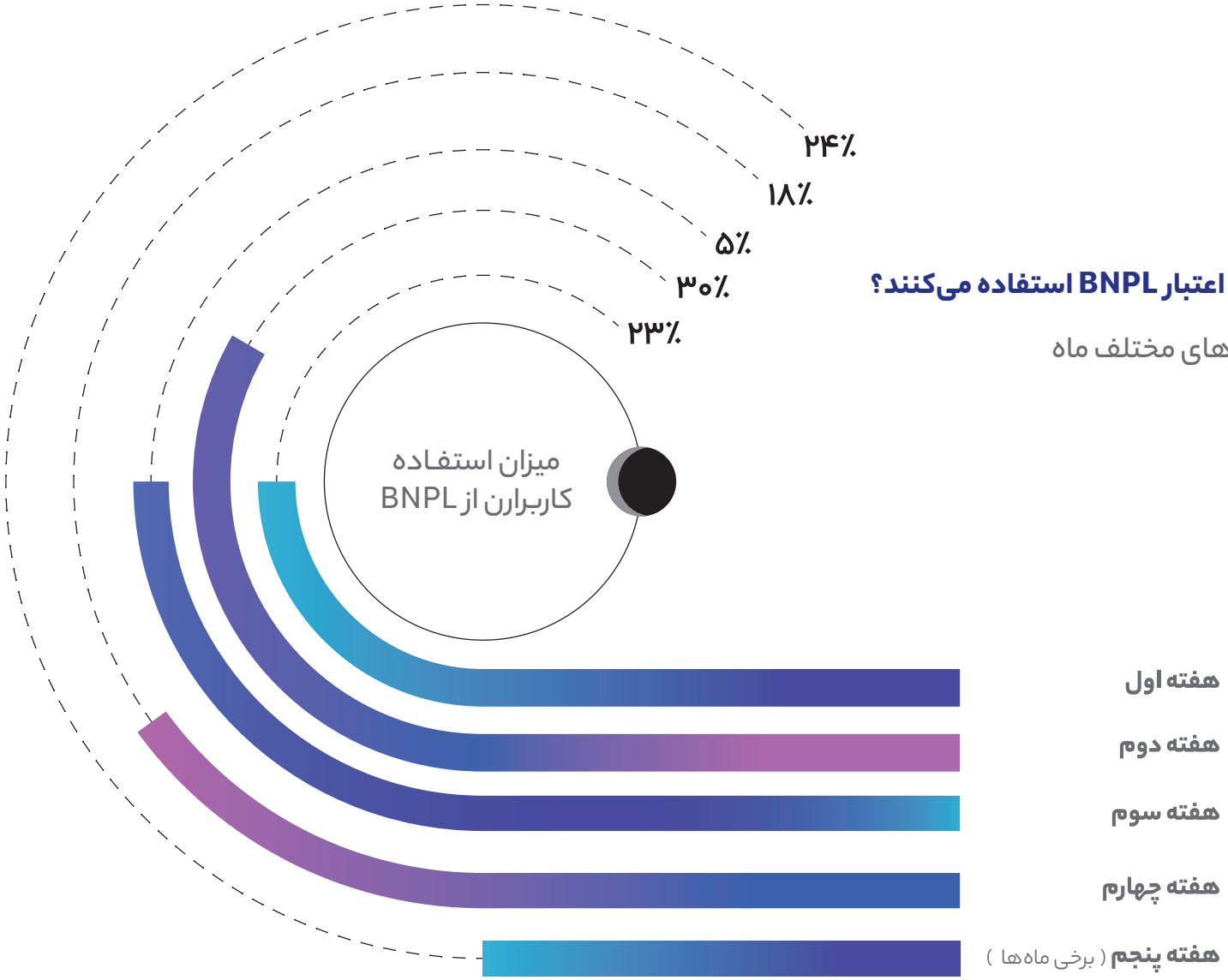

کابل تبدیل VGA


شلوار مردانه


پیچ و مهره

کاربران در چه روزهایی از ماه بیشتر از اعتبار BNPL استفاده می‌کنند؟

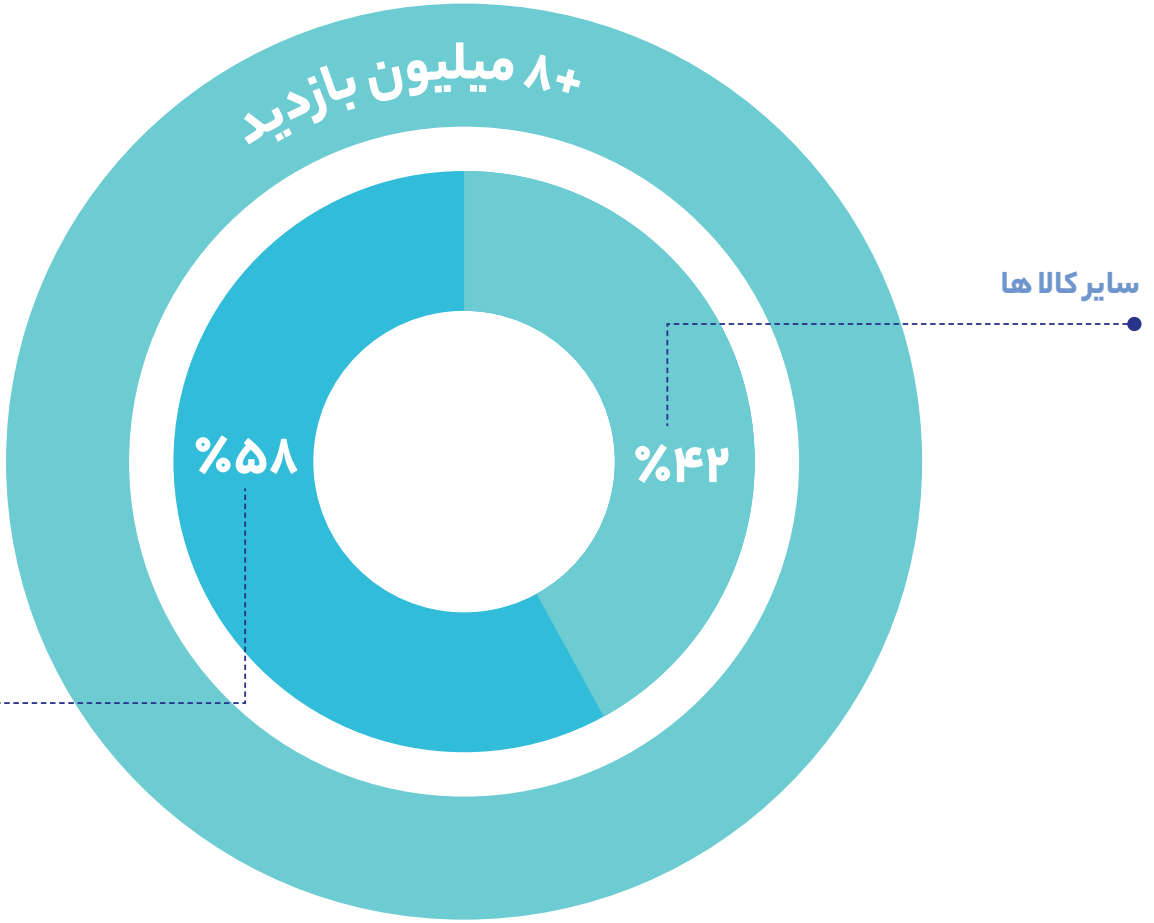
الگوی خرید اعتباری کاربران در هفته‌های مختلف ماه



