

سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴

صنعت BNPL

حامیان و همراهان تخصصی صنعت BNPL



حامیان و همراهان سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴



قدردانی از شورای راهبری و حامیان و همراهان گزارش

از اعضای شورای راهبری و مشارکت‌کنندگان این گزارش سپاسگزاریم که با به اشتراک‌گذاری تجربه، دانش و زمان خود، نقش مؤثری در پیشبرد این تحقیق ایفا کردند. همچنین از حامیان و همراهان تخصصی صنعت و همچنین سلسله گزارش‌ها سپاسگزاریم که با حمایت خود امکان انجام این تحقیق را فراهم کردند.

شورای راهبری و مشارکت‌کنندگان در تحقیق صنعت BNPL

علیرضا شفیعی	هومن امینی	حامد قنادپور	مجید حسامی
آرین افشار	محمد رضا علمی فرد	امین خادمی	مهدی مومنی
		علیرضا هوشمند	آرمین مهر فرهنگ

حامیان و همراهان تخصصی صنعت BNPL

 keepa

 تارا

 Snapp!
Pay

حامیان و همراهان سلسله گزارش‌های فین تک ایران ۱۴۰۴

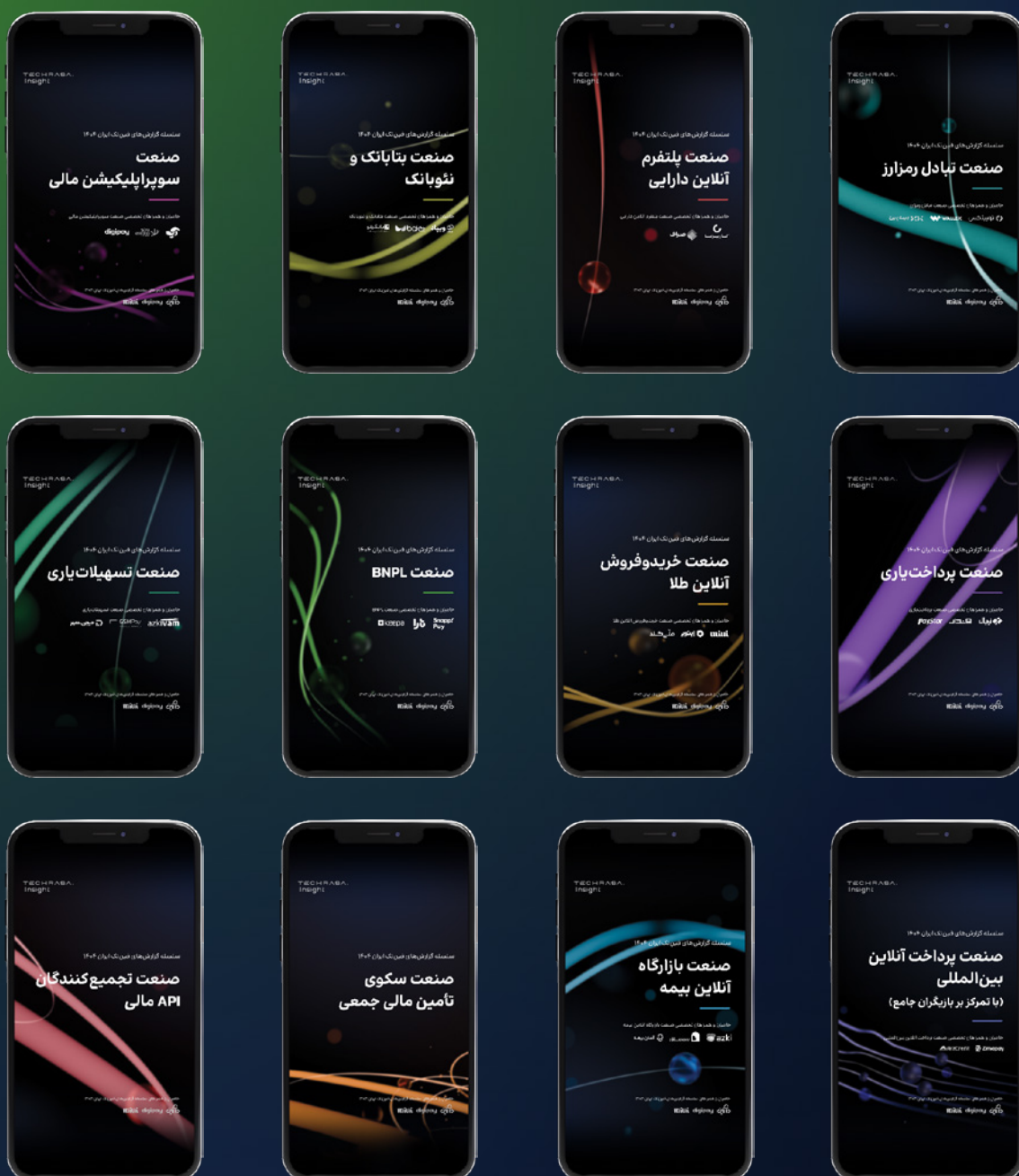
 mili

 digipay

 داستن

مشاهده و دانلود سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴

مشاهده و دانلود سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴
TechRasalnsight.com



متدلوژی تهیه سلسله گزارش‌های فین تک ایران ۱۴۰۴

گام‌های اجرایی	اقدامات کلیدی و ابزارهای تحلیل	خروجی‌ها و کاربردها
چارچوب و دامنه	- پوشش ۱۲ صنعت کلیدی فین تک ایران - تمرکز بر ارائه‌دهندگان خدمات و فناوری‌های مالی - بازه داده ۱۴۰۳-۱۴۰۴ با افق تحلیل و سناریو ۱۴۰۸ - تدوین چارچوب اولیه هر گزارش (سوالات، شاخص‌ها، سرفصل‌ها)	این گام با مرزبندی صنایع، طبقه‌بندی بازیگران و تعریف شاخص‌ها و سرفصل‌ها، نقشه راه مشترک ۱۲ گزارش را تدوین می‌کند.
جمع‌آوری داده‌ها	- داده‌های ثانویه: رصد رسانه‌ای، آمار رسمی، گزارش‌های کسب‌وکارها و نهادهای حاکمیتی - داده‌های اولیه: مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۱۱۶ عضو شورای راهبری (مدیران عامل و ارشد، فعالان صنعت و تنظیم‌گران) - بنچمارک بین‌المللی: ادبیات صنعت، گزارش‌ها و الگوهای مدل‌های کسب‌وکار	ترکیب داده‌های ثانویه و مصاحبه‌های عمیق مدیریتی، ورودی تحلیل را تکمیل می‌کند و خلأهای کلیدی صنعت را برای مراحل بعد پوشش می‌دهد.
تحلیل، کمی‌سازی و سناریوسازی	- تحلیل تم‌محور (Thematic): استخراج پیشران‌ها، موانع، شاخص‌های کلیدی و ساختار رقابتی - کمی‌سازی و برآورد شاخص‌ها: امتیازدهی خبرگان (Modified Delphi) و تخمین‌های کمی با رویکردهای بالاب‌پایین و پایین‌به‌بالا - چارچوب‌ها و آینده‌پژوهی: پورتر، چرخه عمر صنعت، PESTEL، جایگاه رقابتی (کاتلر-کلر)، تدوین ۴ سناریو با ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت	این گام با استخراج عوامل کلیدی، کمی‌سازی نظر خبرگان و تدوین سناریوها، داده‌های خام را به شاخص‌های کمی‌شده و تصویری منسجم از وضعیت فعلی و آینده صنعت تبدیل می‌کند.
اعتبارسنجی و محدودیت‌ها	- اعتبارسنجی متقاطع (Cross-validation): مقایسه نظر خبرگان و تطبیق با داده‌های ثانویه - رفع ناسازگاری‌ها: پرسش تکمیلی و تعدیل یا حذف گزاره‌های کم‌اعتبار - معیار پذیرش یافته‌ها: اجماع و وجود شواهد کافی، پرهیز از تعمیم دیدگاه‌های فردی، استقلال تحلیل نسبت به منافع تجاری	با بازبینی خروجی‌ها در شورای راهبری، گزاره‌ها بر اساس اجماع اکثریت تثبیت می‌شود و گزاره‌های کم‌پشتوانه تعدیل یا حذف می‌گردد و سطح عدم قطعیت یافته‌ها شفاف‌سازی می‌شود.

