



digipay

گزارش سالانه

Annual Report
2023

دیجی پی

فهرست

- چهارمین قرار ۵
- ما «پی» زندگی‌ایم... ۷
- نگاهی به فینتک در ایران و جهان ۱۴
- دیجی‌پی در یک نگاه ۳۱
- دیجی‌پی در سالی که گذشت ۴۱
- خدمات سازمانی ۹۱
- تامین مالی زنجیره تامین ۹۵
- مرکز عملیات و پشتیبانی مشتریان ۱۰۱
- مدیریت سرمایه‌های انسانی ۱۰۴
- فین‌تک، باهوش ۱۰۷
- چالش‌ها و موانع ۱۰۹
- تلاش برای فردا ۱۱۱
- حرف آخر ۱۱۳

گزارش عملکرد دیجی‌پی
دی ۱۴۰۱ — دی ۱۴۰۲
2023



چهارمین قرار

دیجی‌پی رویاساز؛ مقدمه‌ای بر گزارش عملکرد دیجی‌پی در سالی که گذشت

چهار سال است که نتیجه تلاش‌های شبانه‌روزی خود را با کمک آمارهای ارائه شده از واحدهای کسب‌وکار، تجربه مشتریان، بازاریابی، پشتیبانی مشتریان، تکنولوژی و دیتا، با شما به اشتراک می‌گذاریم. نه به آن جهت که فقط خودی نشان دهیم، بگوییم ما چنین کردیم و چنان شد؛ روشن است که دیجی‌پی از بدو شکل‌گیری، فقط یک هدف داشته است؛ بال‌وپر دادن به رویاها با ساده‌سازی و همگانی کردن دسترسی به خدمات و منابع مالی. حالا در چهارمین قرارمان با شما می‌خواهیم ببینیم زندگی مالی با دیجی‌پی در سالی که گذشت چطور بوده است، رویای چند نفر را ساختیم، چه نقشی در زندگی شما داشتیم و تا چه حد در رفع نیازهای مالی روزمره‌تان ثابت‌قدم بوده‌ایم. در ادامه، با نگاهی به وضعیت کمی و کیفی خدمات دیجی‌پی به عنوان بازیگری تاثیرگذار در اقتصاد دیجیتال کشور، شما را از حال و هوای خدمات فین‌تک و لندتک در ایران و نتیجه‌ی تلاش‌هایمان برای دموکرات کردن خدمات مالی در سراسر این سرزمین، بیش از پیش مطلع می‌کنیم. در زمان تهیه این گزارش، طبق چارچوب‌های اخلاقی‌ای که دنبال می‌کنیم، شفافیت را اصل و اساس همه آن‌چه که می‌خوانید قرار دادیم. با مطالعه دقیق این گزارش می‌توان متوجه شد، در سال گذشته (طبق تقویم میلادی) به عنوان یک عضو فین‌تکی اقتصاد دیجیتال کشور، تا چه حد با راهکارهای مبتنی بر آخرین پیشرفت‌های فناوری‌های مالی، توانسته‌ایم از مشکلات روزافزون مالی کاربرانمان بکاهیم. اما قضاوت نهایی اینکه چقدر در این توانمندسازی موفق بوده‌ایم، با شماست؛ برای اینکه سنجش دقیق‌تری از عملکرد دیجی‌پی داشته باشیم:

- جایگاه خودمان را با نگاهی منصفانه به فرصت‌ها و موانعی که در سال گذشته تجربه کردیم، در صنعت فین‌تک ایران و جهان یادآور شده‌ایم.
- الگوی رفتاری کاربران در استفاده از خدمات دیجی‌پی، به‌ویژه خرید اعتباری و خرید با وام را دنبال کرده‌ایم.
- تغییر رویکرد کاربران نسبت به خرید و پرداخت با سرویس‌های اعتباری دیجی‌پی را ریزبینانه کاوش کرده‌ایم.
- عملکرد خدمات نوپای دیجی‌پی در سالی که گذشت را در نظر گرفته‌ایم.
- نحوه‌ی عملکردمان در نقاط تماس با کاربران را بررسی کرده‌ایم.
- و آن بخش از رسالت‌مان که به شکل مسئولیت‌های اجتماعی محقق کرده‌ایم را به اشتراک گذاشته‌ایم.

امیدواریم با ارائه‌ی این گزارش، ضمن شفاف‌سازی عملکردمان، به ایجاد آگاهی بیشتر از اکوسیستم فین‌تک کشور و ارزیابی بخشی از رفتارهای کاربران در این حوزه کمک کرده باشیم.

داده‌ها و آمار ارائه شده در گزارشی که می‌خوانید، بازتابی از فعالیت‌های دیجی‌پی در بازه زمانی دی‌ماه ۱۴۰۱ تا دی‌ماه ۱۴۰۲ و معیاری برای قیاس عملکرد این مجموعه در بازه‌ی زمانی مشابه در سال گذشته است.

ما «پی» زندگی ایم...



دیجی‌پی، برآمده از دغدغه‌های زندگی

دیجی‌پی زاده‌ی یک دغدغه‌ی مشترک است؛ «برای یک زندگی معمولی چه باید کرد؟»
چطور می‌توان زندگی روزمره ساده‌تری داشت؟ «پی» پاسخ به همین سوال ریشه‌ای و با سرمایه‌گذاری مستقیم دیجی‌کالا، بزرگ‌ترین کسب‌وکار تجارت آنلاین کشور، در سال ۹۷ برای خود هدفی را تعیین کردیم؛ دسترس‌پذیر کردن هرچه بیشتر خدمات و منابع مالی برای همه ایرانیان، تا دیگر رویای هیچکس در بند ارزش پول نباشد.

در همه این سال‌ها تنها ابزار ما برای رسیدن به هدفمان تکنولوژی‌های مدرن بود. با همه‌ی فرازونشیب‌هایی که در حوزه فین‌تک و لندتک کشور وجود دارد، تلاش کرده‌ایم با ارتقای کیفیت روش‌های نوین پرداخت آنلاین، به چالش کشیدن ناشناخته‌های فنی، دیدن و شنیدن نیازهای مالی جامعه و ساده کردن آنچه بانک‌ها و نهادهای مالی و خدماتی دولتی پیچیده‌اش کرده‌اند، زندگی آدم‌ها هر روز کمتر از قبل تنیده در ورق‌بازی‌های بی‌پایان باشد. حالا پس از ۵ سال از شروع فعالیت‌مان، همچنان با تمرکز بر تسهیل زندگی مالی تمام اقشار جامعه، در ۷ حوزه زیر به کاربران حقیقی و حقوقی خود خدمات می‌دهیم:

- سرویس‌های پرداخت الکترونیک
- سرویس‌های اعتباری
- فناوری‌های بیمه
- سوپراپلیکیشن
- شناسایی و احراز هویت کاربران
- امتیازدهی و تعیین رتبه اعتباری
- مدیریت ثروت

تلاش مستمر و نوآوری، جدی‌ترین ترند فین‌تک ایران

هومن امینی، بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی‌پی

به جرات هیچ‌وقت به اندازه‌ی امروز برای توسعه فراگیری مالی و تقویت اقتصاد دیجیتال کشور مصمم نبوده‌ایم. بیش از پنج سال از روزی که دیجی‌پی را با هدف دسترس‌پذیر کردن خدمات و منابع مالی برای تمام اقشار جامعه ایرانی راه‌اندازی کردیم، می‌گذرد. در این سال‌ها محصولات و خدمات متنوعی را در راستای چشم‌اندازهای دیجی‌پی و رشد اقتصاد دیجیتال کشور گسترش دادیم، تلاش کردیم با دخیل کردن بدنه‌ی بانک‌ها در فرایندهای تسهیلات‌یاری، ضمن خلق تجربه‌ای روان و بهتر برای کاربران دیجی‌پی، اهمیت دیجیتالی شدن فرایندهای مالی را به تمام اکوسیستم فین‌تک کشور گوشزد کنیم و با پیمودن مسیری که در ابتدا بسیار دشوار جلوه می‌کرد، مشوقی برای همه بازیگران و فعالان صنعت فین‌تک و لندتک کشور باشیم.

صنعت فناوری‌های مالی در دنیا و به‌ویژه در منطقه منا با سرعت زیادی در حال رشد است. این اتفاق جهانی به این معناست که با همه شکوفایی‌ها و موفقیت‌هایی که صنعت فین‌تک تا امروز تجربه کرده است، همچنان مسیری طولانی برای خلق ارزش‌های ماندگار برای جامعه مخاطب خود در پیش رو دارد و توسعه‌ی این صنعت در کشور ما بیش از هر نقطه‌ی دیگری در دنیا نیازمند تلاش مستمر و نوآوری است.

سال گذشته با گسترش فعالیت‌هایمان در بخش تامین زنجیره تامین، هم‌افزایی بیشتر با بازیگران صنعت و تلاش برای پایان دادن به کاغذبازی‌های صنعت مالی قدم‌های بلندتری به سوی تبدیل شدن به یک شرکت فین‌تکی جامع برداشتیم. در شرایط تورمی کشور با امضای تفاهم‌نامه‌های همکاری با بانک‌های بیشتر، سعی کردیم شرایط و توان خدمت‌رسانی در برنامه‌های اعتباری خود را افزایش بدهیم تا گره‌های اقتصادی افراد بیشتری از جامعه را باز کنیم. در شرایط اقتصادی فعلی کشور که توان مالی مردم کم است، فین‌تک‌ها و لندتک‌ها می‌توانند با به خدمت گرفتن فناوری، به بالا رفتن قدرت خرید مردم و دسترسی آسان‌ترشان به سرویس‌ها و خدمات مالی کمک کنند و به بستری برای توزیع عادلانه فرصت‌ها و امکانات اقتصادی تبدیل شوند.

فراگیری مالی در ایران راه پرفرازونشیبی در پیش دارد و برای پیمودن این راه همکاری و هم‌افزایی همه بازیگران این حوزه لازم است. امیدواریم رگولاتوری، تامین کنندگان مالی و مجریان زیرساخت‌های صنعت با تمام تلاش و دلسوزی با شرکت‌های فین‌تک و لندتک همراه شوند تا در نهایت این همکاری سازنده، بخش قابل‌توجهی از موانع اقتصادی تمام اقشار جامعه مرتفع شود و فین‌تک‌ها بدون نگرانی از کشمکش‌های بی‌حاصل قانونی، دغدغه‌ای جز اعتمادسازی و فرهنگ‌سازی برای کاربران‌شان نداشته باشند.

بی‌شک در سال پیش رو برنامه‌های گسترده‌تری برای سامان‌دهی و به بلوغ رساندن محصولات پیشین و ورود به بازارهای جدید حوزه فین‌تک تدوین کرده‌ایم تا بتوانیم با شناسایی کاستی‌ها و مشکلات و تقویت نقاط قوتمان، خدمات شایسته‌تری به کاربران اقتصاد دیجیتال ایران ارائه کنیم.

از ابتدای فعالیتهایمان و همچنین همکارانمان در این صنعت نوظهور، با فراز و نشیب‌های فراوانی از جمله موانع زیرساختی، خلأ یا ضعف قوانین و مقررات متناسب با تحولات حوزه اقتصاد دیجیتال، محدودیت‌های منابع مالی، محدودیت‌های اینترنت و ارتباط با شبکه‌های بین‌المللی، شیوع جهانی ویروس کرونا، بحران‌های اجتماعی و سیاسی، تشدید تحریم‌ها و ... روبرو بوده‌ایم. بسیاری از این چالش‌ها موانع جدی برای فعالیتهای ما ایجاد کرده‌اند. موانعی که می‌توانست هر کسب‌وکاری را به ورطه ناامیدی و دلسردی بکشاند. اما پیش از آنکه به مرحله دلسردی برسیم، با قاطعیت برای یافتن راهکاری نو در برابر هر بحران ایستادگی کرده‌ایم و در برابر هر دیواری با تمام قوا برای ساختن پنجره‌ای از فرصت تلاش نموده و با تکیه بر پشتوانه علمی و فنی گام برداشته‌ایم.

تلاش برای توسعه زیرساخت‌ها، مبارزه برای تغییر یا ایجاد مقررات نوین متناسب با نیازهای صنعت فین‌تک، مذاکره برای جذب منابع مالی بیشتر، طراحی مکانیزم‌های مؤثر دورکاری در دوران شیوع ویروس کرونا، ایجاد تعاملات پویا و سازنده با ذی‌نفعان و فعالان صنعت و ... از جمله راهکارهایی است که در مواجهه با این بحران‌ها اتخاذ کرده‌ایم.

تعهد دیجی‌پی

پاسخ به نیازهای دگرگون‌شده مالی

توانمندسازی مالی کاربران و ساده‌سازی فرآیندهای آن گام اول ما بود؛ موضوعی که اگرچه بانک‌ها موظف به پیاده‌سازی آن بودند اما با انقلاب تکنولوژیک اخیر، بانک‌ها فقط در ظاهر با این روند همراه شدند و مگر نئوبانک‌ها، نتوانستند با تکنولوژی خودشان را وقف دهند.

هویت ما بر اساس تسهیل‌گری فرآیندها برای بانک‌ها، مشتریان و مصرف‌کنندگان شکل گرفته است. بانک‌ها گرچه داده دارند اما همچنان داده‌محور نیستند، غالباً بروکراتیک هستند و فرآیندهای پیچیده‌شان انسان‌محور نیست و مشتریان را نه براساس اعتبارشان بلکه براساس موجودی حساب‌های بانکی‌شان می‌سنجند. اما داستان ما متفاوت از بانک‌هاست؛ ما برای ساده‌سازی فرآیندهای مرتبط با پرداخت متولد شدیم و با چنین میراثی، خدماتمان را به سایر حوزه‌های فین‌تک گسترش دادیم.

در دوره‌ای که تکنولوژی و تحولات آن کاربران را تشنه‌ی نیازهای جدیدی کرده است و روز به روز هم این نیازها را دستخوش دگرگونی‌های پیچیده‌ای می‌کند، تمرکزمان را برای توانمندسازی افراد هرگز از دست نداده‌ایم و حالا می‌خواهیم با دموکراتیک کردن دسترسی‌های مالی، این خدمات را به متن زندگی آدم‌ها بیاوریم.



دموکراتیک کردن دسترسی‌های مالی

در روزگاری که امتیازات اعتباری تنها به اقشار خاصی تعلق دارد و وام‌های خرد و کلان تنها تحت شرایطی ویژه و پیچیده، در اختیار محدود افراد جامعه قرار می‌گیرد، ما به دنبال دموکرات کردن دسترسی به منابع و خدمات مالی هستیم تا دیگر این خدمات در انحصار نباشند. به شکلی ساده، دموکرات کردن دسترسی مالی یعنی:

- تمام اقشار با هر سطح دانش و فرهنگ و در هر جغرافیایی بتوانند از این خدمات استفاده کنند.
- کمک به آگاهی‌سازی و تقویت سواد مالی تمام افراد جامعه در شرایط نزول ارزش پول
- آزادی در استفاده از خدمات مالی مختلف بنابر نیاز به هر کدام از حیطه‌های مالی



نگاهی به فینتک
در ایران و جهان

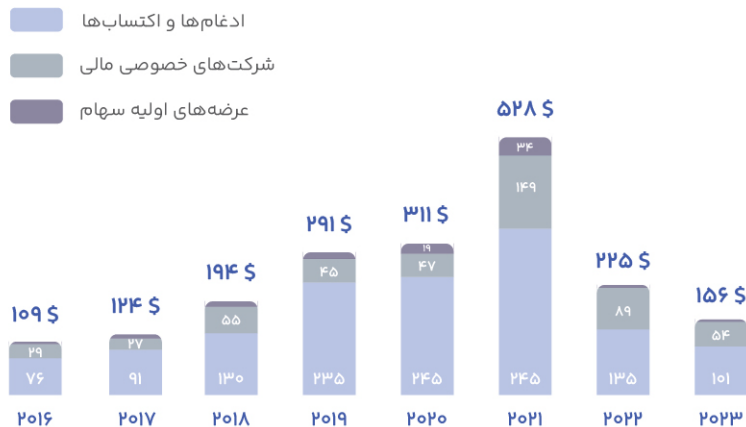
تحولات صنعت فین تک در سال ۲۰۲۳

سال ۲۰۲۳ برای فناوری‌های مالی، سالی معمولی نبود؛ با کاهش سرمایه‌گذاری‌ها، ارزش‌گذاری‌ها و تعدیل گسترده نیروها، شاهد اصلاحاتی در این صنعت بودیم. اما، هیچ کدام از این اتفاقات به معنی پایان رشد در این صنعت نبود؛ بلکه آنچه در سال گذشته برای صنعت فین تک اتفاق افتاد، برای بازگشت پرقدرت‌تر این صنعت به زمین بازی صنایع مالی و سودآوری پایدار لازم بود. در واقع با این اتفاقات، بنیان‌های این صنعت محکم‌تر از گذشته شد و فین تک حالا با مواجهه با واقعیت‌ها، اولویت‌های خود را بر روی رشد و سودآوری پایدار متمرکز کرده است

درست است که شاید تجربه‌های سال ۲۰۲۳ صنعت فین تک چندان خوشایند نبودند، اما وقتی به حجم معاملات نگاه می‌اندازیم، شاهد تزریق ۱۵۶ میلیارد دلار بودجه به صنعت فین تک هستیم. اگر بخواهیم اتفاقات و چالش‌های ۱۲ تا ۱۸ ماه اخیر فین تک را کارشناسی کنیم، احتمالاً تمام فراز و نشیب‌های این مدت، تنها یک اصلاح کوتاه‌مدت بوده است؛ در حالی‌که داستان رشد بازارهای مالی در بلند مدت روایت می‌شود. به همین دلیل، سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی آمادگی فصل بعدی سودآوری و رشد این صنعت هستند.