گزارش سالانه دیجی‌پی

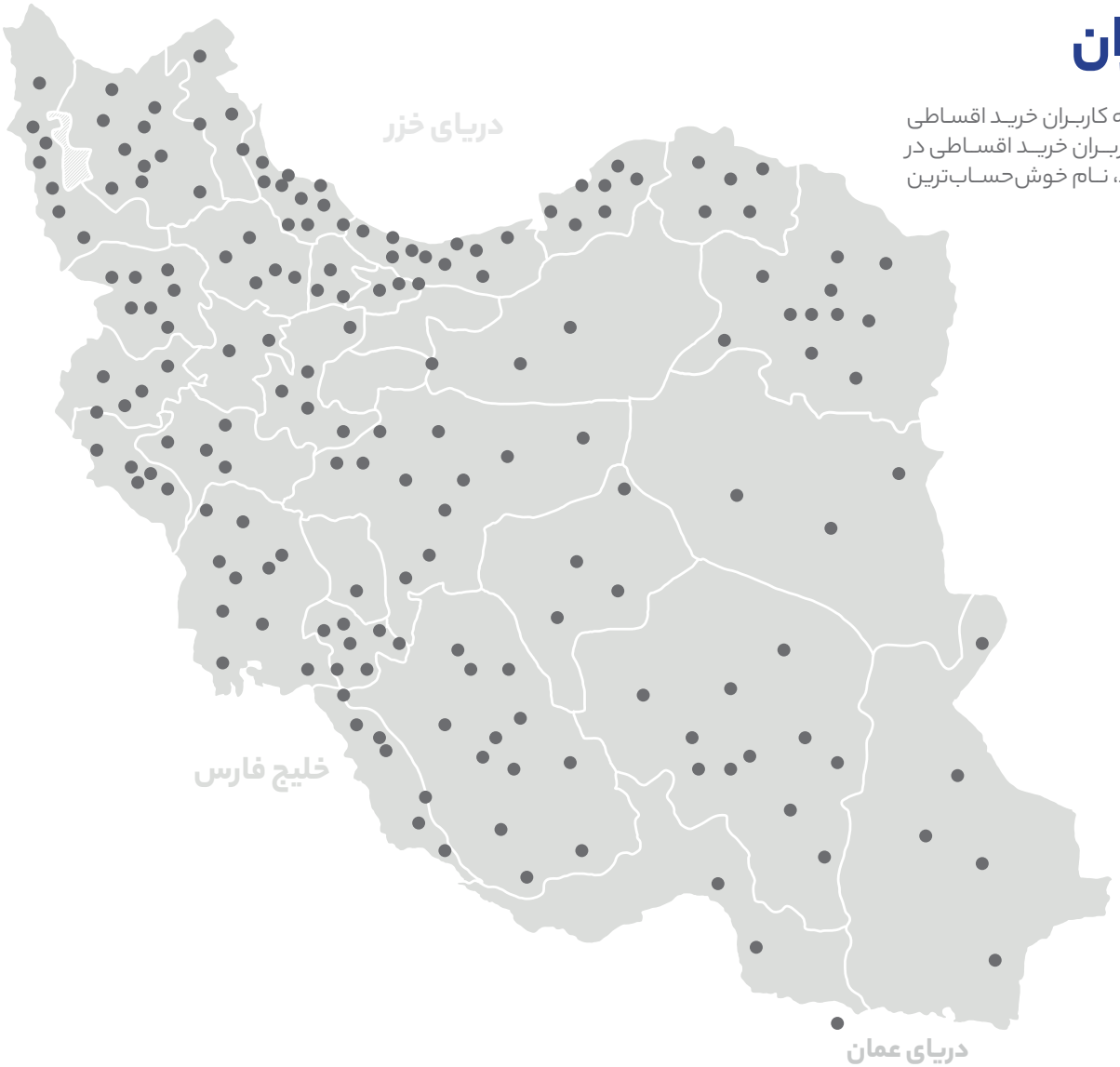
رفتار کاربران خرید اقساطی

کاربران بازدید کننده از صفحه خرید اقساطی



خوش‌حساب‌ترین شهرهای ایران

در سال ۱۴۰۱ دیجی‌پی در بیش از ۳۰۰ نقطه شهری و روستایی در کشور، به کاربران خرید اقساطی اعتبار اختصاص داده است. نرخ نکول (تاخیر در بازپرداخت اقساط) کاربران خرید اقساطی در ۱۸۰ شهر و روستا در کشور صفر بوده است. در این فهرست می‌توانید، نام خوش‌حساب‌ترین شهرهای کشور را ملاحظه کنید



پارس‌آباد
تنکابن
ایرانشهر
ساری
ترکمن
نور
بستک
قائم‌شهر
امیدیه
محلات
چناران
مراغه
فردوس
خمین
سیرجان
بوکان
گلپایگان
رودبار
خرمدره
ساوه
زرند
بوئین‌زهرا
مرند
اسلام‌آباد غرب
عسلویه
زابل
خمینی‌شهر
مشگین‌شهر
کوهدشت
اقلید
جیرفت
ورامین
سنقر
رودبار جنوب
خلخال
لنجان
دلفان
لردگان

لنگرود
بم
خدابنده
سراب
دامغان
بندر انزلی
خوانسار
رامسر
فومَن
اندیمشک
الیگودرز
تاکستان
آبیک
عباس آباد
دیواندره
سیاهکل
فریمان
قوچان
گرمی
میانه
شهرضا
گنبد کاووس
جم
تویسرکان
مرودشت
رفسنجان
اَملَش
میبد
کنگان
محمودآباد
پیرانشهر
مبارکه
رودسر
بجنورد
پل‌دختر
باخرز
نی‌ریز
ماکو

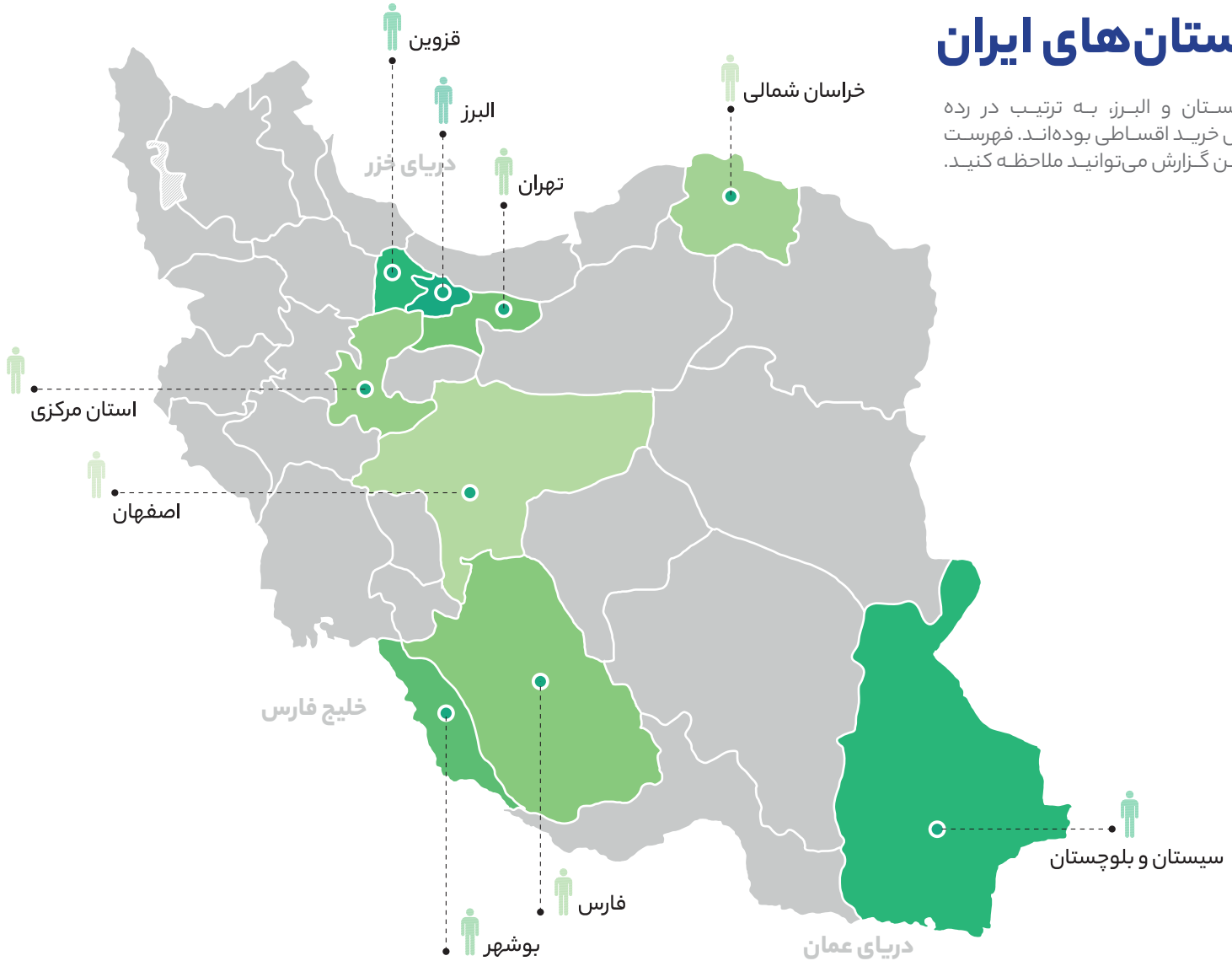
اسفراین
شیروان
آق‌قلا
قشم
چالدران
چادگان
چرداول
شوط
فارسان
بیجار
گناوه
خلیل‌آباد
سلماس
پاوه
سروستان
فراهان
لامِرد
میامي
لارستان
آستارا
درگز
فیروزآباد
اشتهارد
جهرم
فراشبند
سلطانیه
دنا
دشتستان
جوین
ملکان
فاروج
خواف
نیك شهر
اسدآباد
علی‌آباد
سوادکوه
شوش
اردکان