۱۳ بازیگر در صنعت BNPL شناسایی شده‌اند - ۱۴۰۴

پلتفرم ارائه‌دهنده اعتبار معمولاً بدون کارمزد و مبتنی بر شبکه پذیرندگی اختصاصی

BNPL



کیپای



دیجی‌پی



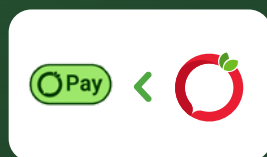
تارا



اسنپ‌پی



مینی‌پی



ترب‌پی



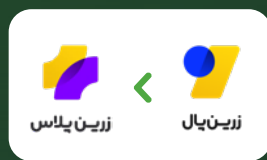
داریک



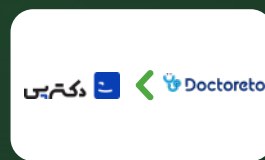
ازکی وام



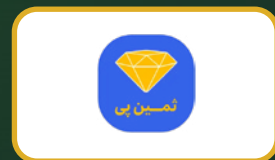
داراکارت^(۱)



زرین پلاس



دکترپی



ثمین پی



اوانو^(۲)

موقتاً غیرفعال ☐

فقط سازمانی ☐

(۱) در زمان تهیه این گزارش، ظرفیت اعتباری داراکارت تکمیل و پذیرش درخواست جدید موقتاً متوقف شد.

(۲) سرویس اعتبار اوانو در فاز آزمایشی قرار دارد و عمومی نشده است.

این نقشه بازیگران صرفاً ارائه‌دهندگان اعتبار به مصرف‌کننده حقیقی را پوشش می‌دهد؛ چه به صورت مستقیم و چه از طریق سازمان‌های طرف قرارداد. اعتبار به کسب‌وکارها/پذیرندگان (Merchant Credit) و بازارگاه‌های آنلاینی که اعتبار را صرفاً درون اکوسیستم خود ارائه می‌کنند، در محدوده این تحقیق قرار ندارند.

اضلاع سازنده مدل کسب و کار وام و اعتبار آنلاین در ایران

ضمانت و توثیق

دارایی دیجیتال، اوراق بهادار، فلزات
گران بها، رفتار اعتباری کاربر، چک،
سفته، سیم کارت، بیمه زندگی، حقوق و
مزایای کارکنان و بازنشستگان و ۲۴+

تأمین مالی

بازار پول (بانک، لیزینگ)، بازار سرمایه
(اوراق مرابحه، سکوی تأمین مالی
جمعی)، خود بازیگر ارائه دهنده وام و
اعتبار، شبکه پذیرندگان

۵ ضلع سازنده مدل کسب و کار وام و اعتبار آنلاین در ایران

تأمین کالا و خدمات

فروشگاه های
حضوری و آنلاین

دارنده اعتبار

کاربران پلتفرم ها، کارکنان
سازمانی و کسب و کارها

زیرساخت داده باز

رتبه اعتباری، داده بانکی، داده بازار
سرمایه، داده ثبت احوال، شهروندی،
داده بیمه ای و...

مرز بین صنعت BNPL و تسهیلات یاری در حال کمرنگ شدن است

تسهیلات یاری

تأمین مالی

- اغلب توسط بانک و مؤسسه اعتباری غیربانکی

زمان و فرایند دریافت

- کند و کمی پیچیده

شبکه پذیرندگی

- بسته یا باز

محل ذخیره اعتبار

- کیف پول اعتباری یا کارت بانکی بدون برداشت نقدی

مبلغ اعتبار

- ۵ میلیون تا ۲۲۰ میلیون تومان

BNPL

تأمین مالی

- منابع غیربانکی (شامل: جریان نقد عملیاتی، سرمایه سهامداران، خطوط اعتباری بانکی و بازار سرمایه)

زمان و فرایند دریافت

- سریع و ساده

شبکه پذیرندگی

- بسته^(۱)

محل ذخیره اعتبار

- کیف پول اعتباری بدون برداشت نقدی

مبلغ اعتبار

- ۵۰۰ هزار تا ۷۰ میلیون تومان

(۱) در زمان تهیه این گزارش، شبکه پذیرندگی بازیگران BNPL بسته (Closed Loop) بوده است؛ اما به نظر می‌رسد این بازیگران در حال حرکت به سمت ارائه خدمات به پذیرندگان خارج از شبکه خود هستند.

ادامه در صفحه بعد



تسهیلات یاری

نحوه جذب کاربر اعتباری

- کاربران جدید ثبت‌نامی در پلتفرم ارائه‌دهنده وام

مدت زمان بازپرداخت

- ۶ تا ۶۰ ماه

بهره

- دارد (بهره بانکی)

کارمزد

- معمولاً دارد^(۲)

ضمانت

- دارد

شارژ مجدد و خودکار

- ندارد

BNPL

نحوه جذب کاربر اعتباری

- معمولاً پایگاه داده مشتریان شرکت مادر
- در لحظه خرید از پذیرنده (Check Out Financing)

مدت زمان بازپرداخت

- ۱ تا ۴ ماه

بهره

- ندارد

کارمزد

- معمولاً ندارد

ضمانت

- اغلب ندارد^(۳)

شارژ مجدد و خودکار

- دارد

(۲) در قالب خرید حق اشتراک، مابه‌التفاوت خرید نقدی و قسطی، هزینه عملیات و...

(۳) اخیراً برخی از بازیگران BNPL به توثیق دارایی به‌عنوان ابزار ضمانت روی آورده‌اند.