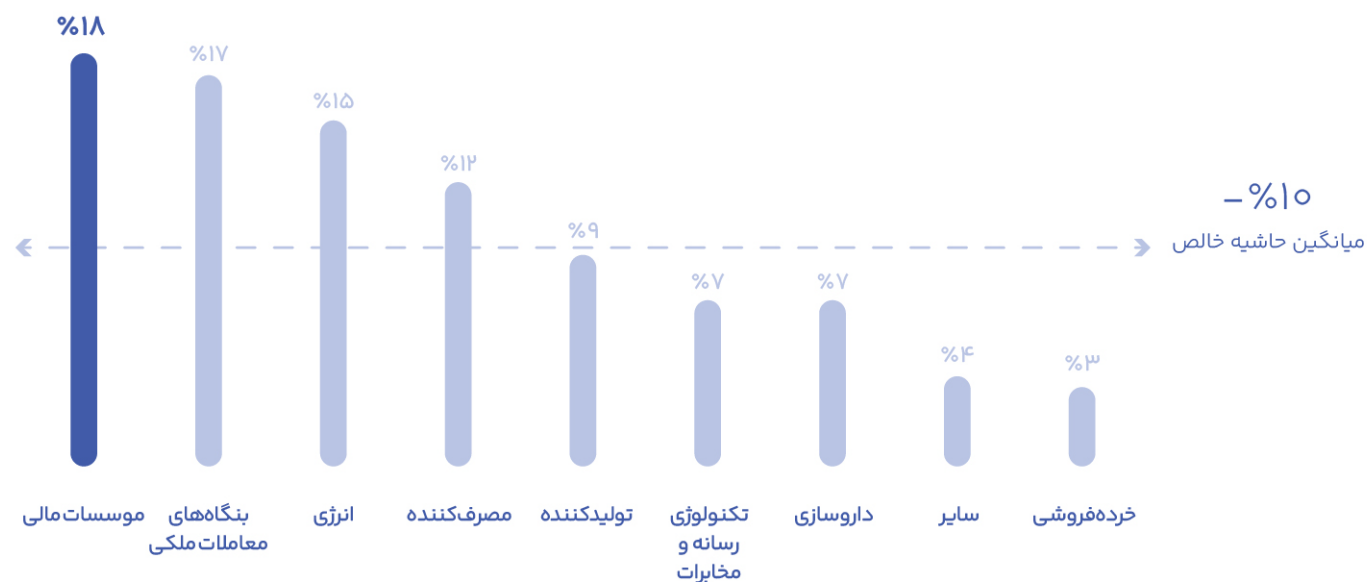
قدرت اصلی صنعت فین تک در سلطه بر کل بازارهای مالی که از بزرگ‌ترین و سودآورترین بخش‌های اقتصاد جهانی است، دیده شده است. براساس تحلیل‌های گروه مشاوره بوستون، خدمات مالی ۱۲٫۵ تریلیون دلار درآمد تجمیعی دارد و برآوردها نشان می‌دهد ۲٫۳ تریلیون دلار سود خالص در پی دارد. این حجم یکی از بیشترین حاشیه سودها در کل صنعت مالی و معادل ۱۸ درصد است. همین موضوع به یکی از اصلی‌ترین مزایای صنعت فین تک بدل شده؛ بازاری وسیع با حاشیه سود شگفت‌انگیز.

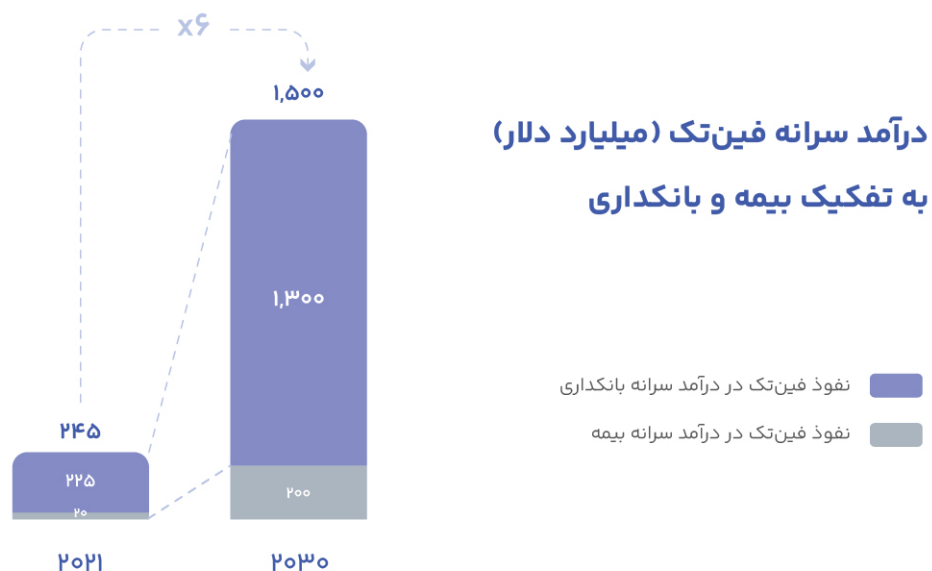
فعالیت‌های معاملاتی فین تک جهانی



خدمات مالی یکی از سودآورترین بخش‌های اقتصاد جهانی

حاشیه سود خالص (%) بر حسب صنعت، در مقایسه جهانی



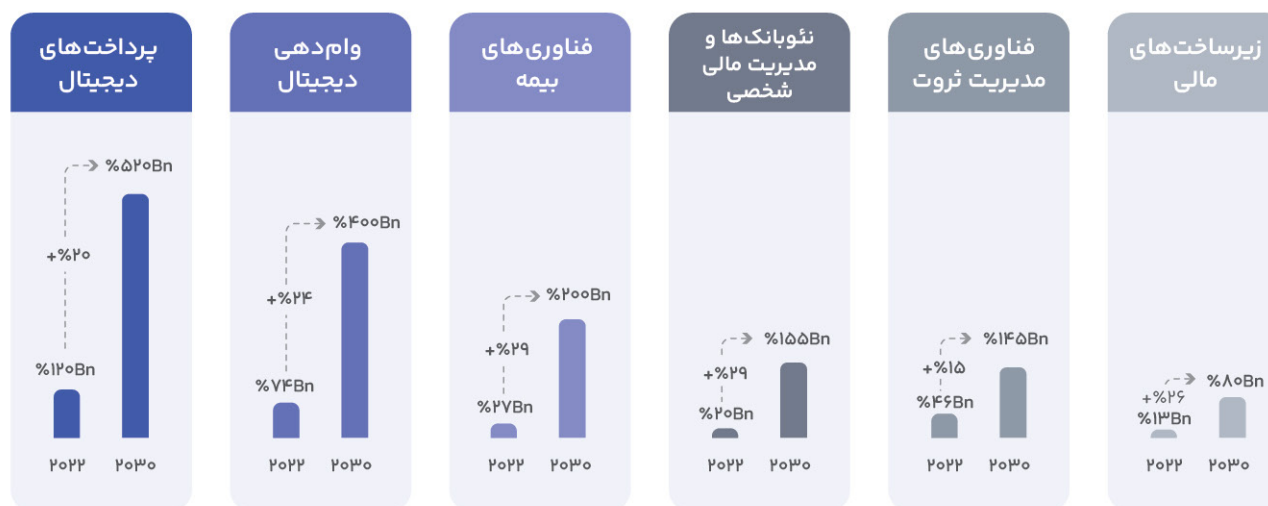


صنعت خدمات مالی با درآمد تجمیعی ۱۲٫۵ تریلیون دلاری، طی یک دهه‌ی آینده گسترش چشم‌گیری را شاهد خواهد بود. طبق پیش‌بینی‌های گروه مشاوره بوستون، تا سال ۲۰۳۰ انتظار می‌رود درآمد سرانه بانکداری فین تک و بیمه به ۲۱٫۹ تریلیون دلار برسد و این یعنی نرخ رشد مرکب سالانه‌ی ۶ درصدی. با همه این‌ها انتظار می‌رود که درآمد سالانه‌ی فین تک بیش از ۶ برابر افزایش پیدا کند و تا سال ۲۰۳۰ به میزان ۱٫۵ تریلیون دلار برسد. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۳۰ درآمد بانکداری فین تک به ۱۳٪ از درآمد تجمیعی صنعت بانکداری و یک‌چهارم ارزش بانکداری جهانی برسد. از طرفی، درآمد فناوری‌های بیمه هم به ۲٪ از درآمدهای تجمیعی کل صنعت بیمه خواهد رسید.

★ درآمد سالانه فین تک تا سال ۲۰۳۰ شش برابر و به **۱٫۵ تریلیون دلار** خواهد رسید و تحولی عظیم در بانکداری رقم خواهد زد.

تا سال ۲۰۲۳، همچنان عمده‌ترین بخش فین‌تک مربوط به پرداخت‌ها و تخصیص وام‌های دیجیتال بوده است؛ اما سریع‌ترین رشد به بخش‌های نوین بانکداری، فناوری‌های بیمه و زیرساخت‌های مالی داشته است.

پرداخت‌ها تا سال ۲۰۳۰ همچنان بزرگ‌ترین بخش فین‌تک هستند

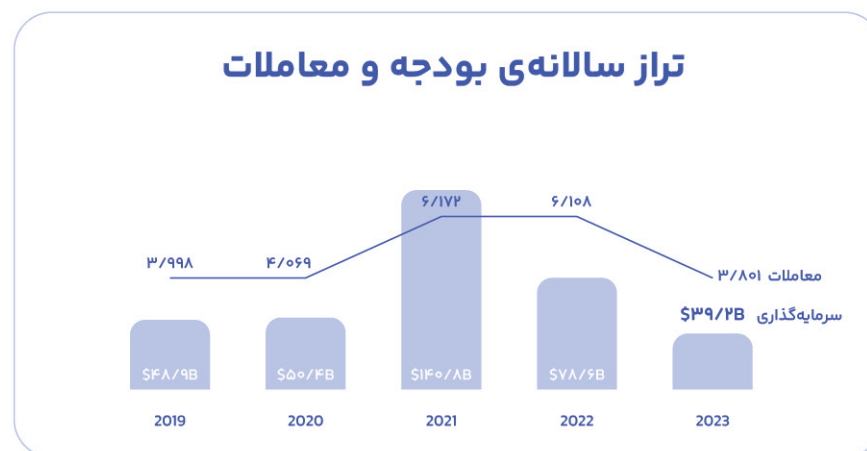


روندهای سرمایه‌گذاری فین‌تک ۲۰۲۳

بودجه و معاملات سالانه

سال	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳
بودجه	\$ ۴۸/۹ B	\$ ۵۰/۴ B	\$ ۱۴۰/۸ B	\$ ۷۸/۶ B	\$ ۳۹/۲ B
معاملات	۳/۹۹۸	۴/۰۶۹	۶/۱۷۲	۶/۱۰۸	۳/۸۰۱

تراز سالانه‌ی بودجه و معاملات



معاملات و سرمایه گذاری سه ماهه آخر ۲۰۲۳

منطقه	بودجه	معاملات
آمریکا	\$ ۳/۷ B	۲۸۱
اروپا	\$ ۱/۷ B	۱۸۴
آسیا	\$ ۲/۱ B	۱۵۴
لاتام	\$ ۰/۴ B	۵۳
آفریقا	\$ ۰/۱ B	۲۶
کانادا	\$ ۰/۳ B	۲۱
اقیانوسیه	\$ ۰/۱ B	۱۷
سایر مناطق	\$ ۱۰/۹ B	۴

حجم معاملات و سرمایه گذاری ها به تفکیک مناطق جهانی در سه ماهه آخر سال ۲۰۲۳

روندهای جهانی صنعت فین تک در سال ۲۰۲۴

سرمایه‌گذاران همچنان B2B را به B2C ترجیح می‌دهند

مدیریت مالی شخصی از بین نرفته است

کریپتو همچنان زنده است

آمیختن فین تک و ای کامرس

بازنگری بازارهای سرمایه

گسترش بازار نوظهور فین تک

ظهور راهکارهای پیشنهادی نسل جدید مدیریت ثروت

مهم‌تر شدن احراز هویت دیجیتال

مهاجرت به نسل دوم فناوری‌های بیمه

دیجیتالی کردن و اتوماسیون دفتر مدیریت ارشد مالی

بازترکیب خدمات فین تک شرکت‌های کوچک و متوسط و مصرف‌کننده

تمرکز فین تک بر پس‌انداز بازنشستگی

اتصال ای پی‌ای‌های مالی و داده‌های فهرست پرداخت برای شرکت‌های کوچک و متوسط

فین تک در منطقه MENA

صنعت فین تک طی تنها دو دهه، صنعت مالی را کاملاً دگرگون کرده است. از سال ۲۰۱۹، با حمایت بخش خصوصی، با نهایی شدن بیش از ۲۰۰۰۰ معامله، میزان سرمایه‌گذاری در شرکت‌های خدمات مالی مجموعاً ۳۱۶ میلیارد دلار بوده است. اما با وجود بیش از ۲۰ سال نوآوری، تاثیرگذاری و موفقیت‌های چشم‌گیر، همچنان فین تک در آغاز راه کشف پتانسیل‌های خود است؛ بازاری که در پنج سال آینده ارزشی بیش از ۳۲۴ میلیارد دلار خواهد داشت.

فین تک در خاورمیانه و آفریقا (منطقه MENA) هم از این قاعده مستثنی نیست؛ در طول پنج سال گذشته، این منطقه همواره سهم عمده‌ای از تمام سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر را جذب کرده است و تقریباً ۶ میلیارد دلار در ۱۱۸۱ استارت‌آپ فین‌تکی منطقه سرمایه‌گذاری شده است. رشد سریع صنعت فین تک در منطقه MENA از تعداد معاملات بزرگ آن از جمله معامله ۱٫۸ میلیارد دلاری فاوری، سرمایه‌گذاری ۲۰۰ میلیارد دلاری تابی و معاملات ۱۷۰ میلیارد دلاری فلاترویو مشهود است.

از سال ۲۰۱۸ شاهد نفوذ فین تک و سلطه آن بر حوزه خدمات مالی بوده‌ایم و دیدیم چطور برخی از کارآفرینان این منطقه از همین فناوری‌ها برای ساخت، طراحی و راه‌اندازی محصولاتی که نیاز میلیون‌ها کسب‌وکار، فرد و خانواده است، استفاده کردند. طی این سال‌ها، منطقه خاورمیانه، شمال آفریقا و پاکستان (MENAP) به یکی از اکوسیستم‌های فین‌تکی با بیشترین سرعت رشد تبدیل شده است که بیش از ۱۳۰۰ شرکت در آن مشغول به فعالیت‌اند. فین تک در منطقه MENAP در سال ۲۰۲۳، زمانی که سرمایه‌گذاری در سایر مناطق دنیا رو به کاهش بود، سیر صعودی سرمایه‌گذاری خود را ادامه داد که به حدود ۲٫۵ میلیارد دلار رسید. در همین دوران، سیاست‌گذاران کشورهای حاشیه خلیج فارس، فین تک را برای تنوع‌بخشیدن به اقتصاد خود و هدایت دوران گذار اقتصاد متکی به نفت، کاهش نوسانات اقتصاد ملی، بهبود فراگیری مالی و تشکیل جوامع بدون نقدینگی، یک فرصت بزرگ می‌دانند. همین اقدامات و ابتکارات باعث تشکیل اکوسیستمی آماده برای رشد شده است.