آزادشهر
سپیدان
سرپل ذهاب
سیب و سوران
خمیر
مهدی‌شهر
داراب
فسا
گیلان غرب
ماه‌نشان
اردستان
میاندورود
ورزقان
کلاردشت
گتوند
دشت آزادگان
سامان
دلیجان
ازنا
زیرکوه
فیروزکوه
آباده
شادگان
نطنز
آران و بیدگل
بدره
بهبهان
فریدونکنار
شفت
هوراند
بیله‌سوار
استهبان
قصر شیرین
باوي
کامیاران
برخوار
جغتاي
مریوان

مهر
آوج
دهگلان
مهریز
جویبار
طبس
کنارک
خوشاب
بستان‌آباد
لالی
فیروزه
شوشتر
تیران و کرون
اشنویه
بوانات
قیر و کارزین
گناباد
سرباز
کنگاور
بانه
رضوانشهر
مه ولات
تنگستان
گچساران
زرین‌دشت
ملکشاهي
صحنه
صومعه‌سرا

خوش‌حساب‌ترین استان‌های ایران

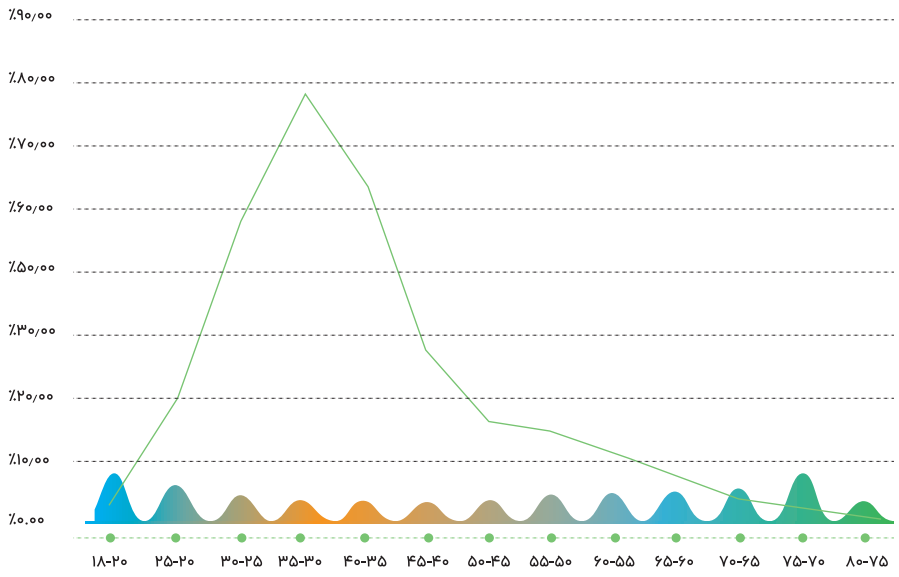
مردم استان‌های قزوین، سیستان و بلوچستان و البرز، به ترتیب در رده خوش‌حساب‌ترین کاربران دیجی‌پی در سرویس خرید اقساطی بوده‌اند. فهرست سایر استان‌های خوش‌حساب هم در ادامه این گزارش می‌توانید ملاحظه کنید.



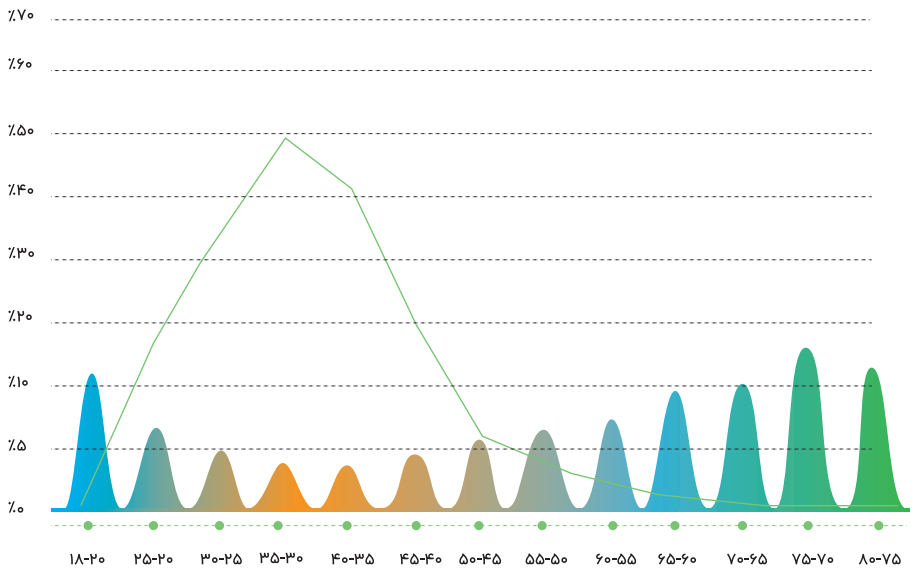
میان‌سالانِ خوش‌حساب

در تصاویر زیر نمودار خطی مبالغ تسهیلات دریافت شده در بازه‌های سنی مختلف را نشان می‌دهد و نمودار میله‌ای نمایان‌گر میزان عدم بازپرداخت بدهی در سررسید اقساط است. بررسی وضعیت بازپرداخت اقساط کاربران نشان می‌دهد که کاربران در بازه سنی ۳۰ تا ۵۰ سال با وجود آن‌که بیشتر سهم از مبالغ وام‌های دریافتی را به خود اختصاص می‌دهند، کم‌ترین تاخیر در بازپرداخت را نشان داده‌اند.