صنعت BNPL؛ اعتبار خُرد با شبکه پذیرندگی بسته

منظور از صنعت BNPL در ایران چیست؟

- صنعت BNPL در ایران با شاخصه‌های اصلی زیر شناخته می‌شود:
- معمولاً شرکت مادر، زمان تسویه با پذیرندگان و بازار سرمایه تأمین‌کننده مالی بازیگران BNPL هستند.
 - اعتبار تخصیص‌یافته پس از بازپرداخت، مجدداً برای کاربر شارژ می‌شود.
 - درآمد بازیگران BNPL از محل کارمزد دریافتی و مدت زمان تسویه با پذیرندگان است.
 - شبکه پذیرندگی بسته است و مصرف اعتبار فقط در این شبکه انجام می‌شود.
 - کارمزد از کاربر اغلب صفر؛ اخیراً در برخی مدل‌های چندسطحی از کاربر کارمزد دریافت می‌شود.
 - اعتبار به کیف پول کاربر انتقال می‌یابد و قابلیت برداشت و انتقال وجه ندارد.
 - بازپرداخت بدهی توسط کاربر به صورت یکجا یا اقساطی انجام می‌شود.
 - جریمه عدم ایفای تعهد در پرداخت اقساط برای کاربران در نظر گرفته می‌شود.

در عرصه بین‌المللی چه بازیگرانی به بازار BNPL ورود پیدا کرده‌اند؟



برخی از بازیگران، سرویس BNPL را از طریق همکاری با فین تک‌های تخصصی این حوزه به کاربران خود ارائه می‌کنند.

چه بازیگرانی در بازار وام و اعتبار خرد* آنلاین در ایران حضور دارند؟

دسته بندی بازیگران	وام نقدی	وام خرید کالا	BNPL	نمونه
بازیگران تخصصی BNPL	×	✓	✓	اسنپ پی تارا 11+
تسهیلات یار	×	✓	✓	مانیسا ازکی وام 18+
بانک (اینترنت بانک و موبایل بانک)	✓	✓	✓	بانک ملی (بام-نوبی) بانک قرض الحسنه رسالت بانک قرض الحسنه مهر ایران 25+
بتابانک	✓	✓	✓	ویپاد باجت 10+
سوپر اپلیکیشن مالی	×	✓	✓	دیجی پی ستاره یک 3+
فروشندهگان کالا و خدمت	×	✓	✓	افسات مارکت تخفیفان 30+
گروه مالی	✓	✓	×	کاریزما دنانلد

* وام‌های با مبلغ کمتر از ۳۰۰ میلیون تومان به عنوان وام خرد شناخته می‌شوند.

رایج‌ترین مدل‌های BNPL در جهان و ایران



Pay-in-Installments/Split Pay

ساختار پرداخت

۲ تا ۴ قسط (ماهانه یا هر دو هفته یکبار)

هزینه برای کاربر

اغلب ندارد

منبع درآمد

کارمزد و مدت زمان تسویه با فروشنده و جریمه تأخیر کاربر
(برخی از بازیگران در ایران از کاربر کارمزد می‌گیرند)

نیاز به پیش‌پرداخت

۲۵٪ از مبلغ خرید آنلاین

منبع تأمین مالی

جریان نقد عملیاتی، سرمایه سهامداران، خطوط اعتباری بانکی و منابع غیربانکی در قالب وجوه اداره‌شده نزد بانکها

مسئول ریسک عدم پرداخت

ارائه‌دهنده BNPL



Pay Later (سرویس اعتبار ماهانه)

ساختار پرداخت

۳۰ روز (یکجا)

هزینه برای کاربر

اغلب ندارد

منبع درآمد

کارمزد و مدت زمان تسویه با فروشنده و جریمه تأخیر کاربر

نیاز به پیش‌پرداخت

ندارد

منبع تأمین مالی

جریان نقد عملیاتی، سرمایه سهامداران، خطوط اعتباری بانکی و منابع غیربانکی در قالب وجوه اداره‌شده نزد بانکها

مسئول ریسک عدم پرداخت

ارائه‌دهنده BNPL

ادامه در صفحه بعد





Pay-in-Installments/Split Pay

نمونه جهانی

tabby affirm

نمونه ایرانی

۱۰+ digipay نارا Snapp! Pay



Pay Later (سرویس اعتبار ماهانه)

نمونه جهانی

Klarna

نمونه ایرانی

azkivam digipay Snapp! Pay

حرکت BNPL به سوی وام‌های بلندمدت و بهره‌دار

در یک تا دو سال اخیر، مدل جهانی BNPL از الگوی «چهار قسط بدون بهره» به سمت وام‌های بلندمدت و بهره‌دار حرکت کرده است (مانند Klarna، Affirm و Tabby). فشار سودآوری، افزایش هزینه تأمین مالی، محدودیت رشد در مدل «Pay in 4» بدون بهره، تقاضای کاربران برای خریدهای بزرگ‌تر و بلوغ اعتبارسنجی، ارائه‌دهندگان را به سمت همکاری با بانک‌ها، گروه‌های مالی و بازار سرمایه برای وام‌های بهره‌دار بلندمدت با مبالغ بالاتر سوق داده است؛ روندی که در بازار ایران نیز آغاز شده است.

هومن امینی

بنیان‌گذار و عضو هیئت‌مدیره دیجی‌پی



حرکت بازیگران ایرانی BNPL به سمت وام بلندمدت

مسیر بازار ایران نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از بازیگران BNPL صرفاً به ارائه اعتبار کوتاه‌مدت چهارقسطی محدود نمانده‌اند و به سمت وام‌های بلندمدت نیز حرکت کرده‌اند.

اواخر دهه ۹۰؛ تولد پلتفرم‌های آنلاین BNPL در ایران



محرك‌ها و زمینه‌های کلیدی شکل‌گیری صنعت BNPL در ایران

۱ نبود راهکارهای کارآمد برای تأمین اعتبار

در غیاب کارت اعتباری فراگیر، دشواری دریافت وام‌های خُرد از بانک‌ها و افول نقش لیزینگ‌ها، خلأ جدی در تأمین اعتبار مصرف‌کننده ایجاد کرد.

۲ وجود راهکارهای سنتی؛ اما ناکافی

قبل از BNPL، خرید نسیه و گرفتن وام یا خرید اقساطی سنتی وجود داشت؛ اما این روش‌ها پاسخ‌گوی نیازهای جدید مردم نبود.

۳ رشد تجارت الکترونیک و دیجیتالی‌شدن خرید اقساطی

فراگیر شدن گوشی‌های هوشمند و رواج خرید آنلاین در دهه ۱۳۹۰، بستر لازم را برای ورود راهکارهای اعتباری دیجیتال و مدل‌های جدید خرید اقساطی ایجاد کرد.

۴ فشار تورم و کاهش قدرت خرید مردم

بالا رفتن قیمت‌ها و تورم باعث شد قدرت خرید خانوارها کاهش پیدا کند و تقاضا برای خرید اقساطی بالا رود.