حوزه پرداخت در قریب به ۳۰٪ شرکت‌های فعال در منطقه MENAP، فعال‌ترین بخش صنعت فین‌تک است و فناوری‌های بانکداری و تخصیص وام به‌ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از طرفی راهکارهایی که سرویس «الان بخر، بعدا پرداخت کن» ارائه کرده است، سبب رشد محبوبیت آن در کشورهای حاشیه خلیج فارس شده است. برای مثال بازار سرویس «الان بخر، بعدا پرداخت کن» در عربستان رشد خیره‌کننده‌ای داشته است و از ۷۶۰۰۰ کاربر در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱۰ میلیون کاربر در سال ۲۰۲۲ رسیده است.

فرصت‌های فین‌تکی در منطقه منا

سه ویژگی نوظهور فین‌تکی **پویایی جمعیت، تقاضای نهان برای خدمات مالی و رگولاتوری حامی**، تقریباً به یک اندازه در توسعه و رشد کسب‌وکارهای فین‌تکی اثربخش هستند. اما با این‌حال، کشورهای منطقه MENA امکانات منحصربه‌فردی هم برای رشد رقابتی در بازار فین‌تک دارند.

جمعیت پویا

جمعیت این منطقه بیش از ۱٫۳ میلیارد نفر است. دو کشور بزرگ این منطقه مصر و نیجریه به‌ترتیب ۱۰۹ و ۲۱۳ میلیون نفر جمعیت دارند. بیش از نیمی از کل جمعیت منطقه MENA را (۵۵٪) جوانان تشکیل می‌دهند. آفریقا جوان‌ترین کشور این منطقه است؛ جمعیت جوانی که با فناوری آشناست. این موج جوانی فضایی مناسب برای نوآوری در فناوری‌های مالی فراهم می‌کند.

تقاضای نهفته

در منطقه‌ی خاورمیانه، نرخ فراگیری مالی در بین افراد و کسب‌وکارها پایین است. ۷۵٪ افرادی که مشمول فراگیری مالی نمی‌شوند، در ۲۵ کشور دارای بازارهای فین‌تکی نوظهور زندگی می‌کنند که معادل جمعیت ۴۶۷ میلیون نفری در این منطقه است. تجربه افراد برخوردار از بانکداری دیجیتال هم به نوعی توسعه‌نیافته است و کارایی لازم را ندارد. در رابطه با رسیدگی به نیازهای مالی کسب‌وکارها، کارآفرینان این منطقه با چالش‌های متعددی مانند فرآیندهای زمان‌بر پیاده‌سازی و اجبار در استفاده از کارتهای اعتباری شخصی و محدود خودشان برای پرداخت‌های کاری مواجه هستند.

رگولاتوری حامی

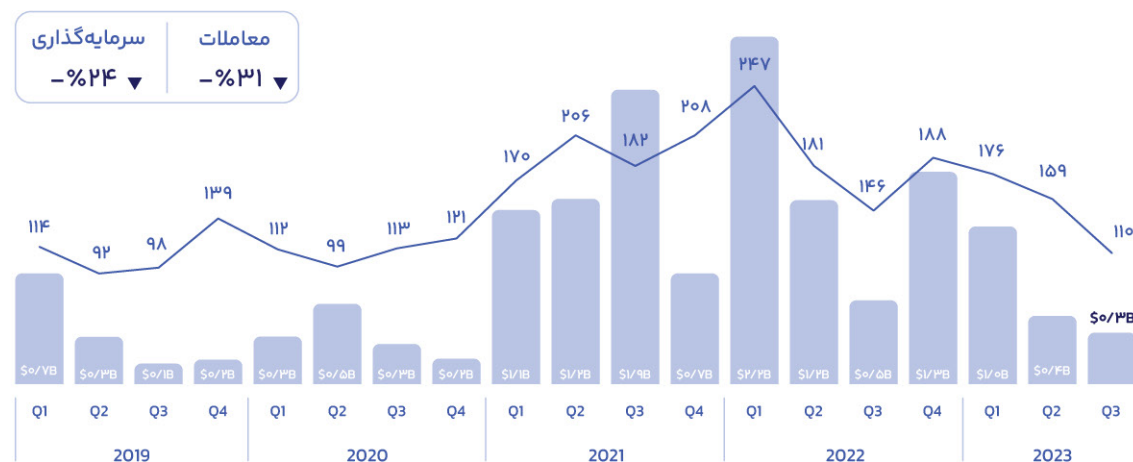
در خاورمیانه و شمال آفریقا، دولت‌های منطقه‌ای چارچوب‌های نظارتی را برای بخش خدمات مالی طراحی کرده‌اند تا اقتصادهای منطقه‌ای را با دیجیتالی کردن تنوع ببخشند و به توسعه‌ی صنایع مجاور نیز کمک کنند. در سراسر این منطقه، دولت‌ها برای کارآفرینان چارچوب‌های فین‌تکی لحاظ کرده‌اند تا آزمون و خطاهای بازار فین‌تک را در شرایط ساده‌تری انجام دهند.

ترندهای سرمایه‌گذاری فین‌تک منطقه MENA در سال ۲۰۲۳

- پیشرفت‌های فین‌تکی، در پاسخ به تغییر تمایلات کاربران، آن‌ها را به سمت خدمات مالی دیجیتال سوق می‌دهد.
- شرکت‌های فین‌تکی از هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی تجربه کاربری استفاده می‌کنند و با شخصی‌سازی‌های بیشتر از سیستم‌های شناسایی کلاهبرداری بهبود یافته بهره‌مند هستند.
- سیستم‌های خودمدیریتی و اتوماسیون با تلفیقی از هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی و اتوماسیون فرایند رباتیک، فرصت‌هایی را برای صرفه‌جویی در هزینه و افزایش کارایی در مواردی مثل مدیریت بدهی تا وام‌دهی خودکار فراهم کرده است.
- تکنیک‌های ارتقای حریم شخصی به نگرانی‌های قانونی و امنیتی سایبری پاسخ می‌دهند و از ویژگی‌های محرمانگی اطلاعات هنگام استفاده از هوش مصنوعی برای مسائلی مانند تشخیص کلاهبرداری اطمینان پیدا می‌کنند.
- استفاده از زیرساخت‌های یکپارچه با استفاده از ای‌پی‌آی‌ها، بومی‌سازی و همکاری‌های بی‌نظیری را ممکن کرده است و تجربه‌های مالی مهمی را با هزینه‌های کمتر ارائه می‌کند.
- مدل‌های توزیع‌شده و غیرمتمرکز مبتنی بر فناوری‌های دیفای و بلاکچین، ارتقای امنیت، شفافیت و کارایی را به دنبال داشته است.

روند سرمایه‌گذاری و حجم معاملات منطقه MENA

کاهش سرمایه‌گذاری و معاملات MENA در سه‌ماههٔ سوم



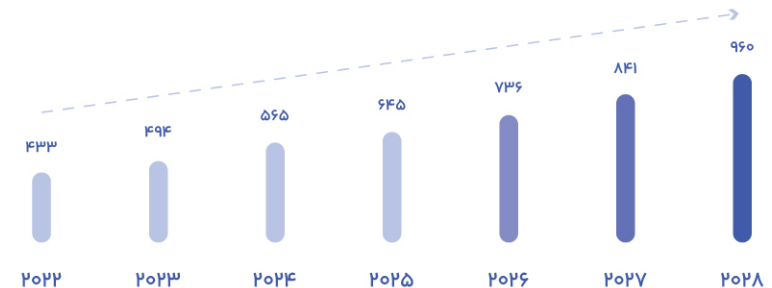
الان بخر، بعدا پرداخت کن: پدیده‌ای جهانی

در حالی که ظهور سرویس «الان بخر، بعداً پرداخت کن» به دهه ۱۸۴۰ برمی‌گردد، اما یکی از راه‌حل‌های مدرنی به حساب می‌آید که در اوایل دهه ۲۰۱۰ برای رسیدگی به چالش‌های تأمین مالی مانند پیچیدگی، کارمزدهای بالا و نرخ‌های درصد سالانه پدیدار شد. پیشرفت‌های فناوری و محیط اقتصادی کلان مطلوب، باعث شد این پدیده رشد چشمگیری داشته باشد و به پنجمین روش پرداخت پرمصرف جهانی در سال ۲۰۲۲ تبدیل شود. ناگفته نماند که در این تخمین، هم پرداخت آنلاین و هم پرداخت در فروشگاه بررسی شده است و با در نظر گرفتن حجم فروش ناخالص، این رقم ۴۳۳ میلیارد دلار تخمین زده شده است. پیش‌بینی می‌شود که این رقم تا سال ۲۰۲۸ به حدود ۹۶۰ میلیارد دلار افزایش پیدا کند و نرخ رشد سالانه مرکب ۱۴ درصدی را به خود اختصاص دهد. از طرف دیگر، پیش‌بینی می‌شود که سرویس «الان بخر، بعدا پرداخت کن» سریع‌ترین روش پرداخت از نظر حجم تراکنش، ارزش فروش و پایگاه کاربران باشد.

سهم بازار BNPL (ای‌کامرس): بازارهای بالغ



سهم بازار BNPL (ای‌کامرس): بازارهای بالغ (بر حسب میلیارد دلار)



وضعیت اقتصاد دیجیتال ایران

چالش‌های اقتصاد دیجیتال ایران

اقتصاد دیجیتال محرک اصلی تغییر و نوآوری در جهان است. ایران باید خود را با این واقعیت جدید تطبیق دهد و از فرصت‌های آن استفاده کند. در واقع، توسعه‌ی اقتصاد دیجیتال برای حل بخشی از مشکلات اقتصادی ایران نه یک انتخاب، بلکه یک الزام است. از این رو راهکارهایی مانند تلاش برای مقابله با مهاجرت کارشناسان حوزه‌ی فناوری اطلاعات، کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت به کسب‌وکارهای فعال در اقتصاد دیجیتال، تغییر سیاست‌گذاری ها و سرمایه‌گذاری جامع در این حوزه پیشنهاد می‌شود؛ اما در حال حاضر، متأسفانه اقتصاد دیجیتال در ایران با چالش‌های متعددی روبه‌روست:

- عدم حضور سرمایه‌گذاران خارجی به علت تحریم‌ها
- ریسک بالای سرمایه‌گذاری در اقتصاد دیجیتال در مقایسه با دیگر بازارهای مالی
- مهاجرت کارآفرینان و نیروهای متخصص
- عدم امکان برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های میان‌مدت و بلندمدت
- دشواری در تامین تجهیزات، زیرساخت‌ها و سرویس‌های فنی به علت تحریم‌ها
- دسترسی نداشتن به بازارهای بین‌المللی
- دشواری در ورود ارز

فرصت‌های اقتصاد دیجیتال در ایران

ایران با ۸۵ میلیون نفر جمعیت و نرخ بالای نفوذ اینترنت و تلفن همراه در میان مردم، از فرصت‌های رشد بسیاری در این حوزه برخوردار است:

- افزایش اشتغال در کشور
- افزایش رشد و بهره‌وری
- جهش تولید، تحول ساختاری و متنوع‌سازی

وضعیت اقتصاد دیجیتال ایران

طبق گزارش اقتصاد دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۹ به علت گسترش نسبتاً سریع زیرساخت‌های مخابراتی و افزایش دسترسی به اینترنت، سهم مجموع سه لایه‌ی اقتصاد دیجیتال (هسته‌ی مرکزی، دیجیتال‌زادها، سنتی‌های صنعت) به نسبت تولید ناخالص داخلی در ایران از ۲٫۲ درصد در سال ۱۳۹۱، به ۶٫۵ درصد در سال ۱۳۹۸ رسیده و در طول سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ همواره ارزش کل اقتصاد دیجیتال کشور روند افزایشی داشته است. آمارهای در دسترس بعدی در این باره اظهارات معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهوری در دی‌ماه ۱۴۰۲ است. او بیان کرد: «اقتصاد دیجیتال در دنیا سهمی حدود ۱۵ درصد از تولید ناخالص داخلی اقتصاد جهان یعنی معادل یک هفتم اقتصاد جهانی را به خود اختصاص داده است. سهم اقتصاد دیجیتال از اقتصاد ملی ما، چیزی حدود شش درصد یعنی معادل یک پانزدهم تولید ناخالص ملی کشورمان است؛ یعنی در مقایسه با متوسط جهانی بخش عمده‌ای از ظرفیت‌های توسعه اقتصاد دیجیتال در کشورمان شکوفا نشده و اقتصاد دیجیتال ایران که اکنون حدود ۳۰ میلیارد دلار از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده، می‌تواند دست کم به حدود ۲٫۵ برابر میزان فعلی چیزی حدود ۷۵ میلیارد دلار برسد. همچنین با توجه به سهم یک درصدی ایران از جمعیت جهان، ظرفیت رشد اقتصاد دیجیتال ایران تا پنج برابر میزان فعلی یعنی تا ۱۵۰ میلیارد دلار وجود دارد.»

نگاهی به فعالیتهای مالی در ایران و اندازه بازار جهانی فین تک

جدول روبرو، گزارش سالانه‌ی شاخص‌های مالی اقتصاد دیجیتال ایران را با داده‌هایی از تسهیلات خرد اعطایی، استفاده از کارت‌های اعتباری و کل اعتبار تراکنش شده نشان می‌دهد.

مبلغ تراکنش‌های کارت اعتباری در سال گذشته، بالغ بر ۹۳۶ هزار میلیارد ریال بوده است که برای کل سال، ۱۰۲۲ هزار میلیارد ریال پیش‌بینی شده است. همچنین مجموع اعتبارات صادرشده رشد چشمگیری داشته و به عدد ۱۱۵۷۱٫۲ هزار میلیارد ریال رسیده است که پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال این عدد به ۱۲۶۲۳٫۱ هزار میلیارد ریال افزایش پیدا کند. در ادامه، مجموع معیارهای مالی با ترکیب کارت اعتباری و تسهیلات صادرشده ۱۲۵۹۸ هزار میلیارد ریال بوده است که پیش‌بینی می‌شود در انتهای سال به مبلغ ۱۳۶۴۵٫۱ هزار میلیارد ریال افزایش پیدا کند.

در مقایسه، اندازه بازار جهانی فین تک در سال ۲۰۲۳، طبق داده‌های بانک مرکزی، ۱۶۵٫۱۷ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده است که نشان‌دهنده تفاوت گسترده بین فعالیت مالی ایران و صنعت جهانی فین تک است. این داده‌ها که از بانک مرکزی تهیه شده است، رشد بخش مالی ایران و موقعیت آن را نسبت به روندهای جهانی نشان می‌دهد و بر نقش رو به‌گسترش اعتبار در اقتصاد داخلی و مقیاس قابل توجه تحولات جهانی فین تک تأکید دارد.

تسهیلات خرد اعطایی (تسهیلات زیر ۳۰۰۰ میلیون ریال- هزار میلیارد ریال)				
منبع: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	کل	تسهیلات	کارت اعتباری	سال
	۱۲۵۰۸/۰	۱۱۵۷۱/۲	۹۳۶/۸	۱۴۰۲
	۴۷۹۴۸/۰		اعتبارات	
	پیش بینی تا پایان سال ۱۴۰۲			
	کل	تسهیلات	کارت اعتباری	سال
	۱۳۶۴۵/۱	۱۲۶۲۳/۱	۱۰۲۲/۰	۱۴۰۲
	۵۲۳۰۶/۹		اعتبارات	

اندازه بازار فین تک (میلیارد دلار)		
جهان	اندازه بازار	سال
	۱۶۵/۱۷	۲۰۲۳

دیجی پی
در یک نگاه



۳۶۵ روز پرمخاطره



سال گذشته برای دیجی‌پی سال پرفشاری بود؛ با کاهش قدرت خرید اقشار گوناگون جامعه، اهمیت نقش‌آفرینی‌مان در حوزه‌ی لندتک شدت می‌گرفت. از هم‌افزایی با بازیگران صنعت فین‌تک و امضای تفاهم‌نامه‌های همکاری با دو بانک مسکن و صادرات تا افزایش فروشگاه‌های پذیرنده، و ارائه خدمات تسویه زود هنگام و سرمایه در گردش برای تقویت مالی زنجیره تامین، همگی در راستای هدف اصلی دیجی‌پی، یعنی دموکرات کردن دسترسی به خدمات و منابع مالی برای همه جامعه ایرانی صورت گرفت.