نکول در بازپرداخت اقساط براساس بازه سنی در خرید اقساطی

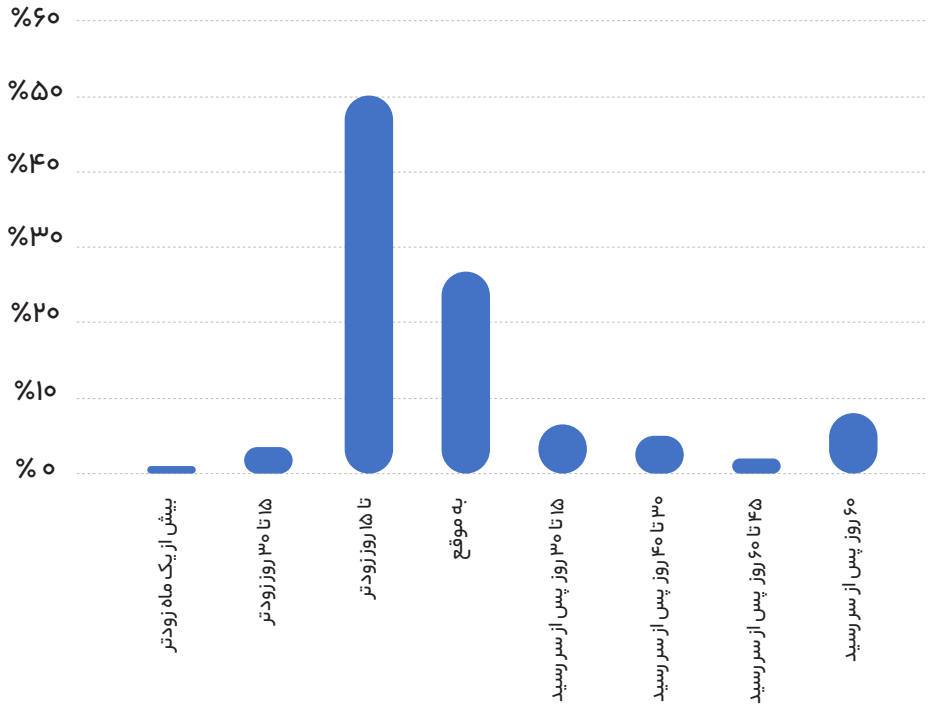


نکول در تسویه صورت‌حساب BNPL براساس بازه سنی

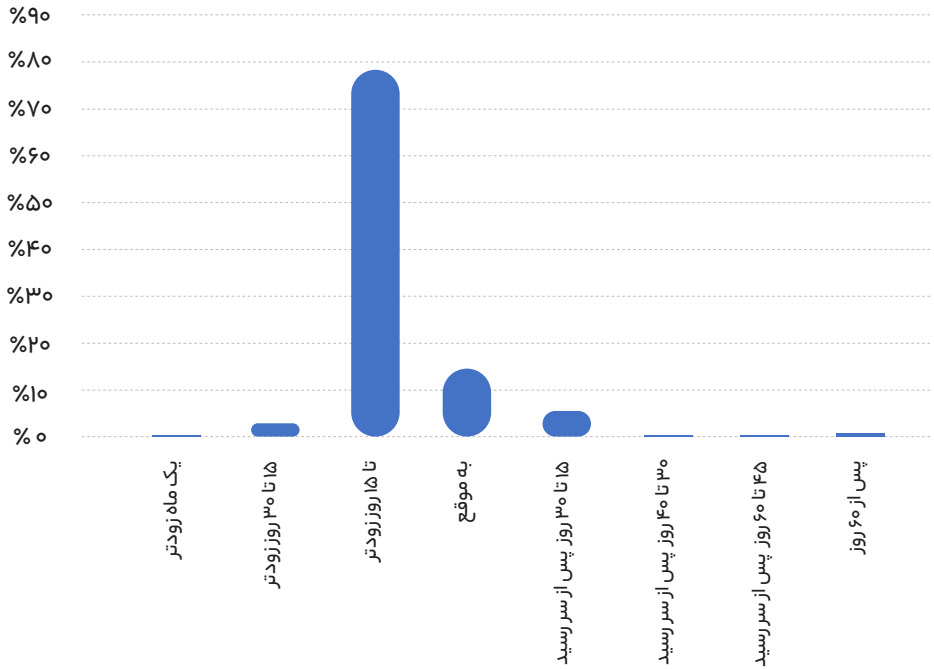



Bisotun
Kermanshah
520 BC
The world's largest inscription, and the first known Iranian text.
UNESCO World Heritage
Ziggurat
Susa
Built about 1250 BC
"The first religious building in iran"
UNESCO World Heritage
Prayer time: 12-14pm