تولد نسل اول پلتفرم‌های BNPL

از اواخر دهه ۱۳۹۰، اولین پلتفرم‌های آنلاین BNPL با ارائه سرویس اعتبار ماهانه شکل گرفتند.

بازار ۷۵ هزار میلیارد تومانی BNPL – ۱۴۰۳

۷۵ هزار میلیارد تومان

حجم اعتبار مصرف شده
(B2C و B2B2C)^(۱)

۱۳ بازیگر

تعداد بازیگر شناسایی شده

۴۰ میلیون

تعداد تراکنش (B2C و B2B2C)



(۱) در محاسبه حجم اعتبار مصرف شده، سه سرویس اعتبار ماهانه، اعتبار چندقسطه و ۲۵٪ پیش پرداخت نقدی لحاظ شده‌اند.
(۲) در محاسبه حجم اعتبار مصرف شده B2B2C (سازمانی) صرفاً اعتبار اعطاشده توسط اپلیکیشن‌ها در نظر گرفته شده و کارت اعتبار سازمانی صادرشده توسط بانک‌ها را شامل نمی‌شود.

بیش از ۵ میلیون کاربر فعال در صنعت BNPL – ۱۴۰۳



۱۲,۵٪ تا ۱۵٪

ضریب نفوذ در بازار



نزدیک به ۴۰ میلیون

تعداد کاربران بالقوه^(۱)



۵ تا ۶ میلیون تومان

میانگین مبلغ تخصیص
اعتبار به هر کاربر (B2C)



۵ تا ۶ میلیون

تعداد کاربران فعال^(۲)
(B2C)

(۱) برآورد کاربران بالقوه BNPL از دهک‌های ۵ تا ۱۰: ۱۷/۴ میلیون خانوار معادل ۵۶ میلیون نفر. با اعمال سهم سنی ۱۸-۶۴ سال (حدود ۷۰٪ از کل جمعیت کشور)، ظرفیت این بازار ۴۰ میلیون نفر است.
(۲) کاربر فعال: حداقل یک بار در سال اعتبار BNPL مصرف کرده است. این عدد با فرض همپوشانی ۵۰٪ در نظر گرفته شده است.

۲۰ تا ۲۵ هزار نقطه فروش در صنعت BNPL



۱۵ تا ۲۰ هزار

تعداد نقطه فروش (حضوری)



۵,۰۰۰

تعداد نقطه فروش (آنلاین)



کمتر از ۵%

سهم فروش پذیرندگان
حضوری از BNPL



۲۵% تا ۳۰%

سهم فروش پذیرندگان
آنلاین از BNPL

۵ دسته کالایی محبوب مصرف‌کنندگان اعتبار



مهدی مؤمنی

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل ازکی‌وام



محل مصرف، نرخ نکول را بالا یا پایین می‌برد

محل مصرف اعتبار نقش مهمی در نرخ نکول دارد. به‌طور معمول، کالاهای بادوام با نکول کمتری همراه‌اند، در حالی که خدماتی نظیر سفر نرخ نکول بالاتری دارند.

مقایسه تراکنش BNPL، کارتخوان فروشگاه، درگاه پرداخت اینترنتی و کارت به کارت - ۱۴۰۳

تعداد تراکنش	حجم تراکنش	
۴۷ میلیارد	۱۳,۱۰۰ هزار میلیارد تومان	کارتخوان فروشگاهی
۳,۳ میلیارد	۳,۹۰۰ هزار میلیارد تومان	درگاه پرداخت اینترنتی
۷ میلیارد	۷,۲۰۰ هزار میلیارد تومان	کارت به کارت
۴۰ میلیون	۷۵ هزار میلیارد تومان	BNPL

۲۲۷ تا ۲۳۲ هزار میلیارد تومان وام و اعتبار آنلاین توسط بتابانک، BNPL، تسهیلات یار – ۱۴۰۳



۵۰

هزار میلیارد تومان

اعتبار مصرف شده B2C در
BNPL ها



۱۱۵ تا ۱۲۰

هزار میلیارد تومان

تسهیلات اعطایی
بتابانک ها



۲۵

هزار میلیارد تومان

اعتبار مصرف شده B2B2C در
BNPL ها



۳۷

هزار میلیارد تومان

تسهیلات اعطایی تسهیلات یاران
و سوپراپلیکیشن های مالی

اسنپ پی رهبر بازار B2C و تارا رهبر بازار اعتبار سازمانی - ۱۴۰۳

📊 معیار تعیین سهم بازار بازیگران: حجم اعتبار مصرف شده

B2B2C (سازمانی)

B2C (مستقیم به مصرف کننده)



تارا

رهبر بازار



اسنپ پی



کیپا پی

چالشگر



تارا



دیجی پی



ثمین پی



ازکی وام



اسنپ پی



دیجی پی

دنبال کننده



مین پی



ترب پی



ازکی وام

بازار خاص

برآورد سهم بازار بر اساس خوداظهاری خبرگان درباره سهم خود و سایر بازیگران انجام شده است. داده‌ها از طریق چندین دور اعتبارسنجی متقاطع، بررسی ناسازگاری‌ها و همگرایی نهایی دیدگاه‌ها پالایش شده‌اند.

بر اساس متد کاتلر-کالر (Kotler-Keller)

اواخر دهه ۹۰؛ تولد پلتفرم‌های آنلاین BNPL

آغاز اعتبار خرید سازمانی

- ارائه خدمات اعتباری دندان‌پزشکی به فرهنگیان توسط کیپا

سال

۱۳۹۸

شروع موج اول BNPL

- راه‌اندازی سرویس اعتبار ماهانه BNPL برای کاربران سوپراپ اسنپ
- شروع به کار تارا با مدل اعتبار سازمانی BNPL
- راه‌اندازی اعتبار تالی بر روی اپلیکیشن آپ
- امکان استفاده از اعتبار تالی بر روی دستگاه‌های کارتخوان فروشگاه‌های آپ

سال

۱۳۹۹

ورود رقبای جدید به بازار BNPL

- ورود دیجی‌پی به بازار BNPL

سال

۱۴۰۰

گسترش بازار BNPL

- راه‌اندازی اعتبار اقساطی چهارماهه بدون کارمزد توسط اسنپ‌پی
- ورود بانک‌ها به بازار BNPL
- ارائه زیرساخت وایت‌لیبل فروش اعتباری به کسب‌وکارها