در حالی که ترس از مشکلاتی مانند قطعی گسترده اینترنت در سال ۱۴۰۱ همچنان همراه‌مان است، با چالش‌ها و موانع متفاوتی برای توسعه کسب‌وکار در سال گذشته مواجه شدیم. با همه این اوصاف، در تمام ۳۶۵ روز سال گذشته تنها دلگرمی ما برای ادامه دادن، استقبال کاربران از خدمات و تلاش برای یافتن مسیرهای نوین و بهینه‌تر عرضه خدمات‌مان بود.

در ادامه‌ی این گزارش به‌طور دقیق، نتیجه‌ی تمام تلاش‌های ما را برای تحقق آنچه برای آن در سال گذشته جنگیده‌ایم و باور داریم می‌تواند بیش از این باشد، مطالعه می‌کنید.



اولین کمپین محیطی دیجی‌پی

پی چیزی بودن... که خود زندگی است

سال گذشته پر از هیجان‌های کوچک و بزرگ برای دیجی‌پی بود. به جرات می‌شود گفت اجرایی کردن اولین کمپین محیطی‌مان در فصل زمستان از جذاب‌ترین و چالشی‌ترین اتفاقاتی بود که رقم زدیم. برنامه‌ریزی‌ها از چند ماه قبل انجام شده بود، ایده‌های بسیاری آمدند و رفتند و در نهایت دیجی‌پی را خود زندگی دیدیم؛ با همه شیرینی‌ها و تلخی‌هایش، با همه بالاها و پایین‌هایش.

طی اجرای این کمپین مجموعاً ۴۵ سازه در شهر تهران به صورت ثابت و چرخشی در اختیار داشتیم، به علاوه‌ی رسانه‌های دیجیتال که به موازات، فعالیت‌های مکمل پوشش می‌دادند.





دلیل انتخاب رویکرد وربال در طراحی این کمپین، انتقال سریع‌تر و صریح‌تر پیام به مخاطبین بود؛ نمی‌خواستیم با آوردن عناصر بصری بیشتر تمرکز مخاطبین را برهم بزنیم. از طرفی با توجه به این‌که مدت نسبتاً زیادی بود که این سبک از کمپین‌ها در سطح شهر دیده نشده بود، انتخاب این فرم وربال می‌توانست به دیده شدن بیشتر پیام کمک کند.

واضح است که مانند هر کمپین محیطی دیگری به رویکردهای این کمپین از جمله برجسته نبودن ارزش پیشنهادی محصول که همان «خرید اعتباری آنلاین» بود، انتقاداتی شد. درست است که امروز خرید اعتباری آنلاین پررنگ‌ترین بُعد کسب‌وکار دیجی‌پی است اما ما قصدمان در این مرحله، پرداختن به مأموریت اصلی دیجی‌پی بود؛ دیجی‌پی فراتر از خرید اعتباری است، مادر تمام موقعیت‌های زندگی که «پی چیزی هستید» می‌توانیم همراهتان باشیم.

در واقع در شرایط اقتصادی کنونی، خرید اعتباری برای تحقق آنچه در زندگی به دنبالش هستیم، راه‌گشا است و از طرفی یکی از اصلی‌ترین ابزارهای دیجی‌پی برای دموکرات کردن هرچه بیشتر فرایندها و منابع مالی به‌شمار می‌آید. از آنجایی که پیام این کمپین که برآمده از استراتژی‌های اِرتِ ی برند است، در آینده نیز برای ارتباطات برند شاهد انواع دگرگون‌شده‌ی آن خواهید بود.

دیجی‌پی فراتر از خرید اعتباری است، ما در تمام موقعیت‌های زندگی که «پی چیزی هستید» می‌توانیم همراهتان باشیم.



اتفاقات بزرگ سالی که گذشت

۱۴۰۲ اردیبهشت	۱۴۰۲ فروردین	۱۴۰۱ اسفند	۱۴۰۱ بهمن اضافه شدن زیرساخت سفته الکترونیک
۱۴۰۲ شهریور شروع فعالیت محصول خرید اعتباری ۴ قسطه	۱۴۰۲ مرداد	۱۴۰۲ تیر	۱۴۰۲ خرداد تخصیص ۵٫۵ همت وام خرید
۱۴۰۲ دی - امضای تفاهم‌نامه بانک صادرات - ثبت رکورد فروش روزانه ۲۷ میلیاردی در سرویس خرید اعتباری - افزایش ۳۰۰٪ کاربران سرویس خرید اعتباری - افتتاح اولین شعبه اختصاصی ثبت‌نام حضوری در استان تهران	۱۴۰۲ آذر - امضای تفاهم‌نامه بانک مسکن - افزایش ۴۰٪ نصب روزانه اپلیکیشن - رشد ۲۵٪ کاربران فعال اپلیکیشن - تخصیص وام‌های ۷۵ و ۱۰۰ میلیونی - ثبت بالاترین رکورد فروش سرویس بیمه تجهیزات الکترونیک - ثبت بالاترین رکورد فروش سرویس دریافت وام)	۱۴۰۲ آبان امکان خرید اعتباری شارژ و بسته اینترنت، پرداخت اعتباری قبوض و جرائم راهنمایی و رانندگی	۱۴۰۲ مهر شروع فعالیت محصول بیمه‌ی کالاهای دسته دوم

مهم‌ترین رکوردها در سالی که گذشت

رشد

۲۲ درصدی

کاربران فعال اپلیکیشن

فعال‌سازی

۵۷ میلیارد تومان

وام در یک روز

فروش

۲۷ میلیارد تومان

سرویس خرید اعتباری در یک روز

رشد

۳۰ درصدی

نصب اپلیکیشن

تعداد بازدید از دیجی‌پی

۱۵۰ میلیون بازدید

مجموع مبالغ تراکنش‌های

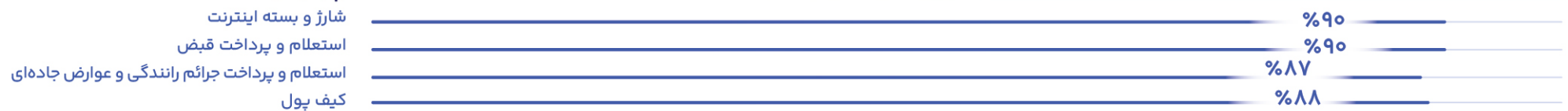
موفق در داغ‌ترین روز اپلیکیشن

۲۰+ میلیارد

تخصیص **۷ همت تسهیلات** به همه کاربران

میزان رضایت کاربران از خدمات

اپلیکیشن



وام



الان بخر بعدا پرداخت کن!



کاربران چه قدر خدمات دیجی‌پی را به دیگران توصیه می‌کنند؟

سرویس وام خرید کالا ۶۱٪

سرویس خرید اعتباری ۷۱٪
(الان بخر، بعدا پرداخت کن)

کاربران به چه دلایلی دیجی‌پی را به دیگران توصیه می‌کنند؟



وام خرید کالا

- سرعت بالا (ثبت درخواست تا زمان تخصیص اعتبار)
- فرآیند شفاف در دریافت اعتبار
- امکان خرید کالاهای متنوع
- سود مناسب با توجه به شرایط اقتصادی کشور



سوپر اپلیکیشن

- سرعت و امنیت بالا
- تنوع خدمات
- راحتی در استفاده
- خدمات و پشتیبانی شایسته
- قرعه کشی و جوایز پی‌کلاب



بیمه تجهیزات الکترونیک

- سرعت بالای پرداختی‌ها
- پوشش کامل خسارات
- وضوح دستورالعمل‌های استفاده از بیمه
- فرآیند شفاف و آسان جبران خسارات



الان بخر بعدا پرداخت کن

- سهولت استفاده از اعتبار
- سهولت در بازپرداخت بدهی
- تنوع محل‌های خرج اعتبار
- امکان شارژ مجدد اعتبار

دیجی پی
در سالی که گذشت



عملکرد خدمات دیجی‌پی در سالی که گذشت

عمده‌ترین بخش گزارش عملکرد سالانه دیجی‌پی معطوف به دستاوردهای محصولات و خدمات آن می‌شود؛ این‌که سال گذشته چه کردیم و نتیجه فعالیت هایمان به کجا ختم شد، همگی در ادامه‌ی این بخش به نمایش درآمده است. تلاش کردیم در تدوین اطلاعات این بخش به اصول صداقت، گیرایی و چشم‌نواز بودن توجه ویژه‌ای داشته باشیم تا ضمن مطلع شدن از تحولات و دستاوردهای دیجی‌پی، با حظ بصری همراه ما باشید.

وام خرید کالا



سکویی برای تحقق رویاها

وام خرید کالا زیرمجموعه‌ای از سرویس‌های اعتباری دیجی‌پی است که به کاربران نهایی تخصیص داده می‌شود. هدف این سرویس، در راستای افزایش دسترسی پذیری به منابع و خدمات مالی، ارتقای توان خرید اقشار گوناگون جامعه برای تهیه آنچه قصد پرداخت یک‌باره هزینه‌ی آن را ندارند، است. قطعا این سرویس با رکورد سالانه‌ی ۴٫۲ همت اعتبار تخصیص داده شده و نرخ خالص ترویج ۶۰٫۷۱ درصدی، اصلی‌ترین سکوه‌ای دیجی‌پی برای تحقق رویاهای کاربران است.

دیجی‌پی به‌عنوان تسهیل‌گر دسترسی به خدمات اعتباری، این سرویس را به دو شکل انفرادی و سازمانی ارائه می‌کند. با مدل سازمانی این سرویس در بخش خدمات سازمانی در ادامه‌ی همین گزارش به‌طور کامل آشنا خواهید شد. اما در مدل انفرادی، افراد حقیقی می‌توانند بدون نیاز به ضامن و تنها با محوریت اعتبارسنجی بانکی و ارائه سفته الکترونیک یا چک صیادی، برای دریافت وام دیجی‌پی اقدام و یکی از مبالغ ۱۰، ۲۰، ۳۰، ۴۰ و ۵۰ میلیون تومانی را دریافت کنند.

در سال ۱۴۰۲، طرح‌های ۷۵ و ۱۰۰ میلیون تومانی وام را به‌طور محدود به برخی اقشار جامعه هدفمان ارائه کردیم که با استقبال گسترده‌ای مواجه شد. به همین دلیل، در تلاشیم در سال آینده با هم‌افزایی با بانک‌های بیشتر برای تامین اعتبارات، مبلغ وام‌هایی که به دست کاربرانمان می‌رسانیم، افزایش دهیم.

تخصیص وام‌های خرد به بیش از

۲۰۰ هزار کاربر

در سال گذشته

برای کاربرانی که به هر دلیلی مانند اشکال در بارگذاری مدارک، ثبت نام با فرایند آنلاین برایشان دشوار است، ۳ شعبه ثبت نام حضوری در تهران و یک شعبه در استان البرز را تجهیز کردیم تا با راهنمایی مشاوران، سریع تر و بی خطا مسیر دریافت وام خود را طی کنند.

در حال حاضر دارندگان وام دیجی پی می توانند از **بیش از ۵۰** فروشگاه آنلاین و حضوری با بیش از **۱۲ میلیون** تنوع کالایی، به صورت اقساطی خرید کنند. در ادامه، با جزئیات بیشتر و آمارهای دقیق تری به دستاوردهای یک سال گذشته ی سرویس وام خرید کالای دیجی پی پرداخته ایم.



همافزایی با بانک‌ها برای تامین اعتبار

پیش‌تر گفتیم دیجی‌پی در سرویس وام خرید کالا تنها تسهیلگر دریافت اعتبار است؛ در واقع دیجی‌پی با استقبال از همکاری با بانک‌های کشور برای تامین اعتبار و فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای اجرای عملیات آنلاین و حضوری تخصیص آن، شرایط دریافت وام را برای اقشار جامعه سریع‌تر و آسان‌تر می‌کند. در حال حاضر دو **بانک ملت و تجارت** تامین‌کنندگان اعتبار سرویس وام دیجی‌پی هستند. با توافقات صورت گرفته، امیدواریم در سال ۱۴۰۳ برای سهولت هرچه بیشتر تخصیص وام، میزبان همراهی بانک‌های بیشتری باشیم.

تحول فرایند دریافت وام با سفته الکترونیک

از اوایل سال ۱۴۰۲، امکان دریافت وام دیجی‌پی با سفته الکترونیک فراهم شد. با همکاری بانک تجارت و ورود سفته الکترونیک به فرایند دریافت وام دیجی‌پی، دغدغه‌ی عده‌ی بسیاری از متقاضیان وام که امکان دریافت دسته چک نداشتند هم برطرف شد و به‌خاطر چابکی فرایند صدور سفته، میانگین زمان دریافت وام به میزان چشم‌گیری کاهش پیدا کرد؛ تا جایی که کوتاه‌ترین زمان برای دریافت وام با سفته الکترونیک به تنها **۷۳ دقیقه** رسید.

کوتاه‌ترین زمان تخصیص وام به کاربران

۷۳ دقیقه

طرح‌های مختلف وام دیجی‌پی

۱۰۰ میلیون تومان

۳۰ میلیون تومان

پرطرفدارترین طرح وام دیجی‌پی
در سال گذشته

۷۵ میلیون تومان

۲۰ میلیون تومان

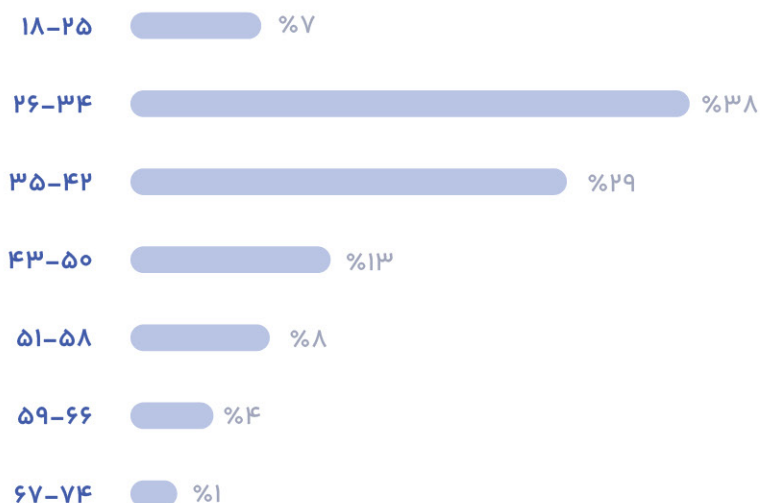
۵۰ میلیون تومان

۱۰ میلیون تومان

وام‌های دیجی‌پی با اقساط ۶، ۹ و ۱۲ ماهه به کاربران اعطا می‌شود.

بازه سنی و طبقه‌بندی جنسیتی کاربران وام دیجی‌پی

نمودار پراکندگی سن کاربران وام



جوان‌ترین کاربر

۱۸ سال



مسن‌ترین کاربر

۷۴ سال



میانگین سنی کاربران وام دیجی‌پی: ۳۸ سال

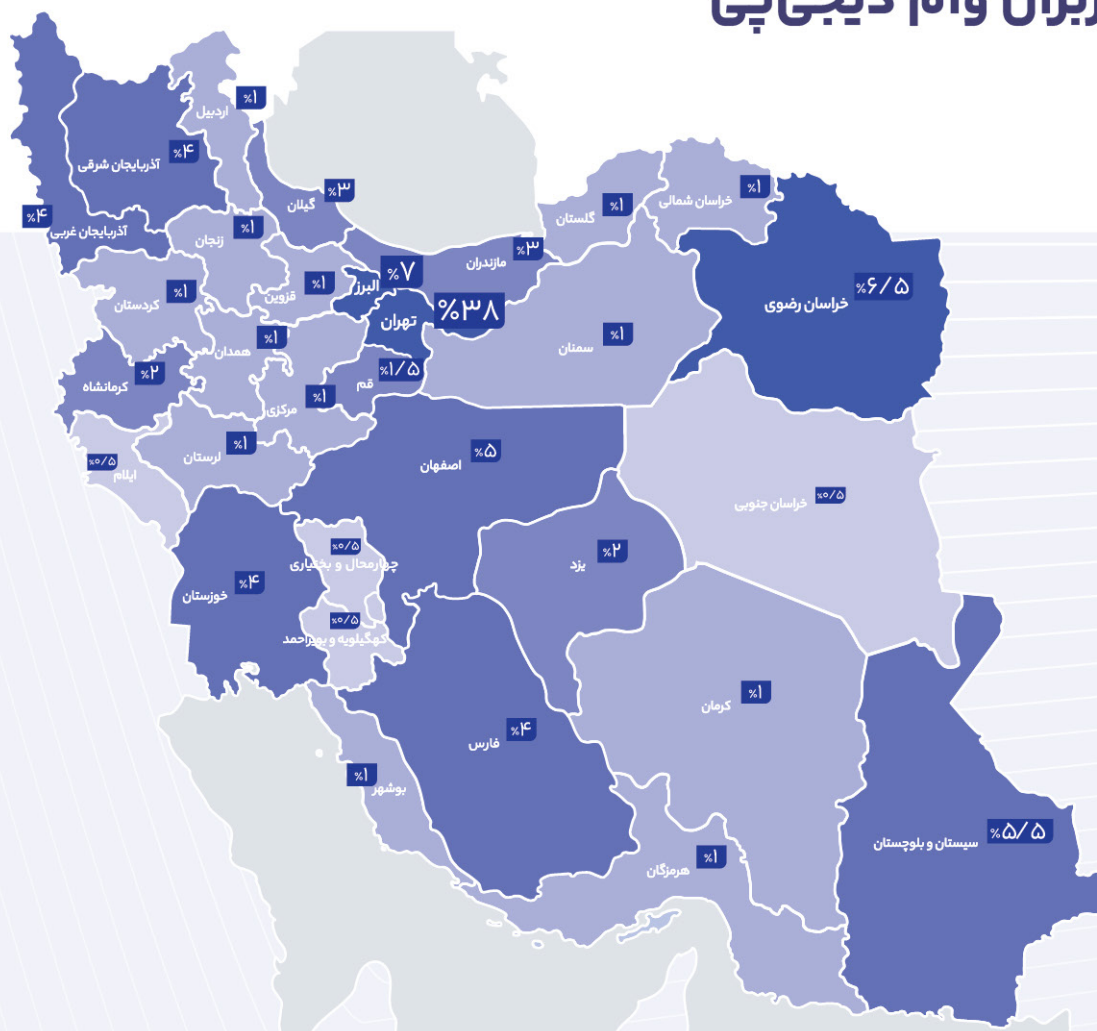
♂ ۷۱,۸٪ آقایان

♀ ۲۸,۲٪ خانم‌ها



★ علی‌رغم پیشتازی آقایان در خرید با وام، تمایل خانم‌ها به استفاده از این سرویس بیش از ۱۱٪ نسبت به سال گذشته افزایش داشته است.