الگوی رفتار کاربران دیجی‌پی در پرداخت اقساط

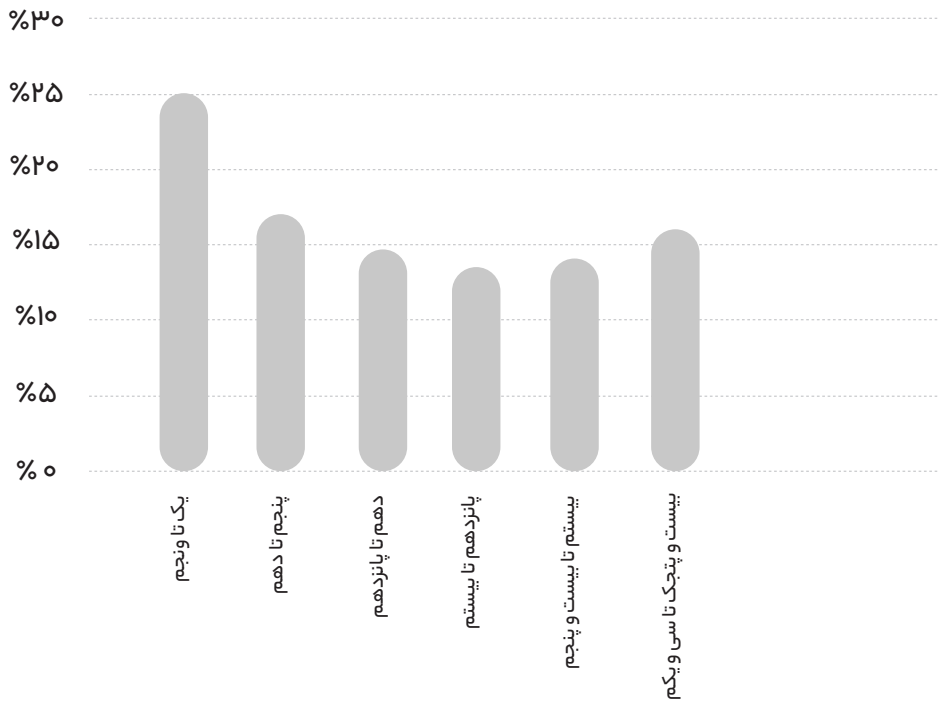


الگوی پرداخت اقساط کاربران خرید اقساطی

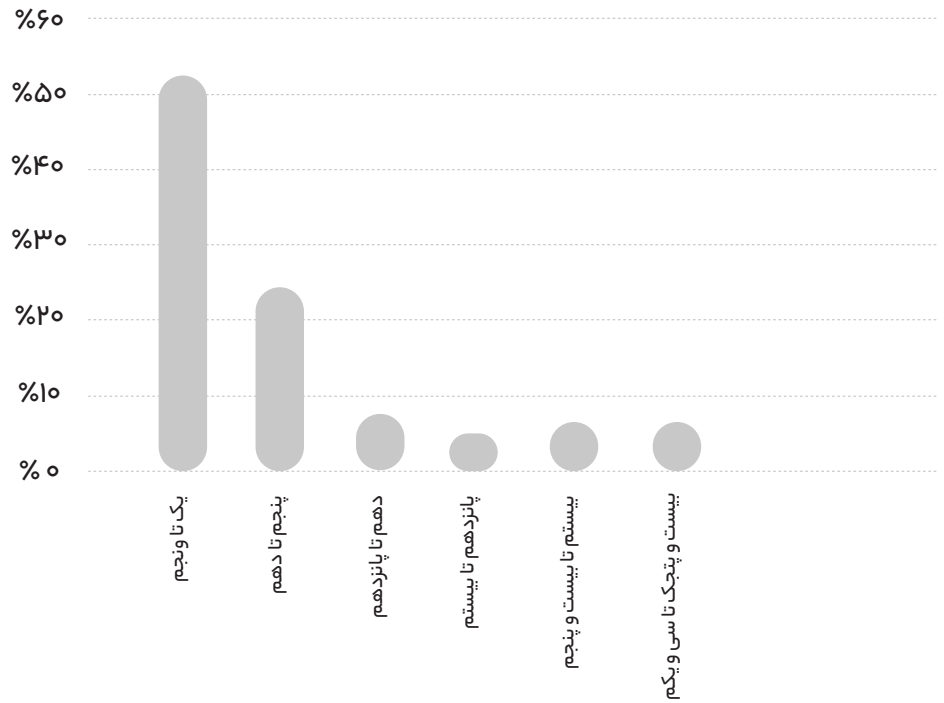


الگوی تسویه صورت‌حساب در BNPL

کاربران بیشتر در چه روزهایی از ماه اقساط خود را پرداخت می‌کنند؟

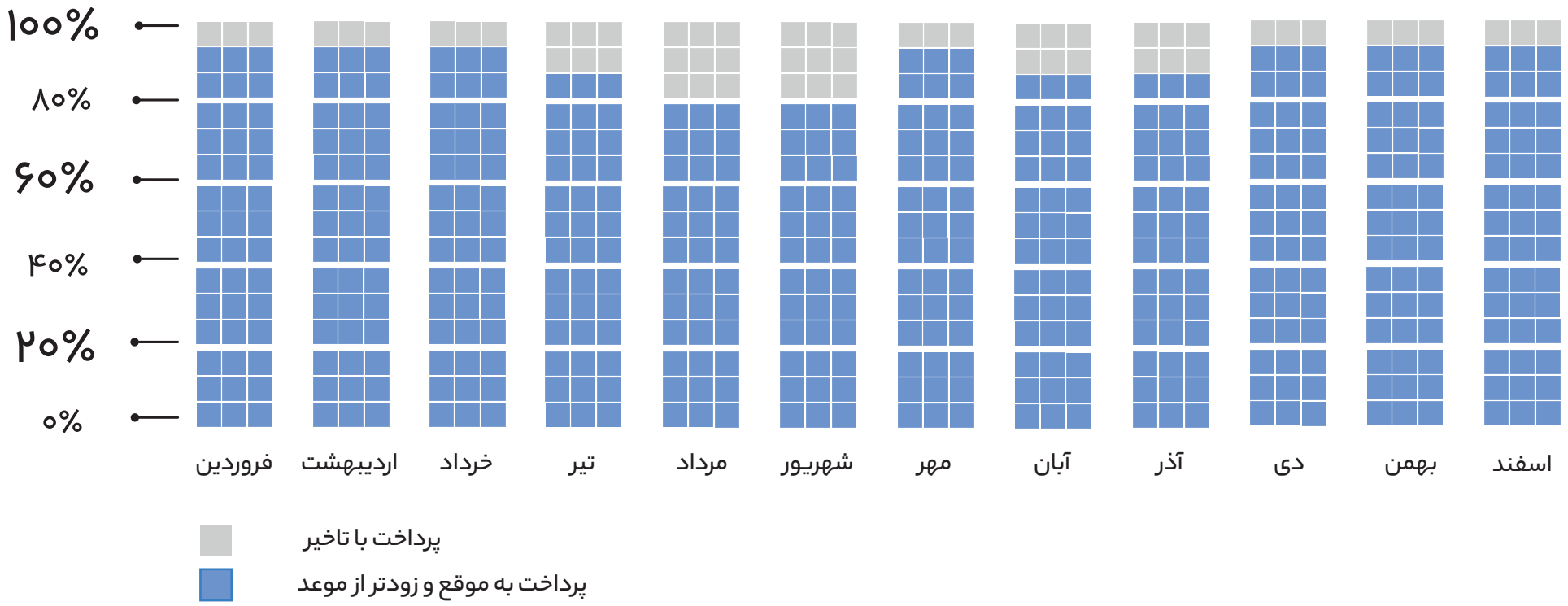


روزهای پرداخت اقساط در خرید اقساطی

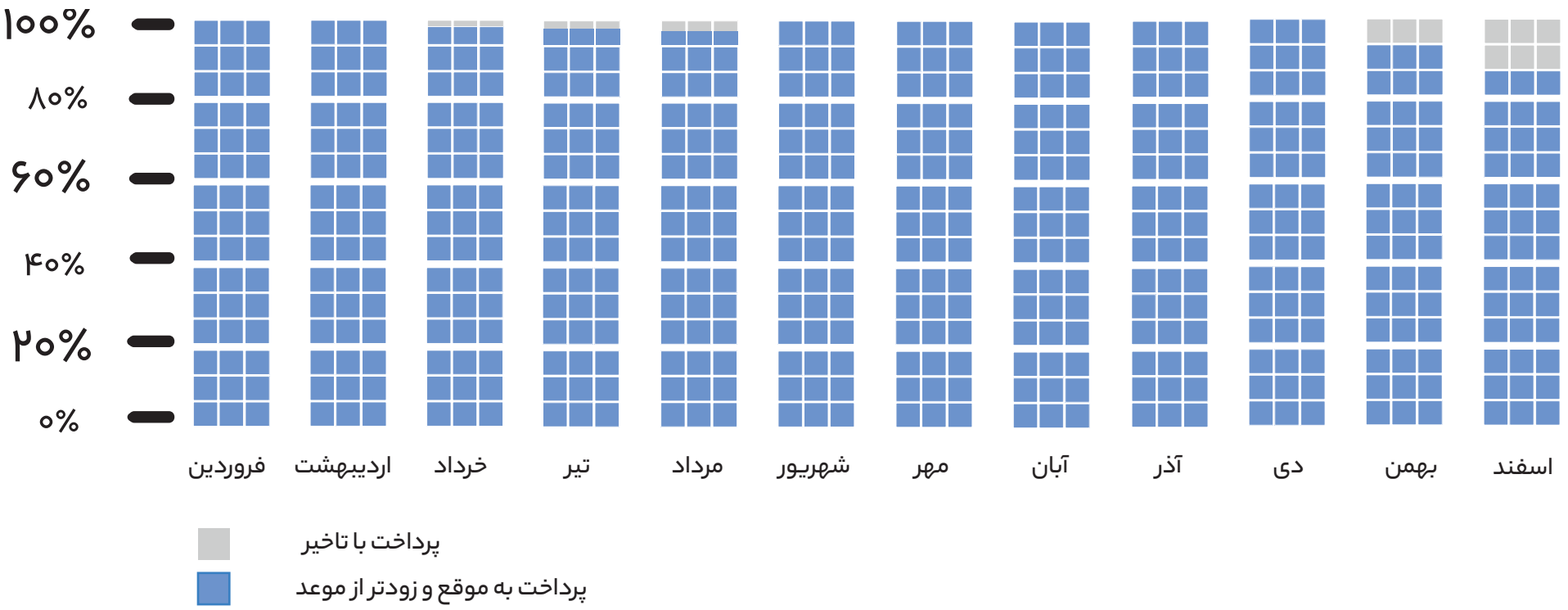


روزهای پرداخت صورتحساب در BNPL

نمودار رفتار کاربران خرید اقساطی در بازپرداخت در هر ماه



نمودار رفتار کاربران خرید اعتباری (BNPL) در بازپرداخت در هر ماه



گزارش سالانه دیجی‌پی

تامین مالی زنجیره تامین (SCF)

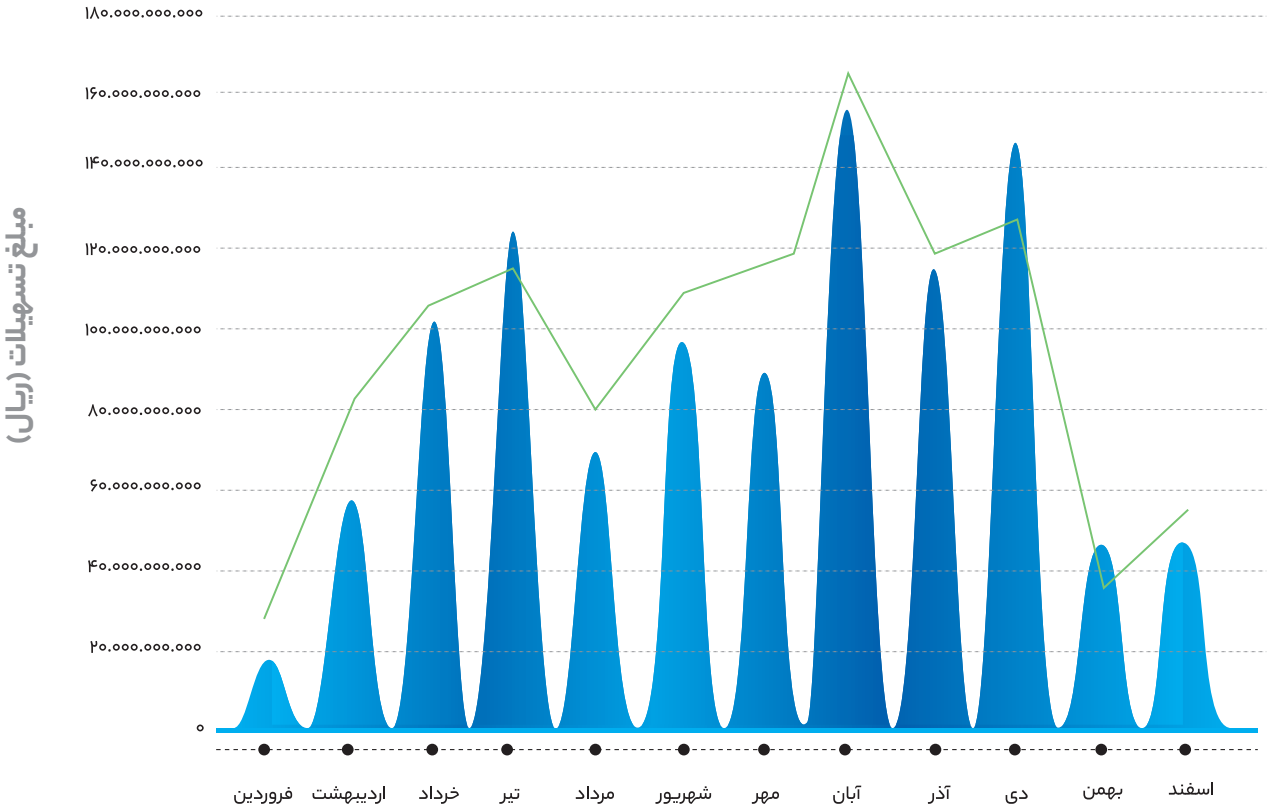
تامین مالی زنجیره تامین در سالی که گذشت

تامین مالی زنجیره تامین یا SCF

تامین سرمایه بنگاه‌های کوچک و متوسط که از حلقه‌های اصلی زنجیره تامین‌اند، به ویژه در پلتفرم‌های آنلاین و کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک، تاثیر مستقیم بر رشد اقتصاد دیجیتال کشور دارد. توانایی این بنگاه ها در دست‌یابی سریع‌تر و به موقع به سرمایه‌های در گردش، به غنای زنجیره تامین منجر خواهد شد. افزون بر این تامین مالی این بنگاه‌ها به رشد کارآفرینی، پویایی، انعطاف‌پذیری و بازدهی بالاتر تجارت الکترونیک کمک خواهد کرد. تامین مالی زنجیره تامین (SCF)، روشی خلاقانه و تکنولوژی محور است که با تامین مالی سرمایه‌های فروشندگان و تامین کنندگان مارکت‌پلیس‌ها، کمک می کند،

این بنگاه‌های اقتصادی سریع تر به سرمایه در گردش خود دسترسی پیدا و برای تکمیل این زنجیره ارزش توانمندتر عمل کنند.

دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ با تمرکز جدی بر این خدمات،به جامعه بزرگ‌تری از فروشندگان و تامین‌کنندگان دیجی‌کالا کمک کرد تا سریع‌تر از قبل به سرمایه و درآمد حاصل ار فروش خود در مارکت‌پلیس دست پیدا کنند.