سال

۱۴۰۱

کنترل رفتارهای ضدرقابتی

- الزام شورای رقابت به اصلاح رویه‌های ضدرقابتی اسنپ‌پی

سال

۱۴۰۳

رقابت در نقطه فروش حضوری

- حضور گسترده بازیگران BNPL در بازار خرید حضوری

سال

۱۴۰۴

سال

۱۴۰۴

از نسل Z تا بازنشستگان؛ جامعه هدف BNPL چه کسانی هستند؟

جوانان آشنا با فناوری، علاقه‌مند به خرید آنلاین، سریع و بدون درگیری با فرآیندهای بانکی سنتی	نسل Y و Z (متولدین دهه ۶۰ به بعد)	B2C
افراد بدون سابقه اعتبار بانکی و فاقد دسترسی به تسهیلات وام بانکی	اشخاص فاقد اعتبار بانکی	
فاقد توانایی پرداخت یکجای هزینه کالاهای ضروری و مصرفی	قشر کم‌درآمد و ضعیف	
افراد با سواد مالی بالاتر که به دنبال دریافت اعتبار با وثیقه‌گذاری دارایی‌هایشان هستند	دارندگان دارایی قابل وثیقه	
افراد با درآمد ثابت ماهانه و متقاضی خرید اقساطی برای تأمین کالاهای مورد نیاز	مستمری‌بگیران و بازنشستگان	سازمانی (B2B2C)
کارکنان با درآمد ثابت، جویای روش‌های ساده، سریع و بدون نیاز به ضامن برای خرید اقساطی	کارمندان سازمان‌ها	

💡 مخاطب هدف: دهک‌های ۵-۱۰ درآمدی

از منظر اقتصاد خرد، شاخص دهک‌های درآمدی خانوار مبنای دسته‌بندی مخاطبان است؛ در صنعت BNPL نیز تمرکز بر دهک‌های ۵ تا ۱۰ قرار دارد.

ورود بازیگران BNPL به بازار سرمایه گذاری

خدمات اصلی

خدمات اعتبار و وام



سرویس وام آنلاین
خرید کالا

سرویس اعتبار
چندقسطه

سرویس اعتبار ماهانه

سرویس خرید حضوری

خدمات سازمانی



سرویس وام آنلاین
خرید کالا

سرویس اعتبار
چندقسطه

سرویس اعتبار ماهانه

مساعده

بُن کارت الکترونیکی

کارت هدیه

خدمات فروشندگان



تسویه پیش از موعد

وام فروشندگان

ابزار پذیرش پرداخت
اعتباری (CPG)

زیرساخت اعتباردهی به عنوان
سرویس (BNPL as a Service)

خرید دین

ادامه در صفحه بعد



خدمات مکمل

سرمایه‌گذاری



صندوق شاخصی

صندوق درآمد ثابت

صندوق طلا

اعتبار مبتنی بر
توثیق دارایی

تأمین مالی جمعی

خدمات پرداخت



شارژ و بسته اینترنت

پرداخت قبض
(آب، برق، گاز، موبایل، مخابرات)

کارت به کارت

بارکدخوان

بیمه
(شخص ثالث و موبایل)

خودرو
(استعلام جریمه و عوارض جاده‌ای)

سه مکانیزم ضمانت و کنترل ریسک نکول در صنعت BNPL ایران

توثیق محور	سازمان محور	داده محور
پیش نیاز دسترسی به دارایی‌ها	پیش نیاز سازمان طرف قرارداد	پیش نیاز دسترسی به پایگاه داده بزرگ مشتریان شرکت مادر
نقطه قوت نکول صفر و افزایش مبلغ اعتبار	نقطه قوت نکول صفر	نقطه قوت مقیاس پذیر بودن
بازار هدف ارائه خدمات اعتباری مستقیم به مصرف کننده نهایی (B2C)	بازار هدف ارائه خدمات اعتباری به کارمندان سازمان‌ها، مستمری‌بگیران و بازنشستگان (B2B2C)	بازار هدف ارائه خدمات اعتباری مستقیم به مصرف کننده نهایی (B2C)
نمونه 	نمونه 	نمونه 

توثیق دارایی اهرم گذار بازیگران سازمان محور به B2C

به دلیل ریسک نکول بالای B2C، تا امروز عمدتاً بازیگران دارای دسترسی به پایگاه داده بزرگ مشتریان شرکت مادر وارد بازار شده‌اند. اکنون رواج «توثیق دارایی» ورود دیگران به B2C را هموارتر و کم‌ریسک‌تر می‌کند.

مقایسه بازیگران کلیدی صنعت BNPL – ۱۴۰۴

ازکی وام azkivam	کیپای keepa pay	دیجی پی F	تارا تارا	اسنپ پی Snapp! Pay	
✓	✗	✓	✗	✓	سرویس اعتبار ماهانه
✓	✗	✓	✓	✓	سرویس اعتبار چند قسطه
✓	✗	✓	✓	✓	سرویس وام آنلاین خرید کالا
✓	✗	✓	✓	✓	سرویس خرید حضوری
✓	✗	✓	✗	✓	سرویس اعتبار ماهانه
✓	✓	✓	✓	✓	سرویس اعتبار چند قسطه
✓	✓	✓	✓	✓	سرویس وام آنلاین خرید کالا
✓	✓	✗	✓	✓	بُن کارت الکترونیکی
✗	✓	✗	✗	✗	مساعده
✓	✓	✓	✓	✓	سرویس خرید حضوری
✓	✓	✓	✓	✓	ابزار پذیرش پرداخت اعتباری (CPG)
✓	✗	✓	✗	✓	وام فروشندگان
✗	✗	✓	✗	✓	تسویه پیش از موعد
✗	✗	✓	✗	✓	خرید دین
✓	✓	✗	✓	✗	زیرساخت اعتباردهی به عنوان سرویس (BNPL as a Service)
✓	✗	✓	✓	✗	اعتبار مبتنی بر توثیق دارایی

خدمات سازمانی (B2B2C)

خدمات مکمل

خدمات اعتبار و وام (B2C)

خدمات فروشندگان

راهنما

جذب پذیرندگان؛ میدان رقابت بازیگران BNPL

بررسی شدت رقابت در بازار BNPL – ۱۴۰۳



بر اساس متد پنج نیروی پورتر (Porter's Five Forces)

تحلیل تفصیلی ساختار رقابت بازار BNPL

ورود گروه‌های صنعتی بزرگ به دلیل شبکه تأمین کالا و بانک‌ها به دلیل دسترسی به منابع مالی می‌تواند به تهدیدی جدی برای بازیگران فعلی صنعت BNPL تبدیل شود.

تهدید ورود
بازیگر جدید
متوسط

وام‌های خرد آنلاین ارائه‌شده توسط بتابانک‌ها، نئوبانک‌ها و تسهیلات‌یارها جایگزین‌های BNPL هستند.

تهدید
راهکارهای
جایگزین
متوسط

شبکه پذیرندگان مهم‌ترین تأمین‌کننده این صنعت است. رشد و توسعه بازیگران BNPL به جذب و حفظ پذیرندگان وابسته است، به همین دلیل قدرت چانه‌زنی بالایی برای آن‌ها ایجاد کرده است.

قدرت چانه‌زنی
تأمین‌کنندگان
زیاد

به دلیل تورم و کاهش قدرت خرید، مشتریان به خدمات اعتباری نیاز دارند و در نتیجه قدرت چانه‌زنی آن‌ها پایین است. در مقابل، در بازار اعتبار سازمانی، قدرت چانه‌زنی سازمان‌ها بالاتر است.