پراکندگی جغرافیایی کاربران وام دیجی پی

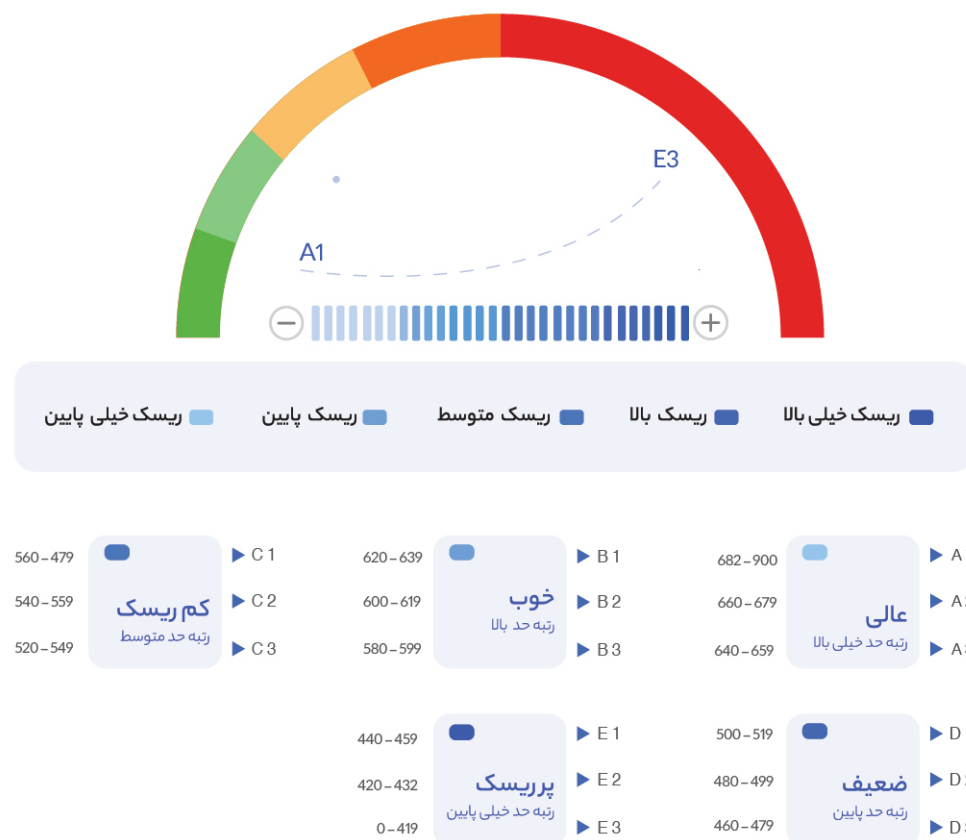


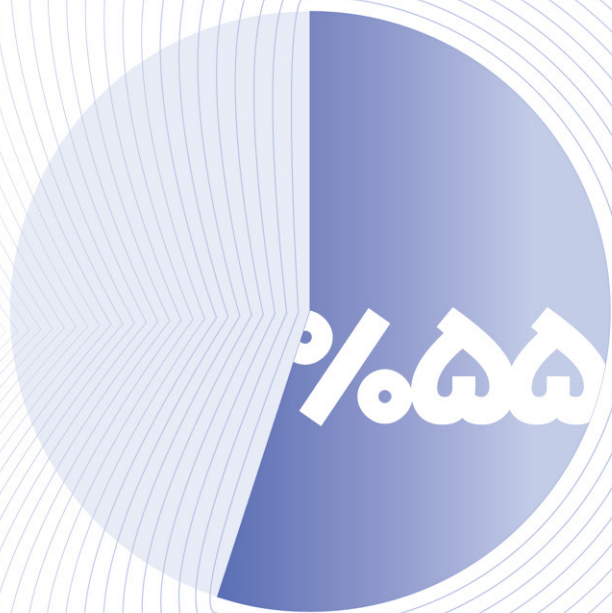
ساختار اعتبارسنجی برای دریافت وام دیجی‌پی

از آنجایی که وام دیجی‌پی بدون نیاز به معرفی ضامن است، سنجش اعتبار متقاضیان طی فرایند دو مرحله‌ای با کمک سامانه اعتبارسنجی ایرانیان یا حافظ سامان و بررسی رفتار کاربران در گروه دیجی‌کالا تکمیل می‌شود.

به‌طور کلی در مرحله اعتبارسنجی، رکورد چک برگشتی، سابقه بازپرداخت اقساط تسهیلات در نظام بانکی و برآیند رفتار مالی متقاضیان در قالب یک عدد تحت عنوان «رتبه‌ی اعتباری» به نمایش درمی‌آید که تنها ۲۴ ساعت قابل استناد است.

دیجی‌پی با رجوع به همین رتبه‌ی اعتباری، طرح‌های قابل ارائه را به متقاضیان پیشنهاد می‌دهد و در صورتی‌که متقاضیان تمایلی به دریافت طرح‌های پیشنهادی نداشته باشند، هزینه ثبت‌نام به کیف پول آن‌ها بازگشت داده می‌شود.





استقبال کاربران از سرویس وام دیجی‌پی

۵۵٪ کسانی که وام خود را تسویه کردند یک بار دیگر از دیجی‌پی وام گرفتند

کاربران، وام دیجی‌پی را صرف خرید چه کالاهایی کردند؟

پرطرفدارترین دسته محصولات

تجهیزات الکترونیک



کالای سوپرمارکتی



زیورآلات



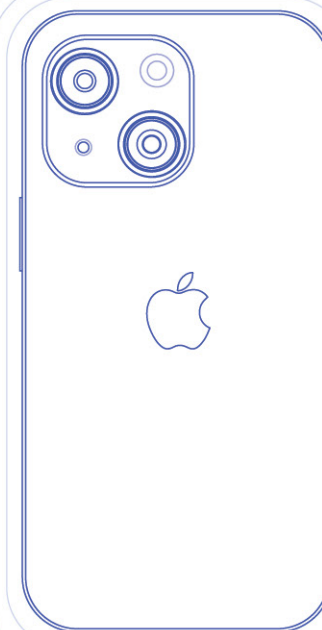
لوازم خانگی برقی



آرایشی و بهداشتی



محبوب‌ترین کالای خریداری شده
گوشی موبایل آیفون ۱۳



عجیب‌ترین محصولات

- بادکنک
- سوزن سیم‌کارت
- صابون گلنار
- غذای فنچ



تعداد کل محصولات خریداری شده با وام دیجی‌پی

۱۲+ میلیون کالا



بیش از ۱۷۰۰ پدر و مادر برای نوزادشان پوشک خریدند



بیش از ۴۲۰۰ گیمر PS۵ خریدند



بیش از ۵۲۰۰ ابزار جدید به دست آدم فنی رسید



بیش از ۹۵۰۰ کالای جهیزیه فروخته شد



بیش از ۱۷۰۰ دانشجو و کارمند لپ‌تاپ جدید خریدند

خوش حساب‌ترین کاربران وام دیجی‌پی

خوش حساب‌ترین کاربران اهل کدام استان‌ها هستند؟
تهران، البرز، خراسان رضوی، آذربایجان غربی و خوزستان

ترند نظم بازپرداخت اقساط



کاربران خوش حساب



پدرخواست‌ترین روز سال

۳ آذر بلک فرایدی

۱۸۰٪ رشد به نسبت میانگین باقی روزهای سال

پرفروش‌ترین فروشگاه پذیرنده وام دیجی‌پی



در میان باقی پذیرندگان، سه حوزه‌ی فروش **کالاهای دیجیتال**، **زیورآلات** و **سفر** به ترتیب پرفروش‌ترین فروشگاه‌های پذیرنده وام دیجی‌پی بوده‌اند.

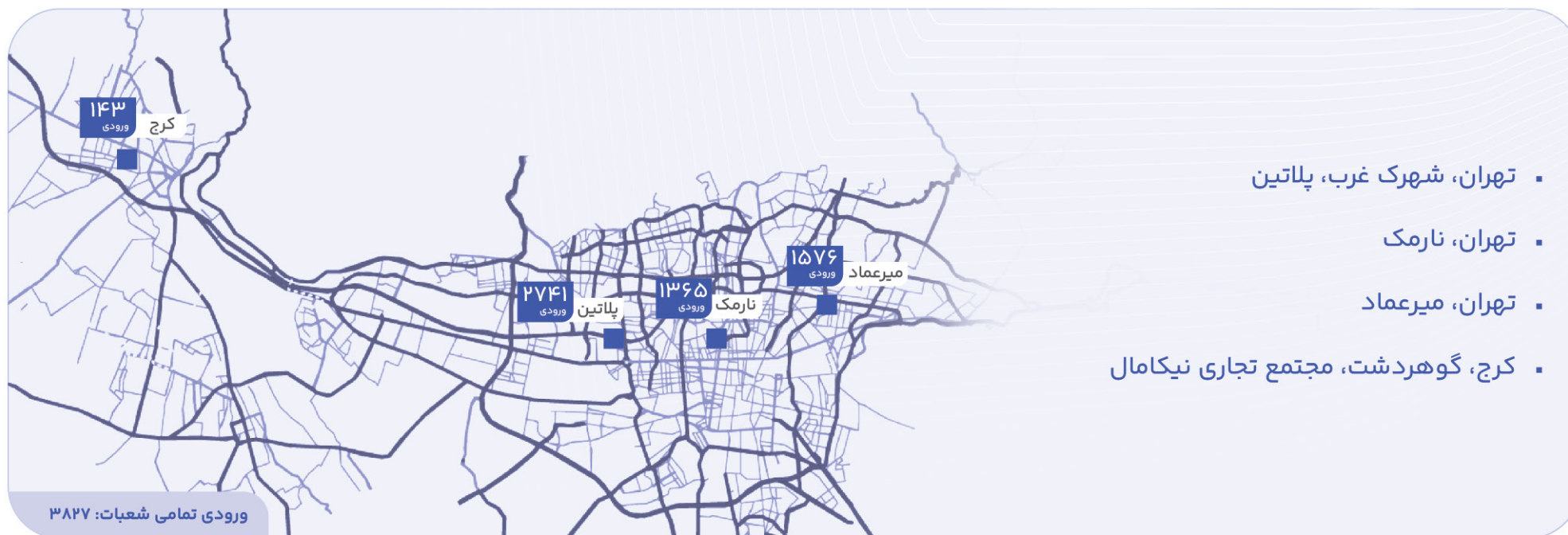


میزبانی در شعب حضوری

قرارمان، هرجا شما راحت‌ترید

بعضی از افراد به دلایل گوناگون از جمله ناآشنایی با فرایندهای آنلاین و عدم اعتماد به ارائه‌کننده‌ی خدمات با فرایندهای آنلاین ارتباط برقرار نمی‌کنند؛ در بین کاربران دیجی‌پی هم چنین افرادی کم نیستند. ما برای راحتی این افراد، اولین شعب حضوری خدمات دریافت وام را در تهران و بعد در استان البرز تاسیس کردیم. با مراجعه به این شعب، سرعت دریافت وام به دلیل حضور مشاوران و راهنماها بیشتر است و احتمال بروز خطا در مراحل مختلف دریافت وام به شدت کاهش پیدا می‌کند. دیجی‌پی به عنوان ارائه‌کننده ی خدمات اعتباری، با هدف اعتمادسازی و تسهیل تخصیص اعتبار، موظف است مسیرهای آنلاین و آفلاین را برای اقشار گوناگون جامعه هموار کند. در سال آینده دیجی‌پی در استان‌ها و شهرهای بیشتری حضور خواهد داشت تا ضمن برقراری ارتباط نزدیک و موثرتر با کاربران خود، شرایط دریافت اعتبار و وام را در جغرافیای گسترده‌تری تسهیل کند.

شعب حضوری فعال دیجی‌پی



★ در سال آینده در اصفهان، مشهد، تبریز، شیراز و سایر استان‌ها حضور خواهیم داشت

سهم دریافت حضوری وام نسبت به ثبت نام آنلاین

سهم مراجعه حضوری نسبت به ثبت نام آنلاین

۹۹٪ آنلاین

۱٪ حضوری



۴٪ حضوری

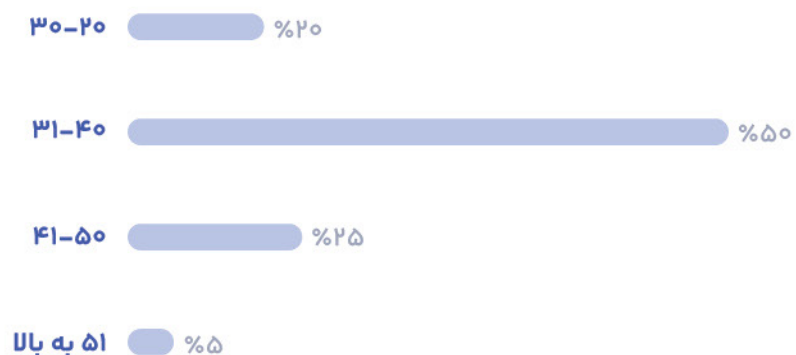
۹۶٪ آنلاین



به بیانی دیگر: یک درصد دریافت کنندگان وام، حضوری اقدام کرده اند؛ همین جمعیت، ۴٪ کل مبلغ وام ها را دریافت کرده اند.

مشخصات مراجعین شعب حضوری

نمودار پراکندگی سن کاربران وام



طبقه‌بندی جنسیتی مراجعین



جوان‌ترین مراجع ۱۸ سال 

الان بخر
بعدا پرداخت کن!
خرید اعتباری (BNPL)



زندگی مالی ساده‌تر می‌شود

سال گذشته سال بلوغ سرویس خرید اعتباری دیجی‌پی بود. سالی که به غیر از کاربران نهایی، کارکنان بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها از مزایای سرویس خرید اعتباری دیجی‌پی بهره‌مند شدند. حالا دیگر با گذشته بیش از ۲ سال از رونمایی این سرویس، در بسیاری از ابعاد به پختگی رسیده است. در ادامه مسیر دوست داریم تا کاربران بیشتری را با مزایای خرید اعتباری آشنا کنیم تا افراد بیشتری به منابع و خدمات مالی این چنینی دسترسی داشته باشند.

در سال گذشته توانستیم بازپرداخت ۴ مرحله‌ای را به این سرویس در مدل سازمانی اضافه کنیم و با تلاش‌های انجام‌شده برای بهینه‌سازی محصول خرید اعتباری، اضافه شدن مینی‌آپ این سرویس در سوپراپلیکیشن دیجی‌پی، فرهنگ‌سازی استفاده از اعتبارهای خرد و نمایش مزایای آن توانستیم در ترغیب کاربران به استفاده از این سرویس بیش از ۱۰۰۰٪ رشد داشته باشیم.