تعداد کل تامین‌کنندگانی که سرویس را دریافت کردند:

+۳۰۰۰ تامین‌کننده

مبلغ کل اعتبارهای اعطا شده:

۱۱۰ میلیارد تومان

پرداخت الکترونیک

درگاه یکپارچه پرداخت و کیف پول دیجی‌پی در سالی که گذشت

درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی (UPG)

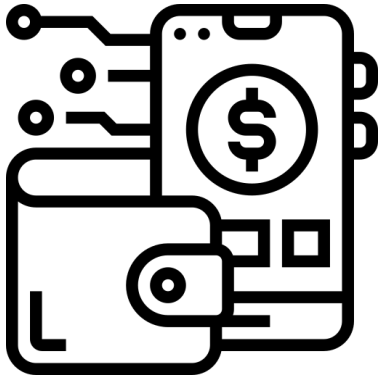
درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی (UPG) راهکاری جامع شامل درگاه پرداخت هوشمند (Smart IPG) درگاه پرداخت اعتباری (BPG) درگاه پرداخت اقساطی (CPG) و کیف پول الکترونیک است که به صورت یکپارچه در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد.
این محصول با رویکرد ایجاد محصول امن و نوآورانه و با محوریت درگاه پرداخت هوشمند، توسعه پیدا کرد و در سال ۱۴۰۱ به صورت رسمی معرفی شد.
پیاده‌سازی UPG هم‌زمان با فعال‌کردن انواع شیوه‌های پرداختی در لحظه انجام تراکنش به‌سرعت و با کم‌ترین تغییرات از سمت پذیرنده انجام و در صورت فعال‌بودن کیف پول و استفاده از تسهیلات خرید اقساطی، امکان انتخاب پرداخت از انواع درگاه متناسب با مانده موجودی فرد میسر می‌شود.



مهم‌ترین مزایای درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی

– تنوع درگاه‌های پرداخت مختلف به‌صورت یکپارچه در یک محصول
– بازگشت وجه کالاهای مرجوعی (Refund) به کاربران منصرف از خرید
– سهولت پیاده‌سازی محصول برای پذیرنده
– کیفیت بالای سرویس ارائه شده با توجه به همکاری باPSP های برتر کشو
– اخذ ترمینال در کمتر از یک روز کاری

کیف پول الکترونیک دیجی‌پی



دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ از نسخه جدید و توسعه یافته کیف پول الکترونیک خود که مزایای بسیاری نسبت به نسخه قبلی داشت رونمایی کرد.

ویژگی‌های پیاده شده جدید

- قابلیت سفارشی‌سازی برای مشتری خاص با کمترین پیاده‌سازی
- امکان استفاده از محصولاتی نظیر Refund (بازگشت وجه) و خرید اقساطی و ...
- چند پلتفرمی بودن حساب بانک‌های عامل در سرویس کیف پول
- پشتیبانی از قابلیت Multi Wallet که به کمک آن کاربر می‌تواند چندین کیف پول از گونه‌های مختلف مانند کیف پول نقدی، اعتباری، بن‌کارت یا کارت هدیه و... را به صورت هم‌زمان داشته باشد
- پشتیبانی از سطوح مختلف کاربری باتوجه به سابقه و رتبه KYC کاربر
- خرج پذیری متنوع
- امنیت بالا
- همسویی با نظام کارمزد کشور
- ارائه مشوق‌های مالی به کاربر و تسهیل رصد تراکنش‌های مالی
- انتقال وجه سریع و ارزان
- کاهش محدودیت‌های واریز و برداشت از کیف پول

درگاه یکپارچه پرداخت (UPG) و کیف پول

تعداد تراکنش‌های موفق درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی
+۵۲ میلیون

تعداد تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول*
+۱۰ میلیون تراکنش

مبلغ کل تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول
۱/۵ همت

تعداد تراکنش‌های موفق واریز به کیف پول (Cash In)
۱/۸ میلیون

مبلغ تراکنش‌های موفق واریز به کیف پول
+۴۰۰ میلیارد تومان

تعداد تراکنش‌های موفق برداشت از کیف پول به حساب بانکی (**Cash Out**)
+۱ میلیون تراکنش

مبلغ کل تراکنش‌های موفق برداشت از کیف پول به حساب بانکی (**Cash Out**)
۳۴۳ میلیارد تومان

تعداد کل تراکنش‌های موفق کیف به کیف
+۱۳۱ هزار

مبلغ کل تراکنش‌های موفق کیف به کیف
+۹ میلیارد تومان

* نزدیک به ۲۰ درصد از تراکنش‌ها در سال گذشته بر بستر کیف پول انجام شده است.

گزارش سالانه دیجی‌پی

تعیین رتبه اعتباری و احراز هویت

اعتبارسنجی یا تعیین رتبه اعتباری از جمله مراحلی‌ست که کاربران خرید اعتباری و اقساطی برای دریافت تسهیلات باید با موفقیت طی کنند.

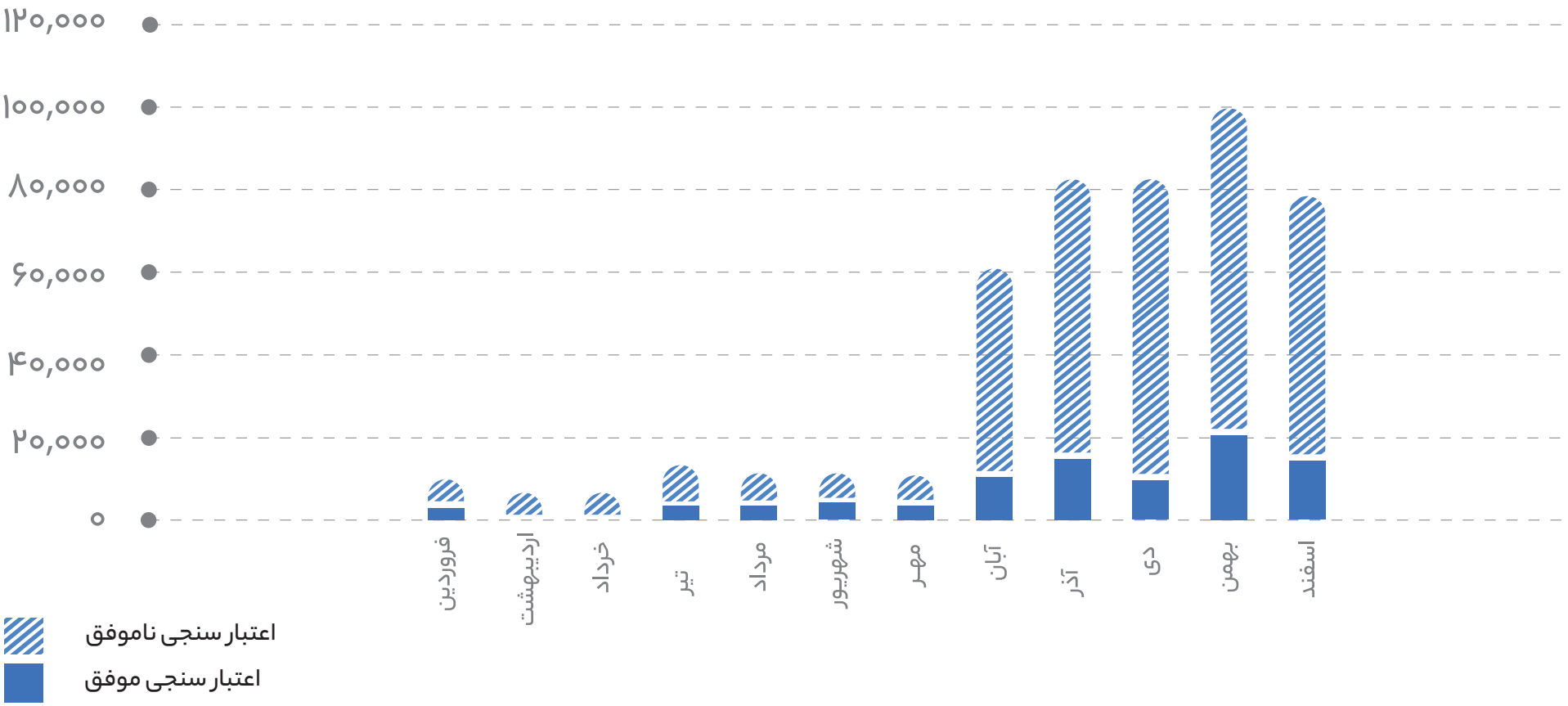
۱۱۵,۶۱۹ اعتبارسنجی موفق

۵۳۸,۵۴۰ فرایند اعتبارسنجی انجام شده

کاربرانی که رتبه اعتباری کافی برای دریافت تسهیلات را به دست آورند اصطلاحا مرحله اعتبارسنجی را با موفقیت طی می‌کنند و در غیر این صورت اعتبارسنجی آن‌ها ناموفق خواهد بود.