قدرت چانه‌زنی
مشتریان
کم

رقابت بین بازیگران در حوزه تأمین مالی چندان زیاد نیست، اما در جذب و نگهداری پذیرندگان و مشتریان، رقابت بالاست.

شدت رقابت
بین بازیگران
زیاد

سرعت بالای رشد و نوآوری و ضریب نفوذ پایین در صنعت BNPL

بررسی عوامل اثرگذار بر چرخه عمر صنعت BNPL - ۱۴۰۳



بلک لیست مشترک؛ راه حل عملی برای کنترل بدحسابی

آرین افشار

مدیر ارشد رشد تارا



موانع رشد بازار BNPL؛ نبود سازوکار اشتراک بلک لیست و چالش تأمین مالی

در صنعت BNPL ایران دو مانع اصلی بر سر مقیاس پذیری وجود دارد:

۱. نبود سازوکار اشتراک کاربران بد حساب میان فین تک ها، لندتک ها و بانک ها و عدم اثرگذاری عملکرد BNPL در نمره اعتباری بانکی؛
۲. فقدان سازوکار مشخص تأمین مالی متناسب با مدل کسب و کار سرویس های اعتباری.

آرمین مهر فرهنگ

مدیر استراتژی و همکاری های سازمانی سابق دیجی پی



هم افزایی به جای رقابت؛ رشد صنعت BNPL

در صنعت BNPL، به جای رقابت باید به دنبال هم افزایی باشیم. اعتماد و هم افزایی از بلک لیست مشترک آغاز می شود؛ جایی که همکاری در داده های اعتباری، هم ریسک را کاهش می دهد و هم بازار را بزرگ تر می کند.

صنعت BNPL در ابتدای دوره رشد قرار دارد

بررسی چرخه عمر صنعت BNPL - ۱۴۰۳

صنعت BNPL



دوره جنینی



دوره رشد



دوره بلوغ



دوره افول



رشد پرشتاب BNPL با بلوغ مدل‌های اعتبارسنجی و افزایش دسترسی به منابع مالی

صنعت BNPL از منظر «ضریب نفوذ در بازار» در ابتدای دوره رشد قرار دارد. برآورد می‌شود تنها ۱۲/۵٪ تا ۱۵٪ از بازار تاکنون از اعتبار استفاده کرده باشند. از حیث «درآمد» نیز، در مقایسه با حجم تراکنش سایر ابزارهای پرداخت، همچنان در ابتدای دوره رشد است.

بازار حضوری و مدیریت ثروت؛ فرصت‌های پیش روی بازیگران BNPL

ترندهای ۳ تا ۵ سال
ترندهای ۱ تا ۳ سال
ترندهای زیر ۱ سال

شکل‌گیری پروفایل‌های
اعتباری مبتنی بر هویت
دیجیتال و داده‌های رفتاری

گسترش مدل‌های
اعتباردهی به کسب‌وکارها

قیمت‌گذاری پویا
(Dynamic Pricing)
بر اساس نمره
اعتباری کاربران

ظهور شرکت‌های
اعتبارسنجی با تمرکز بر
داده‌های کسب‌وکارها و بازار

توسعه بازار
خرید حضوری

تغییر شبکه پذیرندگان از
مدل بسته به باز با جذب
یا ادغام بازیگران BNPL
توسط بانک‌ها

استفاده از هوش
مصنوعی در بهبود تجربه
خرید و خودکارسازی
فرایندهای پشتیبانی

ورود گروه‌های صنعتی
بزرگ، بانک‌ها و بتابانک‌ها
توسعه مدل‌های اعتبارسنجی
توسط بازیگران BNPL

ظهور مدل‌های
کسب‌وکارهای جدید
بر پایه پروفایل‌های
اعتباری

ورود BNPL به بازار
تجارت اجتماعی

رشد خدمات اعتباری
مبتنی بر توثیق دارایی

نقش‌آفرینی صندوق‌های
تضمین (CSP)

حضور نهادهای
بیمه‌گر و شرکت‌های
خریدار دیون

صندوق‌های تضمین (CSP)؛ تحول در مدیریت ریسک اعتباری

آرمین مهرفرهنگ

مدیر استراتژی و همکاری‌های سازمانی سابق دیجی‌پی



تحول در مدیریت ریسک اعتباری با نقش‌آفرینی CSPها

صندوق‌های تضمین (CSP) به‌دلیل دسترسی به داده‌های دارایی و توان بازپرداخت افراد و امکان تبدیل این داده‌ها به وثیقه‌ی واقعی، می‌توانند مدیریت ریسک اعتباری را متحول کنند.

“

مدیریت ریسک نکول؛ شرط بقای بازیگران BNPL

عوامل محدودکننده بازار BNPL – ۱۴۰۴

نام عامل	میزان اثرگذاری	میزان عدم قطعیت
نوسان قیمت ارز 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
تورم بالا و کاهش دسترسی به منابع مالی 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
ریسک افزایش نرخ نکول 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
عدم اثر نکول کاربر در رتبه اعتباری 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
ضعف مدل‌های اعتبارسنجی کاربران 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم

افزایش نرخ نکول؛ سد راه رشد بازار BNPL

ریسک افزایش نرخ نکول

ضعف زیرساخت داده‌باز، مدل‌های اعتبارسنجی را تضعیف و نرخ نکول را افزایش می‌دهد.

امین خادمی

مدیرعامل اقساط مارکت



مدیریت نکول با اعطای اعتبار دارایی محور

در شرایط فعلی اقتصاد کشور، اعطای اعتبار مبتنی بر وثیقه (بر پایه دارایی فرد) می‌تواند ریسک نکول صنعت BNPL را کاهش دهد.

محمدرضا علمی فرد

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل یکتاپی



نبود اعتبارسنجی یکپارچه؛ افزایش بدهکاران در بازار BNPL

در آینده نزدیک، به دلیل نبود سیستم اعتبارسنجی یکپارچه، احتمالاً تعداد افرادی که از چند سرویس‌دهنده BNPL هم‌زمان اعتبار می‌گیرند و نمی‌توانند بدهی خود را بازپرداخت کنند، افزایش یابد.

نوسان قیمت ارز؛ سد راه رشد بازار BNPL

نوسان قیمت ارز 



کاهش تمایل پذیرندگان به همکاری با بازیگران BNPL

علیرضا شفیعی

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل کیپا



تأثیر دوگانه نوسان شدید نرخ ارز بر بازار BNPL

نوسان شدید نرخ ارز و افزایش آن، از یک‌سو با کاهش قدرت خرید خانوارها، تقاضا برای خرید اعتباری را افزایش می‌دهد؛ به‌ویژه در حوزه کالاهای سرمایه‌ای مانند طلا که مردم آن را به‌عنوان پناهگاه ارزش می‌بینند.