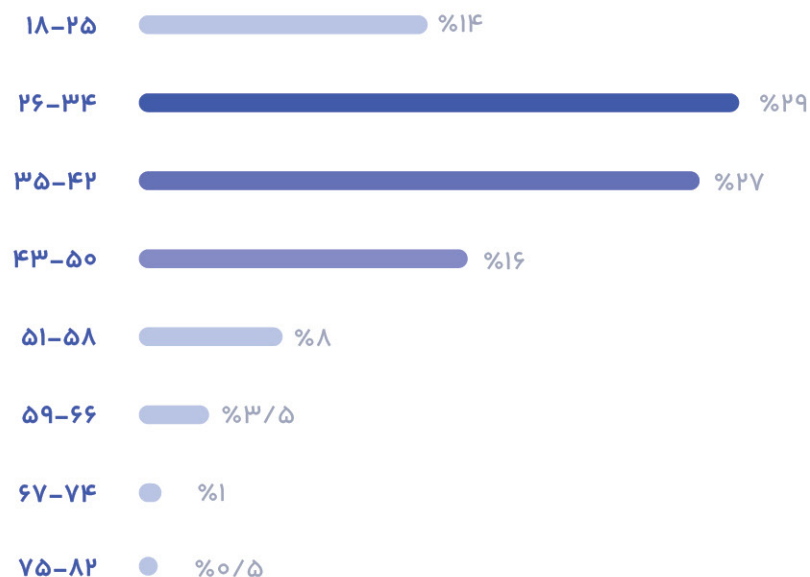
امیدواریم در سال آینده با تخصیص بیشتر اعتبار و بزرگ‌تر شدن جمعیت کاربران خرید اعتباری دیجی‌پی، نقش پررنگ‌تری در برآورده شدن رویاها و ساده‌تر شدن زندگی مالی روزمره کاربرهایمان داشته باشیم.

رشد تخصیص و استفاده از اعتبار دیجی‌پی



طبقه‌بندی سنی کاربران خرید اعتباری

نمودار پراکندگی سن کاربران وام

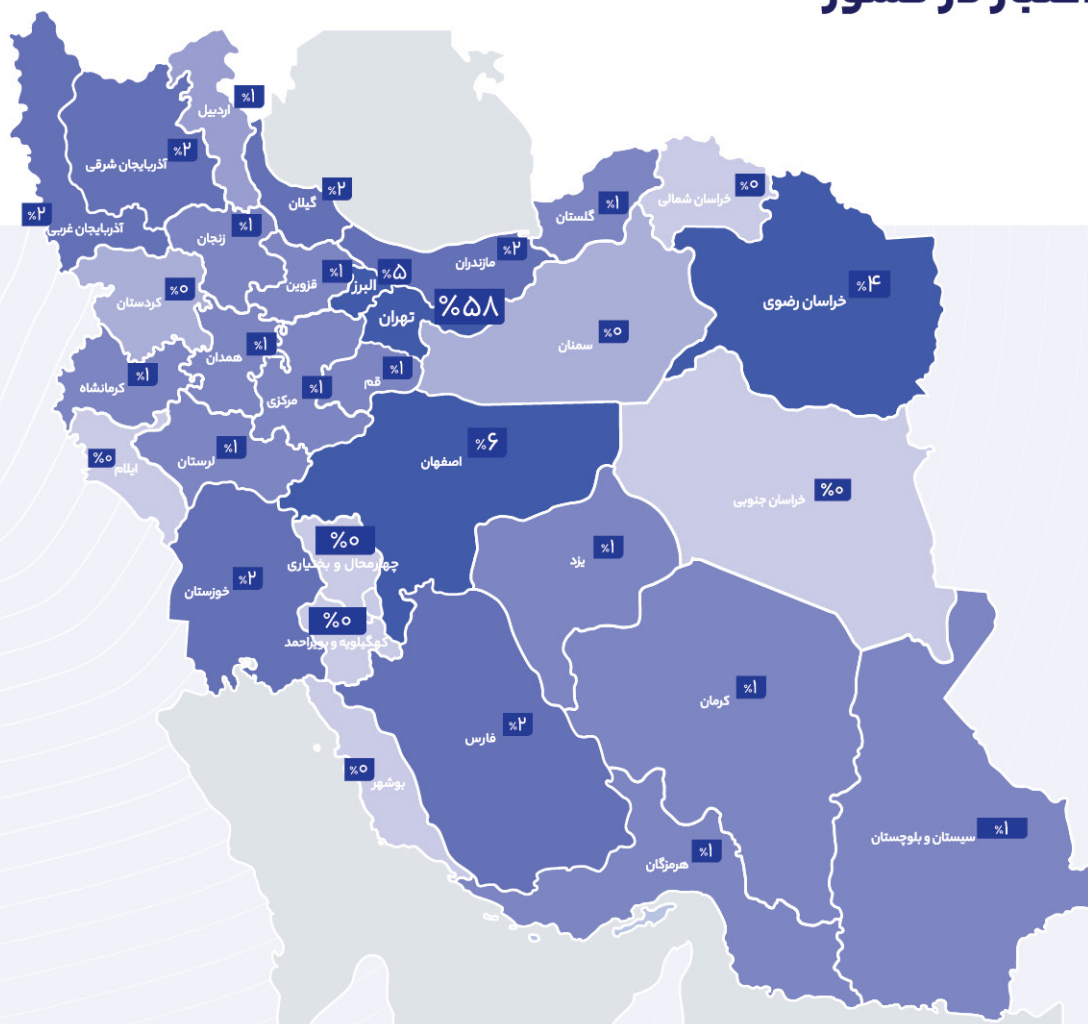


۴۳% از کاربران خرید اعتباری زیر ۳۵ سال سن دارند

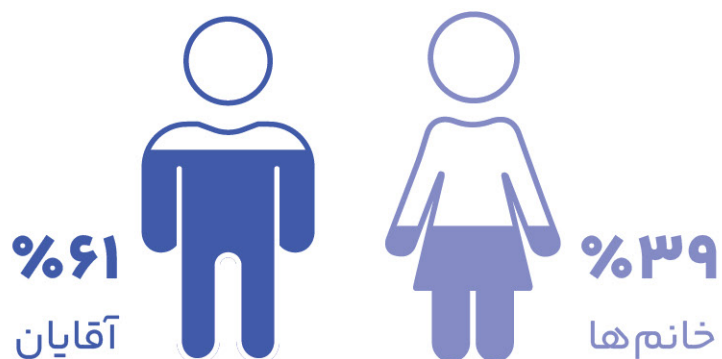
آقایان ۲۶ تا ۳۴ سال بیشتر از دیگران به خرید اعتباری تمایل داشته‌اند

محبوبیت خرید اعتباری دیجی‌پی در بین کاربران بالای ۴۳ سال ۱۳% افزایش داشته است

پراکندگی دریافت‌کنندگان اعتبار در کشور



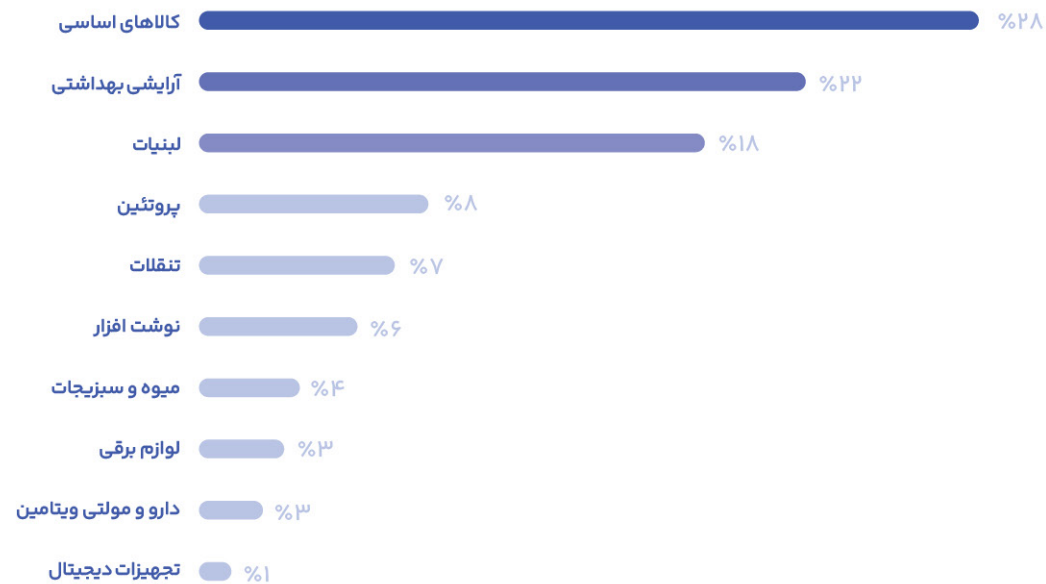
علی‌رغم پیشتازی آقایان در خرید اعتباری، تمایل خانم‌ها به استفاده از این سرویس **۹٪** نسبت به سال گذشته افزایش داشته است.



کاربران خرید اعتباری دیجی‌پی به تفکیک جنسیت

محبوب‌ترین دسته‌های کالایی در خرید اعتباری

محبوب‌ترین کالاهای خرید اعتباری



کالاهای اساسی و لوازم آرایشی و بهداشتی

صدرنشین خریدهای اعتباری سال گذشته بوده‌اند. **خودکار** محبوب‌ترین کالای خریداری شده در سال گذشته بوده است.



محبوب‌ترین کالای خرید اعتباری آقایان



بیشترین خرید آقایان

خودکار فوق روان نانو آنتی باکتریال پنتر مدل Dr.Panter

۶۰٪ کالاهای خریداری شده توسط آقایان از

کالاهای اساسی هستند.

کالای اساسی	روغن سرخ کردنی غنچه ۱٫۵ لیتری
کالای اساسی	تخم مرغ تازه پروتانا بسته ۲۰ عددی
دیجیتال	هدفون بلوتوثی کیو سی وای مدل TWS T1۳
لبنیات	خامه صباح ۲۰۰ میلی‌لیتری
کالای اساسی	چیپس سیب‌زمینی با طعم نمک باتو ۴۵۰ گرمی
کالای اساسی	ماکارونی پیکولی زر ماکارون ۵۰۰ گرمی
کالای اساسی	ماکارونی پنه ریگاته زر ماکارون ۵۰۰ گرمی
کالای اساسی	روغن آفتابگردان حاوی توکوفرول غنچه پلاس ۹۰۰ میلی‌لیتری
لبنیات	ماست موسیر پاک ۲ کیلوگرمی
لبنیات	پنیر تازه پاک ۴۰۰ گرمی

محبوب‌ترین کالای خرید اعتباری خانم‌ها



بیشترین خرید خانم‌ها

پد آرایش پاک‌کن ایپک مدل ۰۱ بسته ۷۰ عددی
در صدر خریدهای خانم‌ها

۴۵٪ کالاهای خریداری شده توسط خانم‌ها در دسته کالاهای
اساسی و **۲۵٪** آن در دسته لوازم آرایشی و بهداشتی است.

آرایشی و بهداشتی	پد آرایش پاک‌کن ایپک مدل ۰۱ بسته ۷۰ عددی
لبنیات	پنیر فتا دوشه هزار ۴۰۰ گرمی
کالای اساسی	روغن سرخ کردنی غنچه ۹۰۰ میلی‌لیتری
آرایشی و بهداشتی	گوش پاک‌کن پنبه ریز مدل Normal بسته ۲۰۰ عددی
کالای اساسی	سیب زمینی Fresh یک کیلوگرمی
کالای اساسی	ماکارونی پنه ریگاته زر ماکارون ۵۰۰ گرمی
لبنیات	شیر کم چرب ماهشام ۹۴۵ میلی‌لیتری
لبنیات	ماست همزده سبو هزار ۱۸۰۰ گرمی
آرایشی و بهداشتی	فلوئید ضد آفتاب مای مدل Hyaluronic Acid ۵۰ میلی‌لیتری
لبنیات	خامه صبح ۲۰۰ میلی‌لیتری
کالای اساسی	تخم مرغ تازه پروتانا بسته ۲۰ عددی
کالای اساسی	اسپاگتی قطر ۱٫۲ زر ماکارون ۷۰۰ گرمی
کالای اساسی	رب گوجه فرنگی چین چین ۸۰۰ گرمی

مشتاق‌ترین کاربر خرید اعتباری

مشتاق‌ترین کاربر خرید اعتباری سال گذشته دیجی‌پی خانمی با

۱۸۱ خرید اعتباری به ارزش

۶۹۹,۵۸۵,۰۰۰ تومان

محبوب‌ترین کالاها



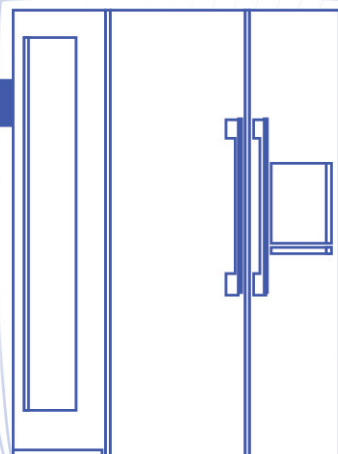
- لوازم آرایشی
- مد و پوشاک
- کتاب

ارزان‌ترین و گران‌ترین کالاهای خریداری شده

گران‌ترین

یخچال و فریزر

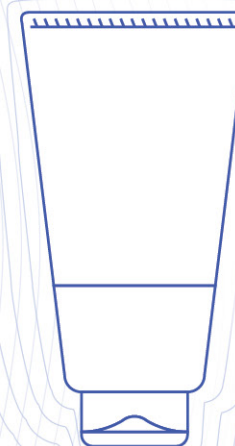
۶۶,۰۱۵,۰۰۰ تومان



ارزان‌ترین

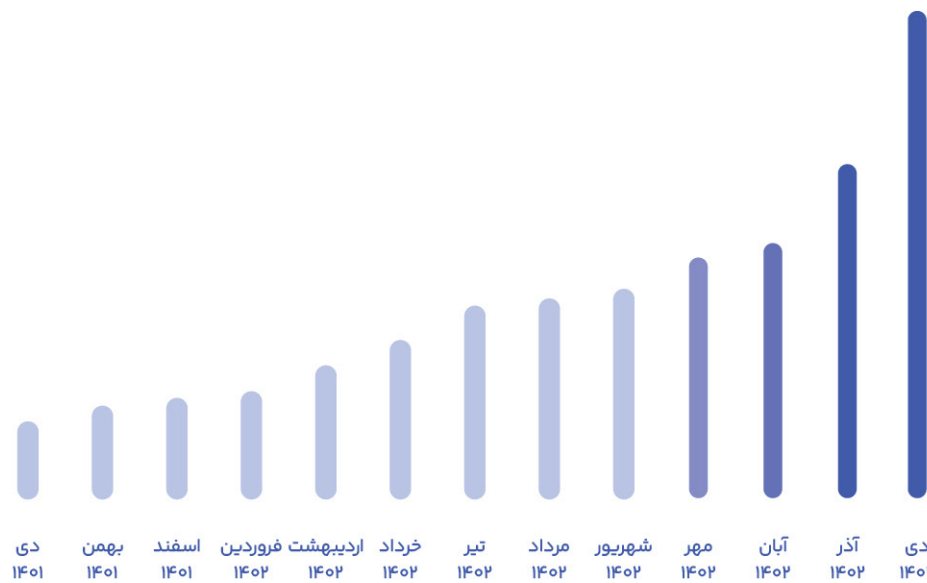
کرم آبرسان

۵,۰۰۰ تومان



پرتراکنش‌ترین ماه‌ها و روزهای خرید اعتباری

پرتراکنش‌ترین ماه‌های سال



۵

آذر

۳

آذر

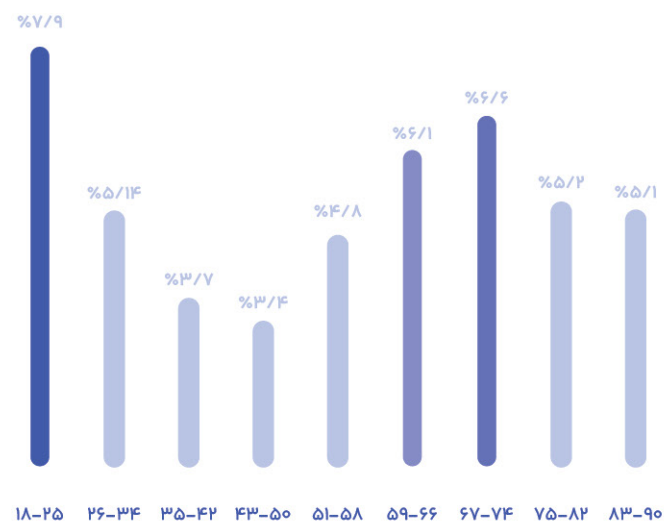
۱

آذر

پرتراکنش‌ترین روزهای سرویس خرید اعتباری
در سال گذشته بودند.