۹۰,۳۸۹ کاربر در فرآیند تسهیلات خرید اقساطی

۲۵,۲۳۰ کاربر در فرآیند تسهیلات BNPL



گزارش سالانه دیجی‌پی

مدیریت ثروت و فناوری‌های بیمه

مدیریت ثروت

سرویس مدیریت ثروت دیجی‌پی با هدف امکان سرمایه گذاری خرد برای تمامی مشتریان سوپراپلیکیشن دیجی‌پی با همکاری گروه مالی فارابی در شهریور ماه ۱۴۰۱ به صورت آزمایشی رونمایی شد. اولین طرح‌های سرمایه‌گذاری این محصول طرح‌های مرتبط با بازار سرمایه بود. دو صندوق درآمد ثابت اکسیر دوم و سهامی اکسیر اول برای سرمایه‌گذاران با ریسک‌پذیری مختلف در دسترس قرار گرفت تا افراد با اهداف و نیازهای متفاوت بتوانند در این طرح‌ها سرمایه‌گذاری کنند. مدیریت ثروت دیجی‌پی نیز مانند سیاست گروه دیجی‌کالا سیاست مارکت‌پلیس در حوزه سرمایه‌گذاری را پیش گرفته است و با ایجاد تنوع و مشاوره هوشمند به دنبال شخصی‌سازی بیشتر متناسب با نیازهای پیچیده مشتریان در این حوزه است. دستاوردهای زیر حاصل فعالیت محصول مدیریت ثروت دیجی‌پی در طول ۶ ماه گذشته و در فاز آزمایشی است.

تعداد مشاوره‌های سبدگردان	تعداد کاربران سنجش ریسک	تعداد تراکنش‌های انجام شده	تعداد کاربران	تعداد درخواست‌های مشاوره
۶۶۷	۲۹,۰۳۰	۱۴۹۸۰+	۷۰,۱۶۱	۲۵,۴۷۴

فناوری‌های بیمه

دیجی‌پی با هدف خلق ارزش و ایجاد تجربه لذت بخش از آسودگی خاطر میان ذی‌نفعان صنعت بیمه در سال ۱۴۰۱ به صورت رسمی وارد صنعت اینشورتک و فناوری‌های بیمه شد. هدف از این ورود ایجاد محصولی بود که برای طیف قابل توجهی از افراد جامعه به‌ویژه طبقه متوسط که اتفاقا مخاطبان اصلی صنعت بیمه هم هستند، کاربردی و قابل استفاده باشد.. داشتن یک بسته کامل بیمه‌ای شخصی سازی شده، کاربردی و قابل استفاده به همراه سرویس‌ها و خدمات هوشمند و مناسب که تا قبل از این محدود به طبقه خاصی از جامعه بوده است، تقریبا غیر ممکن و نشدنی بود. علاوه بر این تحقیقات نشان می‌داد که کاربران از به کار بردن عبارت بیمه و بیمه‌نامه، تجربه و حس خوشایندی نداشتند و آن را با پرداخت بی‌هدف هزینه بدون اطمینان از تضمین، برابر می‌دانستند.
سر دیگر این موضوع شرکت‌های بیمه، نمایندگان و سایر بازیگران صنعت بیمه حضور دارند که دغدغه‌هایی متنوع و به حق همچون کسب نقدینگی و حفظ سودآوری پرتفوی بیمه‌ای و نسبت خسارت، امکان دسترسی آزاد و منصفانه به بازار بیمه آنلاین کشور و به‌ویژه شهروندان دیجیتال دارند.
دیجی‌پی در این میان تلاش کرده است با به کارگیری دانش، تخصص، ابزارها و منابع در دست با طراحی مدل‌های کسب و کار حرفه‌ای ، دقیق و مبتنی بر تجربه عمیق نقش پررنگ و سازنده‌ای در چرخه ارزش صنعت بیمه بر عهده گیرد و بستر خوبی برای تولید ارزش برای ذینفعان این صنعت و بازار بیمه ایجاد کند.
بیمه تجهیزات الکترونیک و دیجیتال که برای کاربران دیجی‌کالا پیاده‌سازی شده بود و بیمه تسهیلات اعطایی به کاربران خرید اقساطی دیجی‌پی، دو پروژه موفقی بود که در سال ۱۴۰۱ در خط کسب‌وکاری بیمه پیاده‌سازی و اجرا شدند.

ارزش بیمه‌نامه‌های صادر شده	تعداد بیمه‌نامه‌های صادر شده در سال ۱۴۰۱
۶ میلیارد تومان	۱۲۳,۰۶۹ بیمه‌نامه

گزارش سالانه دیجی‌پی

مرکز عملیات و خدمات مشتریان

مرکز عملیات

مرکز پشتیبانی و عملیات دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ با چالش‌های بسیاری دست‌وپنجه نرم کرد. افزایش تعداد درخواست‌کنندگان اعتبار خرید اقساطی، تعدد سرویس‌هایی که دیجی‌پی برای خدمات رسانی از آن‌ها استفاده می‌کند و تاثیر پایداری و کیفیت آن‌ها بر کیفیت خدمات دیجی‌پی، افزایش تعداد پذیرندگان و افزایش تعداد تماس‌های تلفنی در زمان‌هایی که پاسخ‌گویی آنلاین به دلیل مشکلات اینترنت با دشواری و اختلال همراه بود، از جمله مهم‌ترین چالش‌های خدمات پشتیبانی دیجی‌پی در یک‌سال گذشته بوده است. با این همه با تلاش شبانه‌روزی همکاران بخش پشتیبانی در این سال موفق شدیم ساعات پاسخ‌گویی تلفنی را به محدوده ۸ تا ۲۴ گسترش دهیم و در تمام روزهای هفته و سال پاسخ‌گوی کاربران عزیز دیجی‌پی باشیم.

تعداد کل تماس‌های ورودی
+۵۰۰ هزار تماس

***میانگین نمره اعطا شده به کاربران پاسخ‌گو**
۴.۲

میانگین مدت زمان پشت خطی کاربران
۲ دقیقه و ۱۴ ثانیه

تعداد کل چت‌های آنلاین
بیش از ۴۰۰ هزار گفت‌وگوی آنلاین و پیام اینترنتی

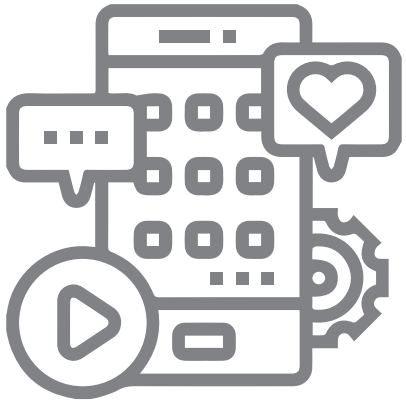
(تنها برخی از تماس‌گیرندگان تمایل دارند که در نظرسنجی‌ها مشارکت کنند و این نتایج میانگین نمره‌های اعطا شده از طرف این دسته از تماس‌گیرندگان است.)

رسانه‌های اجتماعی:

در سال گذشته رسانه‌های داخلی و شبکه‌های اجتماعی بیش از ۹ هزار بار از دیجی‌پی نام برده‌اند که این عدد در مقایسه با سال گذشته رشد ۳۰۰ درصدی داشته است.
۱۰۰ درصد پیام‌های مستقیم در توئیتر و ۳۷ درصد توئیت‌هایی که حاوی نامی از دیجی‌پی بوده‌اند پاسخ داده ایم.**

Impression محتوای اکانت‌های رسمی دیجی‌پی در شبکه‌های اجتماعی: **۲,۳۲۱,۹۵۵**

تعداد اخبار و محتوای منتشر درباره دیجی‌پی در رسانه‌ها: **+۹۰۰۰ بار**



** بسیاری از توئیت‌های حاوی نام دیجی‌پی، شامل موضوعی به جز پرسش، شکایت یا پشتیبانی بوده است.

گزارش سالانه دیجی‌پی

رویدادها و مسئولیت‌های اجتماعی

آکادمی دیجی‌پی

سال ۱۴۰۱ سالی پرنشیب و فراز، همراه با رویدادها و اتفاق‌های متنوع برای دیجی‌پی بود. تاثیرگذارترین اتفاق‌هایی را که دیجی‌پی در این سال پشت سر گذاشته است، به شرح زیر است:

راه‌اندازی آکادمی فین‌تک دیجی‌پی

آکادمی دیجی‌پی، از اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ با هدف آموزش و جذب افراد مستعد و توانمند دانشجو، تازه فارغ التحصیل و همه افرادی که در ابتدای مسیر ورود به دنیای کار و فین‌تک قرار دارند، به عنوان یکی از مسئولیت‌های اجتماعی دیجی‌پی راه‌اندازی شد. این آکادمی مسئولیت ارائه خدمات آموزشی در حوزه فناوری‌های مالی و برگزاری بوت کمپ و کارگاه‌های آموزشی تخصصی و مهارت‌های رفتاری مرتبط با این حوزه را بر عهده دارد. جمع قابل توجهی از استادان این آکادمی را همکاران متخصص و مجرب دیجی‌پی تشکیل می‌دهند که در این دوره‌های کاربردی مهارت و تجربه‌های خود را در قالب دوره‌های جامع علمی-تخصصی، در اختیار کارآموزان قرار می‌دهند. در این مدت آکادمی دیجی‌پی بوت‌کمپ‌های تحلیل کوانت، برنامه‌نویسی جاوا، و دوره های میان مدت کارآموزی توسعه کسب و کار، دواپس، مهندسی تست، سیستم های مالی، برنامه‌نویسی فرانت را در قالب ۱۲۳۰۰ نفر ساعت دوره آموزشی برگزار کرده است و افراد توانمند در این دوره‌ها پس از گذراندن موفق دوره آموزشی و دریافت تایید در ارزیابی‌های دوره، به استخدام شرکت درآمدند.