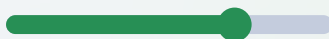
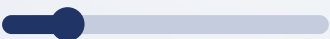
اما از سوی دیگر، همین نوسان ریسک فروشندگان را در ارائه اقساطی - به‌ویژه زمانی که از محل منابع خود اقدام می‌کنند - به‌شدت بالا می‌برد و در نتیجه عرضه اعتباری را محدودتر می‌سازد.

این دو نیروی متضاد، پیش‌بینی‌پذیری بازار را کاهش داده و تعادل عرضه و تقاضا را در وضعیت پرچالش و شکننده‌ای قرار می‌دهد.

“

تورم بالا و کاهش قدرت خرید؛ عامل رشد بازار BNPL

عوامل پیشران بازار BNPL – ۱۴۰۴

نام عامل	میزان اثرگذاری	میزان عدم قطعیت
ضعف راهکارهای اعتباری 	خیلی زیاد  خیلی کم	خیلی زیاد  خیلی کم
تورم بالا و کاهش قدرت خرید 	خیلی زیاد  خیلی کم	خیلی زیاد  خیلی کم
تغییر رفتار پرداخت و رشد سبک زندگی اعتباری 	خیلی زیاد  خیلی کم	خیلی زیاد  خیلی کم
تغییرات نسلی و ورود نسل Z 	خیلی زیاد  خیلی کم	خیلی زیاد  خیلی کم

تنوع مدل‌های اعتبارسنجی در صنعت BNPL جهان

مجید حسامی

بنیان‌گذار و مدیرعامل اسنپ‌پی



نبود مدل واحد و یکسان برای اعتبارسنجی در سطح جهان

در سطح جهانی، مدل واحد و یکسانی برای اعتبارسنجی در سرویس‌های BNPL وجود ندارد. هر شرکت فعال در این حوزه، با تکیه بر داده‌های خاص خود و منابع اطلاعاتی درون‌سازمانی یا شرکای تجاری، مدل اعتبارسنجی ویژه‌ای طراحی می‌کند. به همین دلیل، تنوع مدل‌های اعتبارسنجی در BNPL‌ها چشمگیر است؛ هر بازیگر با الگوریتم‌ها و شاخص‌های اختصاصی خود، سطح ریسک و اعتبار مشتریان را می‌سنجد.

افزایش فراگیری مالی؛ مهم‌ترین اثرگذاری صنعت BNPL

افزایش فراگیری مالی و بهبود تجربه مشتری

- حدود ۵ تا ۶ میلیون مصرف‌کننده اعتبار BNPL
- افزایش دسترسی مناطق کم‌برخوردار به خدمات اعتباری
- دسترسی افراد فاقد رتبه اعتباری
- افزایش رفاه و دسترسی به خدمات مالی
- صرفه‌جویی در وقت و هزینه نسبت به فرآیندهای بانکی سنتی



رشد فروش و تحریک تقاضا

- افزایش فروش و رشد پذیرندگان
- اتصال بازار حضوری به کاربران آنلاین (O2O)
- افزایش قدرت خرید مردم
- ۲۰ تا ۲۵ هزار نقطه فروش
- بالا رفتن میانگین سبد خرید
- افزایش نرخ بازگشت مشتری



تغییر عادات رفتاری و افزایش ریسک‌های مالی

- ترویج فرهنگ خرید اعتباری
- ترویج مصرف‌گرایی
- افزایش بدهی مردم



دو عامل کلیدی مؤثر بر آینده صنعت BNPL با اثرگذاری و عدم قطعیت بالا

سناریوهای آینده بدون در نظر گرفتن شرایط جنگ و بر پایه وضعیت فعلی کشور ترسیم شده‌اند. به علاوه، به جای تکیه بر متغیرهای کلان اقتصادی و سیاسی، تمرکز بر عوامل نزدیک‌تر و مستقیم‌تر بر صنعت بوده است.

رویکرد تنظیم‌گر

رویکرد غیرتوسعه‌محور

- تنظیم‌گر محدودکننده
- محدودیت در رقابت و نوآوری
- عدم تأثیر رفتار اعتباری کاربران پلتفرم‌ها بر رتبه اعتبار بانکی

رویکرد توسعه‌محور

- تنظیم‌گر تسهیل‌گر
- ایجاد فضای باز رقابتی و نوآوری
- تأثیر رفتار اعتباری کاربران پلتفرم‌ها بر رتبه اعتبار بانکی

کیفیت و نوع مدل‌های اعتبارسنجی

بلوغ پایین زیرساخت اعتبارسنجی

- دسترسی محدود به داده‌های کم‌عمق و ناکافی
- عدم ارتباط کافی داده‌ها با رفتار اعتباری
- مدل‌های اعتبارسنجی ناکارآمد و متکی بر داده‌های سنتی و محدود
- داده‌های جزیره‌ای کاربران بدحساب

بلوغ بالای زیرساخت اعتبارسنجی

- دسترسی به داده‌های متنوع (تراکنشی، رفتاری، بانکی و...)
- ارتباط مستقیم داده‌ها با رفتار اعتباری
- مدل‌های اعتبارسنجی پویا و متکی بر داده‌های مالی و غیرمالی
- پایگاه یکپارچه کاربران بدحساب

سناریوهای پیش روی صنعت BNPL – ۱۴۰۸

دو عامل کلیدی مؤثر بر صنعت BNPL با میزان اثرگذاری و عدم قطعیت بالا

کیفیت و نوع مدل‌های
اعتبارسنجی

رویکرد تنظیم‌گر

بلوغ بالای زیرساخت اعتبارسنجی

رشد محدود با
کنترل ریسک نکول



رشد محدود بازار، نرخ
نکول کنترل‌شده و سودآوری
محتاطانه صنعت

رشد پایدار و
رقابت سالم



رشد پایدار، سودآوری
مطلوب، نکول پایین و رضایت
بالای مصرف‌کنندگان

رکود بازار با
نکول بالا



توقف رشد بازار، رکود فراگیر،
افزایش شدید نکول و خروج
بازیگران صنعت

رشد سریع با
ریسک‌های پنهان



رشد سریع ولی پرخطر،
افزایش شدید نکول و بحران
احتمالی نقدینگی

رویکرد
غیرتوسعه‌محور

رویکرد
توسعه‌محور

بلوغ پایین زیرساخت اعتبارسنجی

مقایسه چهار سناریو پیش روی صنعت BNPL - ۱۴۰۸

رشد پایدار و رقابت سالم	رشد سریع با ریسک‌های پنهان	رشد محدود با کنترل ریسک نکول	رکود بازار با نکول بالا	
رویکرد توسعه‌محور	رویکرد توسعه‌محور	رویکرد توسعه‌محور	رویکرد غیرتوسعه‌محور	تنظیم‌گر
بلوغ بالا	بلوغ پایین	بلوغ بالا	بلوغ پایین	کیفیت و نوع مدل‌های اعتبارسنجی
۵	۲/۸	۳/۲	۱/۴	اندازه بازار
۴/۸	۳	۳/۴	۲	رقابت
۴/۶	۲/۵	۳/۵	۱/۸	مبلغ تخصیص BNPL به هر نفر
۴/۶	۳/۲	۳/۲	۲	سهم BNPL از فروش پذیرندگان
۴/۸	۲/۸	۳	۱/۸	کیفیت خدمات و محصولات
۵	۳/۲	۳	۲/۴	نوآوری در محصولات
۱/۴	۳/۴	۱/۸	۴/۴	نرخ نکول و ریسک‌های اعتباری
۴/۸	۳/۲	۳/۴	۱/۴	تنوع و دسترسی به منابع تأمین مالی
۵	۲/۸	۳	۱/۶	سرمایه‌گذاری در صنعت BNPL