رفتار بازپرداخت کاربران

عدم بازپرداخت



الگوی بازپرداخت کاربران خرید اعتباری





تعامل با فروشگاه‌های
پذیرنده‌ی معتبر

قدرت خرید بالاتر با افزایش فروشگاه‌ها

اصلی‌ترین دلیل افزایش تعداد فروشگاه‌های پذیرنده وام و اعتبار دیجی‌پی، افزایش قدرت انتخاب کاربران و تنوع سبد خریدشان است. قطعا یکی از مزایای اضافه شدن پذیرندگان به سرویس‌های اعتباری و وام دیجی‌پی، جذب خریداران جدید بیشتر و بالا رفتن میانگین ارزش سبد خرید کسب‌وکارها است. در سال گذشته با هدف خارج کردن کاربران از انحصار در خرید و قدرت دادن به انتخاب آن‌ها، تلاش کردیم تا فروشگاه‌های آنلاین و آفلاین بیشتری در حوزه‌های آموزشی و فرهنگی، مد و پوشاک، سفر و گردشگری و کالای دیجیتال، به جمع پذیرندگان خود اضافه کنیم. امیدواریم در سال آینده با ارتقای چشم‌گیر کمی و کیفی پذیرندگان طیف گسترده‌تری از علایق کاربرانمان را پوشش دهیم و تجربه‌های خرید ماندگارتری برایشان بسازیم.

آشنایی با فروشگاه‌های پذیرنده دیجی‌پی



حوزه‌ی فعالیت پذیرندگان دیجی‌پی



کالا تند مصرف



سبک زندگی



دیجیتال



زیورآلات



خدمات



فرهنگی هنری



مد و فشن



سلامت



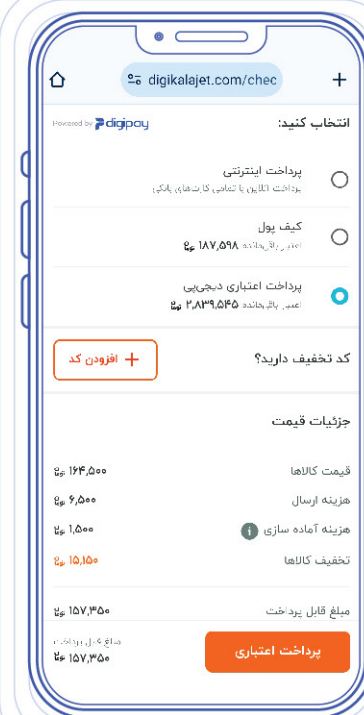
مد و فشن



آموزشی

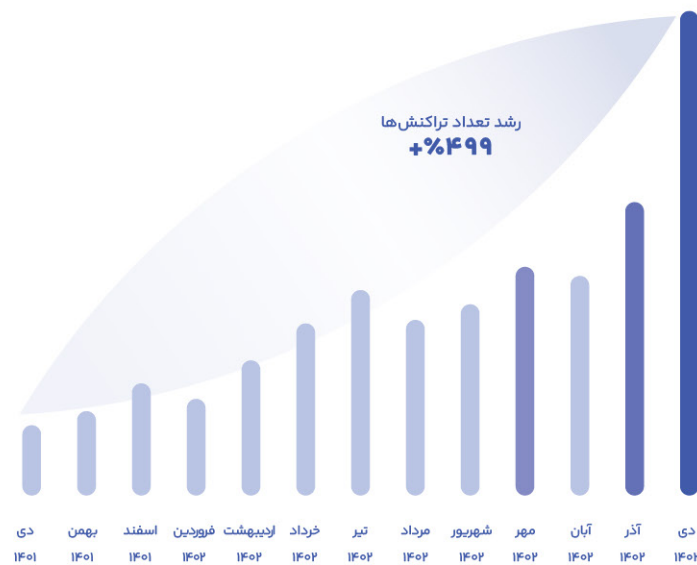


سفر و گردشگری



تعداد تراکنش‌ها و حجم خرید از پذیرنده‌ها

تعداد تراکنش خرید از پذیرنده‌ها



حجم خرید از پذیرنده‌ها



مشتاق‌ترین کاربر خرید از پذیرندگان



جنسیت:

مرد

سن:

۳۶ سال



دسته محصولات مورد علاقه:



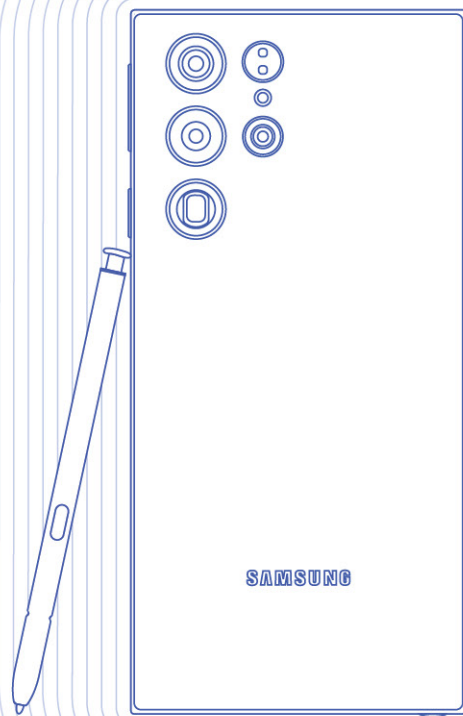
دیجیتال، مد و پوشاک

استان محل سکونت:



تهران

محبوب‌ترین کالای خریداری شده از پذیرندگان



گوشی موبایل
سامسونگ Ultra S22

بیمه
تجهيزات الکترونیک



جبران خسارت با دیجی‌پی

بیش از یک سال است که از شروع فعالیت رسمی محصول بیمه تجهیزات الکترونیک و دیجیتال دیجی‌پی می‌گذرد. سال گذشته با همه چالش‌هایی که بر سر راه وجود داشت، با انگیزه‌ی دسترس‌پذیر کردن خدمات بیمه تجهیزات الکترونیک، توانستیم فراتر از تعهداتمان عمل کنیم؛ حذف فرانشیز تعمیرات و حوادث سرقت از مهم‌ترین اقداماتی بود که بیمه تجهیزات الکترونیک دیجی‌پی را به تنها بیمه‌ی کشور با تعهد تعمیرات و جبران خسارت سرقت کاملاً رایگان تبدیل کرد.

از طرفی خدمات رایگان تعمیرات بیمه را با گارانتی قطعات تعمیرشده همراه کردیم تا خدماتی بی‌مثال به کاربرانمان ارائه کرده باشیم.

علاوه بر همه این‌ها، زمان پرداخت خسارات و تعمیرات را به **۴۸ ساعت** کاهش دادیم تا کاربران زمان کمتری را بدون دستگاه خود سپری کنند.

استقبال از بیمه تجهیزات الکترونیک دیجی‌پی در سالی که گذشت

با اجرای کمپین‌های تبلیغاتی، بهینه‌سازی محصول، افزایش قیمت گوشی و دیگر دستگاه‌های الکترونیکی، میزان صدور بیمه‌نامه‌ها از مرداد تا دی ۱۴۰۲ به نسبت ۶ ماه قبل‌تر از این بازه، **۹۰٪ رشد** داشته است.



پوشش خدمات جبران خسارت

بیش از ۸۷٪ از خسارات اعلام شده از سراسر کشور را به طور کامل جبران کرده‌ایم.

جبران خسارات به دو روش **تعمیرات رایگان و پرداخت هزینه** دستگاه‌هایی که قابل تعمیر نبوده‌اند، صورت گرفته است.





میانگین زمان جبران خسارت

۴۸ ساعت



بیشترین اعلام خسارت را شهرهای

تهران — ۴۸٪

اصفهان — ۵٪

همدان — ۳٫۱٪

ثبت کرده‌اند



خدمات جبران خسارت در

۵۶ شهر

ارائه می‌شود



سوپراپلیکیشن

برای اینکه به هیچ اپلیکیشن مالی نیاز نداشته باشید

سال گذشته سوپراپلیکیشن دیجی‌پی برای ارائه تجربه کاربری بهتر و سهولت استفاده از سرویس‌های روزانه مالی، بهینه‌سازی‌هایی داشته است. از جمله این تغییرات می‌توان به اضافه شدن بخش فروشگاه‌های خرید اعتباری و قسطی، خرید با بارکدخوان و مینی‌اپ خرید اعتباری اشاره کرد. در ادامه نگاهی به رفتار کاربران سوپراپلیکیشن دیجی‌پی می‌اندازیم.

نگاهی به مهم‌ترین تراکنش‌های پرداخت‌شده در اپلیکیشن



مبلغ کل جرائم رانندگی پرداخت‌شده

۳.۱ + میلیارد تومان

۲۰۰٪ رشد

بیشترین پرداخت جرائم رانندگی توسط یک کاربر

۲۰,۴۱۶,۸۰۰ تومان

این کاربر به‌طور میانگین روزانه حدود

۶۰۰۰۰ تومان جریمه شده است.



مبلغ کل عوارضی‌های پرداخت‌شده

۴.۸ + میلیارد تومان

بیشترین پرداخت عوارضی توسط یک کاربر (مارکوپلوی دیجی‌پی)

۶۳,۰۳۳,۴۱۹ تومان

معادل میانگین ۱۲۰۰۰ سفر جاده‌ای
برای یک خودروی سواری



مبلغ کل تراکنش‌های پرداخت‌شده

۹.۹ + همت

۵۰٪ رشد

مبلغ تراکنش‌های کارت‌به‌کارت

۴.۲ + همت



مبلغ بسته‌های اینترنت خریداری شده

۲۷+ میلیارد تومان



مبلغ شارژهای سیم‌کارت خریداری شده

۳۵+ میلیارد تومان



بیشترین تعداد تراکنش یک کاربر

۵۱۱۲ تراکنش

معادل میانگین ۱۴ تراکنش در روز

جویای احوال‌ترین کاربر دیجی‌پی

۳۲,۸۹۲,۶۰۰ تومان

معادل بیش از ۳۶۵ هزار دقیقه مکالمه



مبلغ کل تراکنش‌های پرداخت قبض:

۱۳۷+ میلیارد تومان



مبلغ کل تراکنش‌های نیکوکاری

۳۳+ میلیارد تومان

بیشترین مبلغ کمک‌شده به خیریه‌ها
توسط یک کاربر (خیرترین کاربر دیجی‌پی)

۹۵,۳۳۱,۰۰۰ تومان



تعداد کل پلاک‌های وسایل نقلیه ثبت‌شده

۱۴۳۵۸۲ پلاک

برای بیش از ۶۰٪ از پلاک‌های ثبت‌شده
تراکنش موفق انجام شده است.

خدمات سازمانی



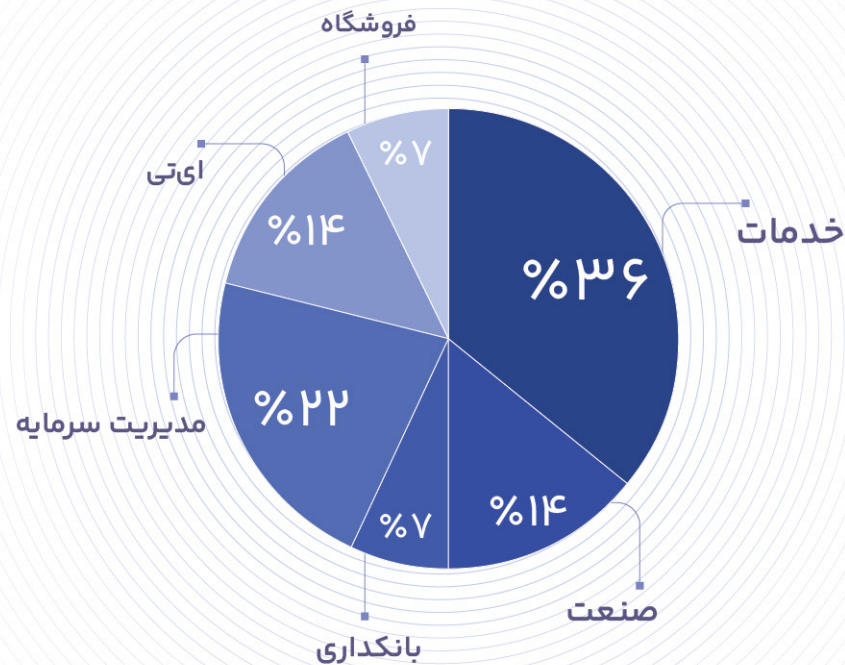
افزایش قدرت خرید و وفاداری کارکنان

وام سازمانی زیرشاخه‌ای از سرویس وام دیجی‌پی است که با هدف آسان‌سازی دریافت تسهیلات برای کارکنان سازمان‌ها طراحی شده است. بسیاری از کارمندان با توجه به شرایط گوناگون دریافت حقوق و مزایا، در زمان‌هایی از سال قدرت خرید پایین‌تری دارند. سازمان‌ها می‌توانند با دریافت این سرویس، علاوه بر مرتفع کردن بخشی از دغدغه‌های کارکنان خود، با ایجاد شرایط مالی بهتر برای آن‌ها، میزانی وفاداری‌شان به سازمان را افزایش بدهند. وام سازمانی دیجی‌پی نمونه‌ای از خدمات برد-برد برای سازمان‌ها و کارکنان آن‌هاست.

اعتبار سازمانی هم هدفی جز آسان‌سازی شرایط خرید برای کارکنان سازمان‌ها ندارد. البته اعتبار سازمانی به نسبت وام، به لحاظ ریالی و بازه‌ی بازپرداخت خردتر است و عمدتاً برای سبدهای خرید کم‌هزینه‌تر کارکنان مصرف می‌شود.

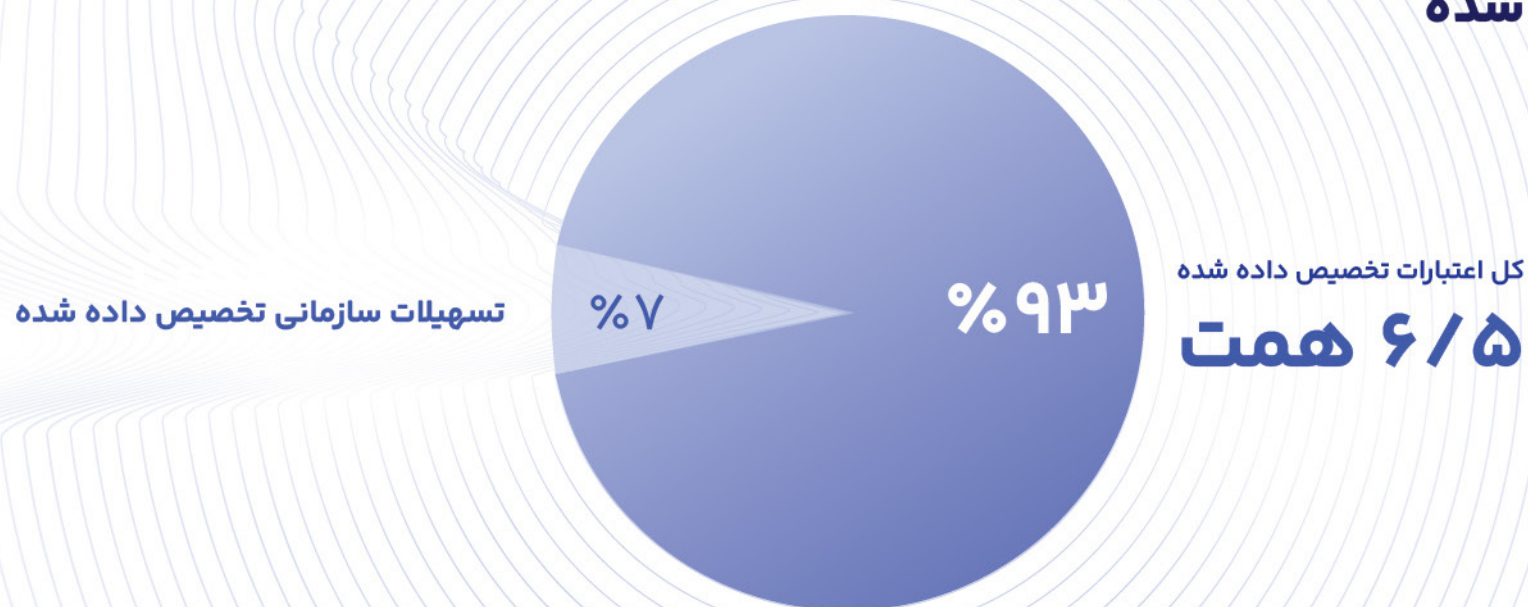
مهم‌ترین ویژگی‌های تسهیلات سازمانی

- تخصیص اعتبار تا سقف ۲۰۰ میلیون تومان
- امکان بازپرداخت با اقساط ۲۴ ماهه
- بدون نیاز به معرفی ضامن و ارائه ی چک
- امکان ثبت‌نام در محل سازمان



توزیع سازمان‌های استفاده‌کننده
از تسهیلات دیجی‌پی در صنایع مختلف

سهم تسهیلات سازمانی از کل اعتبارات تخصیص داده شده





تامین مالی
زنجیره تامین

نقدینگی بیشتر، کسب و کار قوی تر

سرویس تسهیلات یاری فروشندگان یا آن طور که ما در دیجی پی صدایش می کنیم «مرچنت کردیت»، از متولدین سال ۱۴۰۲ در دیجی پی است. در دنیای تجارت الکترونیک جایی که پلتفرم ها با تعداد زیادی از فروشندگان در ارتباط اند، یکی از بزرگ ترین دغدغه ها سرعت گردش مالی و تسویه فاکتورهای فروش است. هر چه درآمد حاصل از فروش سریع تر به دست فروشندگان برسد، سرمایه در گردش بیشتری در اختیار آنها باشد، قدرت مالی تامین کنندگان کالا و خدمات و متعاقبا گسترده و حجم فعالیت های آنها افزایش پیدا می کند.