نهمین نمایشگاه بانکداری الکترونیک و تحول دیجیتال

دیجی‌پی در نهمین نمایشگاه بانکداری الکترونیک و تحول دیجیتال که به همت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران برگزار می‌شود، حضور یافت و طی روزهای یکم و دوم اسفند ۱۴۰۱، به همراه دیگر فعالان صنعت پرداخت و بانکداری، به تبادل دیدگاه‌ها با همکاران این حوزه و معرفی خدمات به مخاطبان و مشتریان سرویس‌ها و راهکارهای پرداخت الکترونیک، پرداخت. حضور در این نمایشگاه با دستاوردهای بزرگی در ساخت ارتباط با همکاران و شناخت نیازهای کاربران و مشتریان همراه بود.



رونمایی از همکاری دیجی‌پی و بانک ملت

همکاری با بانک ملت از مهم‌ترین اتفاقات در سال گذشته بود که منجر به جذب منابع مالی برای ارائه خدمات اعتباری به کاربران خرید اقساطی شد و ارتباط دیجی‌پی با بدنه بانکی کشور را نزدیک‌تر از گذشته کرد. این طرح با هدف بهره‌گیری از ظرفیت بالای فناوری‌های مالی از قبیل فین تک‌ها و لندتک‌ها در اقتصاد کشور انجام شد و با عملیاتی شدن آن، بخشی از اهداف بلند مدت دیجی‌پی برای رشد تجارت الکترونیک و تحول در اقتصاد دیجیتال از طریق تقویت فراگیری مالی و تسهیل دسترسی کاربران به اعتبارات خرد محقق شد.
رونمایی از این همکاری طی رویدادی با حضور مدیران دو مجموعه و جمعی از خبرنگاران در تیرماه ۱۴۰۱ صورت گرفت.

جذب سرمایه از بانک تجارت

در مهر ماه ۱۴۰۱، بانک تجارت با خرید ۲۰ درصد سهام دیجی‌پی، یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های نظام بانکی کشور بر روی یک لندتک را انجام داد. این سرمایه‌گذاری از طریق تکنوتجارت انجام شد و به دنبال آن تخصیص خطوط اعتباری به کاربران سازمانی محقق خواهد شد. اصلی‌ترین اهداف این سرمایه‌گذازی را می‌توان استفاده از ظرفیت‌های فنی و علمی استارتاپ‌ها برای توسعه خدمات بانکی، استفاده از پشتوانه‌های مالی و تجربی بانک‌ها برای گسترش خدمات فین‌تکی، حرکت به سوی بانکداری دیجیتال و بانکداری نوین با هم‌افزایی فین‌تک‌ها و بانک‌ها، حرکت موثر در جهت توسعه تجارت الکترونیک و کمک به فراگیری مالی و دسترس‌پذیر کردن خدمات مالی برای بخش گسترده‌تری از کاربران در سراسر کشور، برشمرد.



رویداد فیناپ با موضوع BNPL

هفدهمین رویداد فیناپ با حمایت دیجی‌پی و با موضوع BNPL در مرداد ۱۴۰۱ برگزار شد. دیجی‌پی در این رویداد با ارائه یک سخنرانی با موضوع «سرنوشت BNPL، در فراگیری مالی، تاریخ یا خاطره» حضور یافت. عمده اطلاعاتی که در این رویداد از سوی دیجی‌پی به اشتراک گذاشته شد، شامل بررسی موقعیت BNPL در ایران و جهان و مرور مدل‌های ویژه برای کاربران ایرانی بود.
هدف از حمایت و حضور در این رویداد، هم‌افزایی با فعالان اکوسیستم نوپای لندتک برای تاریخ‌سازی در سرنوشت BNPL در فراگیری مالی بود و دیجی‌پی تلاش کرد برخی از مهم‌ترین پیش‌نیازها برای دست‌یابی به یک همکاری موثر میان لندتک‌ها را در این مجال به اشتراک بگذارد.



نمایشگاه تراکنش ایران

هشتمین نمایشگاه تراکنش ایران در دی‌ماه ۱۴۰۱ برگزار شد و دیجی‌پی با حضور در دو نشست از نشست‌های تخصصی این رویداد، داده‌ها و تجربه‌های چندین ساله در حوزه «مکانیزم‌های اعتباردهی در BNPL» و «تامین مالی زنجیره تامین» را با فعالان صنعت لندتک و فین‌تک کشور به اشتراک گذاشت.



رکورد ۲۹۷ میلیارد تومان اعتبار خرید اقساطی، در یک ماه

در ماه اسفند ۱۴۰۱، دیجی‌پی در رکوردی بی‌سابقه موفق شد ۲۹۷ میلیارد تومان اعتبار برای خرید اقساطی به کاربران درخواست‌کننده اختصاص دهد. این میزان اعتبار با اعتباری که در کل سال ۱۳۹۹ به کاربران متقاضی خرید اقساطی اعطا شده است، تنها ۳۳ میلیارد تومان فاصله دارد.



بخشی از هزینه‌های چاپ گزارش سالانه دیجی‌پی، هم‌گام با مسئولیت‌های اجتماعی دیجی‌پی به بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان اهدا شده است. بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان سازمانی مردم‌نهاد و غیرانتفاعی است که از سال ۱۳۸۴ با هدف ترویج و توسعه کسب‌وکار و کارآفرینی در بین زنان، جوانان، نوجوانان و سازمان‌های مردم‌نهاد محلی، همچنین نهادسازی در گستره جغرافیایی ایران با اولویت ترجیحی مناطق کم‌برخوردار (به خصوص سیستان و بلوچستان، خوزستان، و خراسان جنوبی) فعالیت می‌کند.اگر گزارش سال ۱۴۰۱ دیجی‌پی را حاوی اطلاعات سودمند و جذاب می‌دانید و از مطالعه این گزارش رضایت داشته‌اید، شما هم می‌توانید با اسکن کردن QR کد زیر به این بنیاد کمک کنید.

سخن پایانی

سومین گزارش عملکرد دیجی‌پی را در پایان سالی که همه ویژگی‌های یک سال پرتنش و پرچالش را برای همه کسب‌وکارها به ویژه کسب و کارهای دیجیتال همراه داشت، منتشر می‌کنیم. در این گزارش همچون سال‌های گذشته تلاش کرده‌ایم به عناصر دقت، صداقت و شفافیت تا حد ممکن پای‌بند باشیم و آن را در قالب سندی قالب دفاع از عملکرد یک‌ساله دیجی‌پی برای مخاطبان هوشمند و دقیق خود طراحی کنیم. این گزارش عملکرد دیجی‌پی را در سال ۱۴۰۱ مورد مطالعه قرار داده است.

سال ۱۴۰۱ با تمام فراز و نشیب‌ها فرصتی بی‌نظیر برای درس گرفتن از بحران‌ها و آموختن روش‌های موثر برای برقراری ارتباط با مخاطبان بود و به ما آموخت که چه‌گونه با به کار گرفتن نهایت توان‌مندی‌ها و تلاش شبانه‌روزی حتی در شرایط دشوار، روزنه‌ای از امید برای ساختن راهی تازه بیابیم.

با وجود آن‌که در این سال به بخش بزرگی از برنامه‌های دیجی‌پی مطابق پیش‌بینی‌ها انجام شد، همچنان راهی طولانی و دشوار برای دست یافتن به اهداف اصلی پیش روی ماست که امیدواریم به پشتوانه تخصص، دانش و عزم همکارانی که برای تحقق این اهداف شبانه‌روز تلاش می‌کنند، به آن‌ها دست یابیم...



تهران، بلوار نلسون ماندلا، بلوار صبا غربی، پلاک ۲، طبقه ۳

www.mydigipay.com