مقیاس امتیازدهی

بسیار کم = ۱

کم = ۲

متوسط = ۳

زیاد = ۴

بسیار زیاد = ۵

حامیان و همراهان تخصصی

صنعت BNPL

اسنپ پی؛ اصلی ترین پلتفرم خرید اعتباری ایران

Snapp!
Pay

سهم ۱۰٪ از بازار خرده فروشی آنلاین ایران

رشد اعتبار مصرف شده (نه ماهه نخست ۱۴۰۴ در مقایسه با دوره مشابه ۱۴۰۳)



۲,۴ برابر

رشد مبلغ اعتبار
۴ قسطه مصرف شده



۲,۲ برابر

رشد مبلغ اعتبار
مصرف شده

رفتار کاربران اسنپ پی (۱۴۰۴)

۶۵۰+ هزار

بیشترین سفارش ۴ قسطه در یک روز



۲۹+ میلیون

بیشترین بازدید
روزانه اپلیکیشن

۹۸۰+ هزار

بیشترین سفارش اعتباری
کل سرویس ها در یک روز

کاربران اسنپ پی (۱۴۰۴)

۱۱+ میلیون

تعداد کل کاربران



۲,۷+ میلیون

تعداد کاربر فعال ماهانه
(حداقل یک تراکنش)

شبکه پذیرندگان آنلاین و حضوری (۱۴۰۴)



۳,۵۰۰+

کافه ها و رستوران ها



۱۰,۸۰۰+

شعب خرید حضوری



۴,۸۰۰+ برند

فروشگاه های خرید حضوری



۵,۲۰۰+

فروشگاه های آنلاین

تارا؛ راهکار پرداخت اعتباری، اقساطی و نقدی



۱۵۰+ هزار

میانگین تعداد تراکنش روزانه اعتباری (۱۴۰۴)



۳۰۳%

رشد مبلغ اعتبار مصرف شده (۱۴۰۲ به ۱۴۰۳)



۱۶,۰۰۰+

تعداد نقاط فروش (آنلاین و حضوری)



۱,۰۰۰+

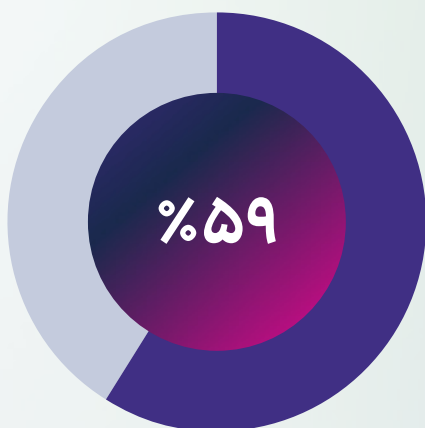
سازمان‌های طرف قرارداد (۱۴۰۴)



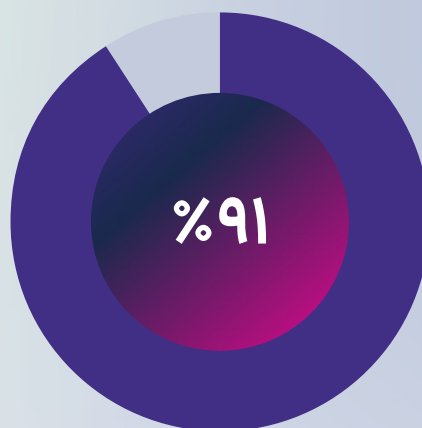
۸,۵+ میلیون

تعداد کاربران (۱۴۰۴)

میزان وفاداری مشتریان (NPS)



میزان رضایت مشتریان (CSAT)



کیپا؛ خلق سبک زندگی اعتباری



۳+ میلیون نفر

تعداد کاربران

(۱۴۰۳)



۱۵+ هزار میلیارد تومان

اعتبار ماهانه

حجم اعتبار تخصیص یافته (۱۴۰۳)



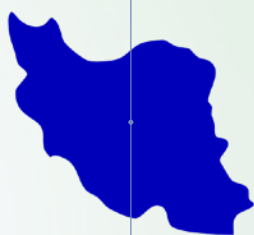
۲۰+ میلیون

تعداد تراکنش

(۱۴۰۳)

۱۰۰+

سازمان‌های طرف قرارداد



۱۶,۰۰۰+

تعداد نقاط فروش



کمتر از ۰,۵٪

نرخ نکول

ارائه خدمات کیف پول اعتباری، خرید اعتباری
و پرداخت اعتباری (BNPL)

کیپا پی



زیرساخت فروش اعتباری وایت‌لیبل
(White-Label) ویژه کسب‌وکارها

کیپا پرو



هوشمندسازی سرمایه‌گذاری با تکیه بر
اعتبار مالی افراد

کیپا پلاس



شورای راهبری، مشارکت‌کنندگان و تیم تهیه گزارش

صنعت BNPL

شورای راهبری و مشارکت کنندگان در تحقیق صنعت BNPL



علیرضا شفیعی

هم‌بنیان‌گذار و
مدیرعامل کیپا



هومن امینی

بنیان‌گذار و عضو
هیئت‌مدیره دیجی‌پی



حامد قنادپور

مدیرعامل تارا



مجید حسامی

بنیان‌گذار و مدیرعامل
اسنپ‌پی



آرین افشار

مدیر ارشد رشد تارا



محمدرضا علمی‌فرد

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل
یکتاپی



امین خادمی

مدیرعامل اقساط مارکت



مهدی مومنی

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل
ازکی‌وام



علیرضا هوشمند

رئیس کمیسیون لندتک
انجمن فین‌تک



آرمین مهرفرهنگ

مدیر استراتژی و
همکاری‌های سازمانی
سابق دیجی‌پی

تیم تهیه گزارش صنعت BNPL



رضا بهلولی

مدیر پروژه سلسله
گزارش های فین تک ایران



سحر رایزن

مدیر پروژه گزارش
صنعت BNPL



محمدرضا ازلی صفت

بنیان گذار تکراسا اینسایت



محمدعلی صالحی

طراح محتوای بصری



آیسان عقیلی

مدیر طراحی سلسله
گزارش های فین تک ایران



TECHRASA. Insight