در قدم اول، با برآورد وضعیت اقتصادی دورانی که سپری می کنیم، محصولی را تحت عنوان «تسویه زود هنگام» طراحی کردیم تا فروشندگان دیجی کالا سریع تر به درآمدشان دسترسی داشته باشند. فاز اول را با تامین مالی خودمان اجرایی کردیم و در سه ماهه ی اول سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۵ میلیارد تومان درخواست تسویه را پاسخ دادیم. رفته رفته با استقبالی که از این سرویس شد از بانک ایران ونزوئلا و حالا از بانک خاورمیانه برای تامین مالی درخواست های تسویه زود هنگام پشتیبانی گرفتیم.

مهرماه ۱۴۰۲ تصمیم گرفتیم علاوه بر «**تسویه زود هنگام**» فاکتورهای فروش، تسهیلاتی را تحت عنوان «**سرمایه در گردش**» در اختیار فروشندگان قرار دهیم تا با افزایش نقدینگی به رشد فروش تامین کنندگان کالا کمک کرده باشیم.



مبلغ کل اعتبارات اعطا شده
در تامین مالی زنجیره تامین
۵۵۰+ میلیارد تومان

تعداد درخواست های ثبت شده
برای تسویه زود هنگام
۱۵ هزار درخواست



پرداخت الکترونیک

درگاه یکپارچه پرداخت دیجی پی (UPG)

درگاه پرداخت یکپارچه دیجی پی راهکاری نوین با هدف بهبود فروش نقد و اقساط کسب و کارهای آنلاین است. این محصول در ابتدا تنها به شکل درگاه پرداخت هوشمند (SIPG) و با هدف افزایش کیفیت درگاه و بهبود شانس انجام پرداخت موفق کاربران دیجی کالا طراحی شد. بعدها با شناخت نیازهای بازار و کاربران، امکانات دیگری از جمله درگاه پرداخت اقساطی، درگاه پرداخت اعتباری، کیف پول اختصاصی و امکان بازگشت پول در دل این محصول گنجانده شد تا به یک راهکار یکپارچه پرداختی برای کسب و کارها تبدیل شود.

ویژگی‌های درگاه یکپارچه پرداخت

- پیاده سازی سریع و آسان با کمترین تغییرات رابط کاربری پذیرنده
- امکان شخصی سازی سرویس ها
- فعال کردن همزمان انواع روش های پرداخت
- تضمین کیفیت خدمات به پشتوانه ی شرکت های PSP برتر مانند به پرداخت، سپ و پارسیان
- امکان پرداخت اعتباری، اقساطی و پرداخت از کیف پول امن دیجی پی
- کاهش نرخ تراکنش های ناموفق و متعاقبا صرفه جویی در زمان کاربران

کیف پول الکترونیک دیجی‌پی

شاید اصلی‌ترین دلیل پیدایش کیف پول دیجیتال ساده‌تر کردن تراکنش‌های روزانه باشد. کیف پول دیجیتال دیجی‌پی هم از این قاعده مستثنی نیست. با شارژ کیف پول دیجی‌پی علاوه بر اینکه می‌توان همیشه از خدمات اپلیکیشن دیجی‌پی مثل خرید شارژ و پرداخت قبض یا پرداخت عوارض جاده‌ای خودکار و خلاقی راحت‌تر استفاده کرد، تراکنش‌های کارت به کارت هم سریع‌تر و هم بدون کارمزد خواهد بود و از آنجایی که در استفاده از کیف پول دیجی‌پی نیازی به وارد کردن اطلاعات کارت بانکی نیست، تراکنش‌ها با امنیت بیشتری انجام می‌شود.

ویژگی‌های کیف پول دیجیتال دیجی‌پی

- قابلیت سفارشی‌سازی برای مشتریان خاص با کمترین تغییرات
- امکان استفاده از امکاناتی مانند 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، بن کارت یا کارت هدیه و ... را به صورت همزمان داشته باشد.
- پشتیبانی از سطوح مختلف کاربری با توجه به سابقه و رتبه KYC کاربر
- خرج‌پذیری بالا در خدمات متنوع
- امنیت بالا
- همسویی با نظام کارمزد کشور
- ارائه مشوق‌های مالی به کاربر و تسهیل رصد تراکنش‌ها
- انتقال وجه سریع و ارزان بدون وابستگی به اطلاعات کارت‌های بانکی
- کاهش محدودیت‌های واریز و برداشت به نسبت کارت‌های بانکی

نگاهی به مهم‌ترین دستاوردهای پرداخت الکترونیک

تعداد تراکنش‌های موفق
درگاه یکپارچه پرداخت
۵۰+ میلیون

تعداد تراکنش‌های موفق
واریز به کیف پول Cash-in
۱/۷+ میلیون

تعداد تراکنش‌های موفق برداشت از
کیف پول به حساب بانکی Cash-out
۱+ میلیون

مبلغ کل تراکنش‌های موفق
برداشت از کیف پول به حساب بانکی
۱,۵+ همت

مبلغ کل تراکنش‌های موفق
بر بستر کیف پول
۶+ همت

مبلغ تراکنش‌های موفق
واریز به کیف پول
۱/۶+ همت

مبلغ تراکنش‌های موفق کیف به کیف
۱۱+ میلیارد تومان

تعداد کل تراکنش‌های موفق
کیف به کیف
۱۱۰+ هزار

مرکز عملیات
و پشتیبانی مشتریان



ارتباط موثر در خط مقدم دیجی‌پی

با توجه به افزایش استقبال از خدمات گوناگون دیجی‌پی، چه در بخش اعتبارات مانند درخواست وام، و چه در بخش بیمه تجهیزات الکترونیک و خدمات متنوع اپلیکیشن دیجی‌پی، سال گذشته شلوغ‌ترین سال همکاران دیجی‌پی در مرکز عملیات و پشتیبانی مشتریان از بدو تولد دیجی‌پی بوده است. اما با توجه به تجربیات سال گذشته و چالش‌های روزهای قطعی اینترنت، مرکز عملیات با افزایش کانال‌های ارتباطی و ساعات فعالیت خود، توانست در پاسخ‌گویی به نیازهای کاربران و متقاضیان خدمات دیجی‌پی موفق‌تر از همیشه عمل کند.

نگاهی به مهم‌ترین آمار مرکز عملیات



تعداد کل تماس‌های ورودی

۸۸۲۷۱۶ تماس

بیش از ۲۴۰۰ تماس در روز

پرتراфик‌ترین ساعات کار مرکز پشتیبانی

۱۱:۰۰ و ۱۶:۰۰



میانگین زمانی هر تماس

۹۰ ثانیه

میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی

۱ دقیقه



۷۴ ثانیه کمتر از سال گذشته

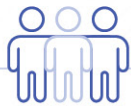


مدیریت
سرمایه‌های انسانی

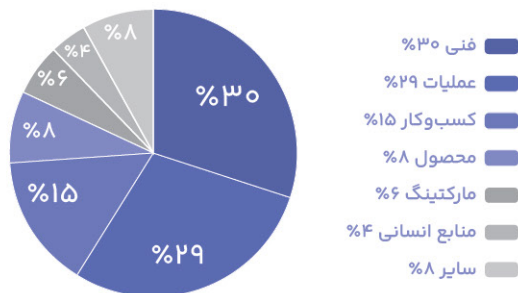
زندگی کاری در دیجی‌پی

در سال گذشته تلاش کردیم هم‌سو با ارزش‌ها و باورهای سازمانی، برای رشد کمی و کیفی جذب و استخدام، آموزش و توسعه مهارت‌های تخصصی و عمومی همکاران و در راستای حفظ سلامت روان و جسم آن‌ها قدم‌هایی برداریم تا با ساختن فضای کاری بهتر، زمینه‌ساز اتفاقات بزرگ‌تر و تاثیرگذاری بیشتر در صنعت باشیم.

رشد و پراکندگی جمعیت همکاران



پراکندگی جمعیت همکاران در تیم‌ها



میانگین زمانی فرایند جذب

۱۳ روز



سرمایه‌های انسانی به تفکیک جنسیت



جوان‌ترین همکار : ۱۹ سال



تعداد کل سرمایه‌های انسانی

۳۴۳ نفر

افزایش ۵۷ درصدی جمعیت نسبت به سال گذشته



میانگین سنی سرمایه‌های انسانی

۳۱ سال

فین تک
با هوش



شناخت نیازهای کاربران از هم‌افزایی با هوش مصنوعی

امروز دستاوردهای شگفت‌انگیز هوش مصنوعی بر کسی پوشیده نیست؛ با ورود هوش مصنوعی به هر حوزه و صنعتی شاهد تغییرات و بهینه‌سازی‌های شگفت‌انگیزی هستیم که نادیده گرفتن آن‌ها برابر است با نادیده گرفتن فرصت‌ها. دیجی‌پی از سال گذشته بخش قابل توجهی از تمرکزش را معطوف به کارگیری هوش مصنوعی در فرایندهای کسب‌وکار خود کرده است.

در سال گذشته از هوش مصنوعی در بازطراحی چت‌بات‌ها برای تماس موثرتر و بهینه‌تر با کاربران، پیش‌بینی پرداخت اقساط و برآورد خرید اعتباری کاربران در ماه‌های آینده کمک گرفتیم که از مهم‌ترین نتایج آن می‌توان به کاهش هزینه‌های ریسک و بهبود تجربه‌ی کاربران در استفاده از خدمات دیجی‌پی اشاره کرد.

در سال گذشته به کارگیری هوش مصنوعی را به حوزه‌های بیشتری تعمیم دادیم تا فرصت‌های بیشتری برای بهبود تجربه کاربری داشته باشیم:

- پیش‌بینی پرداخت اقساط سرویس خرید اعتباری
- تدوین پروفایل مالی برای پیش‌بینی رفتار مالی و خرید کاربران
- سیستم پیشنهاد خدمات اپلیکیشن
- بررسی اثر ارزش‌های افزوده محصولات بر تجربه کاربران در استفاده از خدمات متنوع دیجی‌پی



چالش‌ها و موانع

رگولاتوری بزرگ‌ترین مانع رشد فین‌تک‌ها

شاید اصلی‌ترین دلیل تولد فین‌تک‌ها و لندتک‌ها در جهان تخریب سد بلند کاغذبازی‌ها و فرایندهای ناکارآمد و سنتی صنعت مالی باشد. بعد از ظهور شرکت‌های فین‌تک، بازار اعتبارات و تسهیلات‌دهی و خدمات بیمه شاهد تحولات مثبت عظیمی بوده است. اما در ایران اوضاع کمی متفاوت است. با ورود فین‌تک به ایران مانند ورود خیلی از پدیده‌های دیگر، بسیاری از زیرساختار آماده نبودند و حتی علی‌رغم تلاش کسب‌وکارهای فین‌تکی برای ساده‌سازی فرایندها و شمولیت مالی در سطح گسترده، رگولاتوری با وضع برخی قوانین، پیچیدگی‌هایی به این صنعت اضافه کرده است که به نظر می‌رسد زاییده‌ی شناخت ناکافی مراجع قانون‌گذار از صنعت فین‌تک باشد.

ما در دیجی‌پی امیدواریم در آینده‌ای نزدیک، بازخوردهای کارشناسانه جایگزین برخوردهای قهری و سلیقه شوند تا حالا که تلاش تمام فعالان حوزه فین‌تک و لندتک خیز بلندی برای خدمت‌رسانی برداشته‌اند، طیف گسترده‌تری از مردم بتوانند از مزایای آورده‌های صنعت فین‌تک و لندتک بهره‌مند شوند.

تلاش برای فردا



راه دور و درازی در پیش داریم

صنعت فین تک اگرچه در کشور ما پدیده‌ای نسبتاً نوظهور است، اما در دنیا راه دور و درازی را پشت سر گذاشته است. در این پنج سالی که افتخار خدمت‌رسانی به شما را داشتیم، تلاش کردیم با سرعت بیشتری آن‌چه در دنیای وسیع صنعت فین تک در جریان است را بومی‌سازی کنیم تا در کنار رفع نیازهای اقتصادی جامعه، از ترندهای جهان فین تک دور نمانیم.

با همه‌ی کاستی‌ها، همیشه به دنبال روزنه‌هایی هستیم تا مجموعه خدماتمان را مطابق آنچه در تعاریف صنعت گنجانده شده است، تکمیل کنیم.

در همین راستا و با هدف حفظ و توسعه روحیه کارآفرینی، در سال آینده از طریق برنامه‌ای ویژه به دنبال جذب بهترین استارت‌آپ‌های مالی در دیجی‌پی هستیم و تکمیل این زنجیره را با تاسیس یک صندوق سرمایه گذاری CVC دنبال خواهیم کرد. همچنین با خبرهایی خوش در حوزه مدیریت ثروت در سال آتی با شما خواهیم بود. در سال پیش رو، مطابق با ترندهای جهانی از هوش مصنوعی برای بهبود فرایندهای بیشتری کمک می‌گیریم و با ورود به بازارهای بیمه بدنه، شخص ثالث و درمانی، مجموعه خدمات سرویس فناوری‌های بیمه دیجی‌پی را گسترده‌تر از گذشته خواهیم کرد.

حرف آخر

دیجی‌پی در سال گذشته با درک شتاب‌زدگی دنیای امروز، بیش از پیش در پی پاسخ به سوال «برای یک زندگی معمولی چه باید کرد؟» کوشید تا راهکارهایی موثر برای ساده‌تر کردن زندگی روزمره مالی کاربرانش ارائه کند. در سالی که گذشت، با تعهد به رسالت خود، گام‌های بلندی برای همگانی کردن دسترسی به خدمات و منابع مالی برداشتیم. اگرچه مسیر طوفان‌زده‌ی کسب‌وکارهای دیجیتال، به‌ویژه بازیگران صنعت فین‌تک در ایران، مغلوب‌کننده و درهم‌شکننده است، با هدف دموکرات کردن خدمات مالی در سراسر کشور یک‌سال دیگر در کنار شما بودیم و در تمام این مدت بی‌وقفه تشنه‌ی ارائه راهکارهای مبتنی بر آخرین پیشرفت‌های فناوری‌های مالی بودیم. به عنوان یک شرکت پیشرو در صنعت فین‌تک و اقتصاد دیجیتال کشور، به تعهد خود برای ارتقای زندگی مالی مردم ایران پایبندیم و در سال ۱۴۰۳ بیشتر تلاش می‌کنیم تا با تکیه بر خلاقیت و نوآوری، بال پرواز رویاهای ایرانیان باشیم.

The background is a grayscale photograph of a city, likely Lima, Peru, with a large mountain (Cerro Pisco) in the background. A grid of blue lines is overlaid on the image, creating a sense of depth and structure. The grid lines are concentric and follow the contours of the city and the mountain.

digipay | 1101-1102