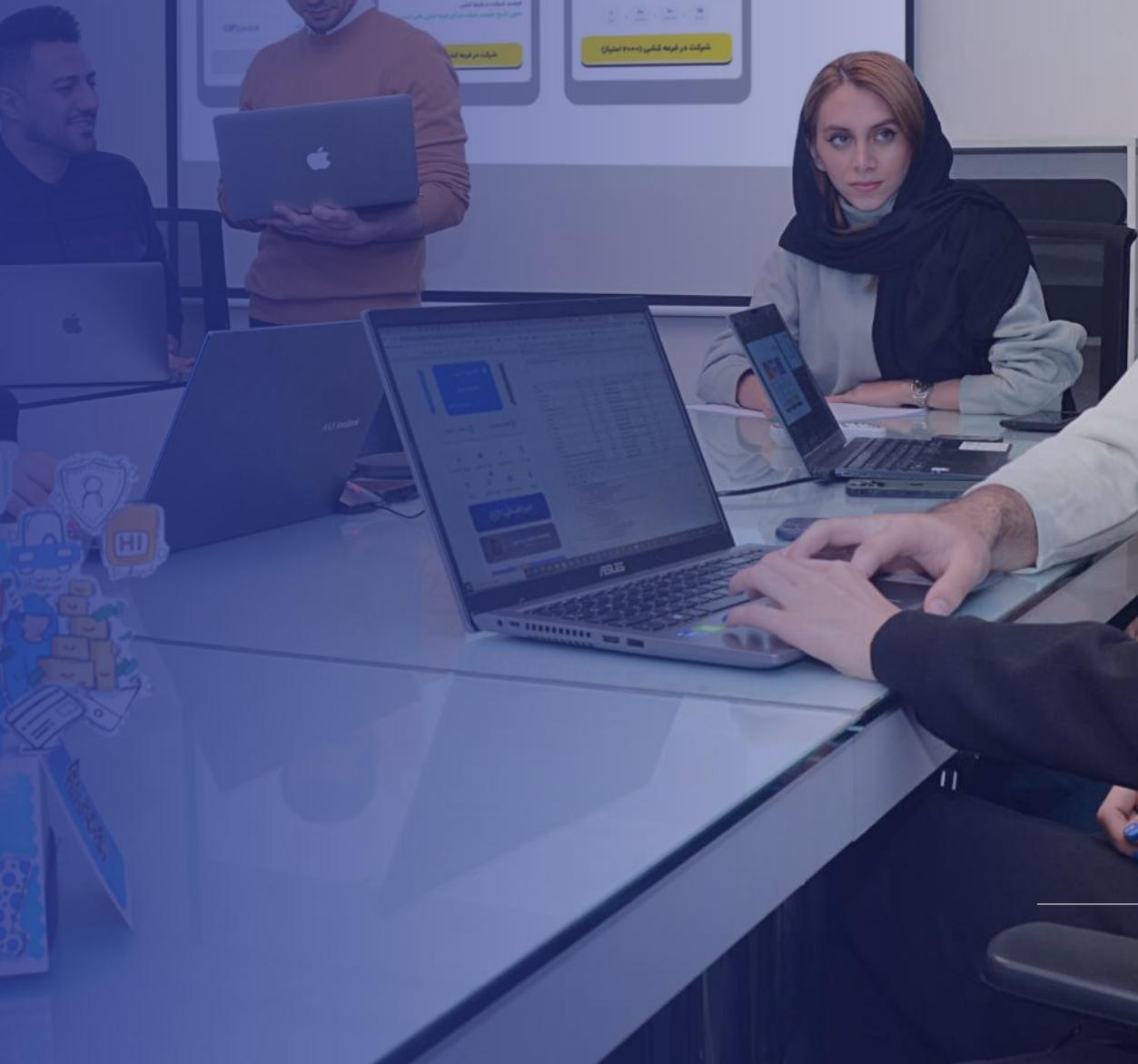
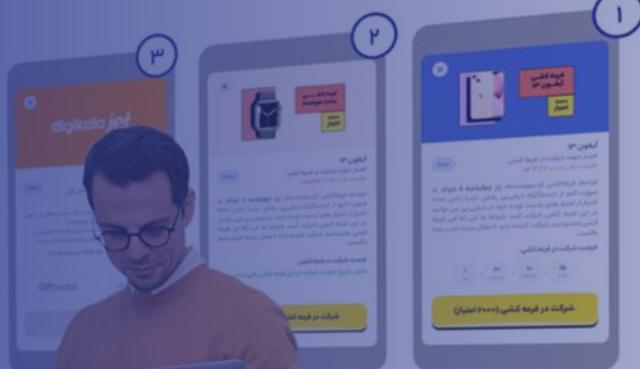






HAPPINESS  
خوشحال

## جایزه‌های پی کلاب



## فهرست

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



# سرا آغاز

سومین گزارش عملکرد دیجی‌پی را در حالی منتشر می‌کنیم که نیاز به حضور فین‌تک‌ها و نقش تاثیرگذار آن‌ها در فرآگیری 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 فرآگیری مالی موفق بوده‌ایم؟

این گزارش با محوریت و تاکید بر شفافیت تهیه شده و در آن عملکرد یک‌ساله دیجی‌پی فروردین ۱۴۰۵ تا پایان اسفند ۱۴۰۵ به دقت مورد بررسی قرار گرفته است. این روند یعنی ارائه گزارش در بازه زمانی افروزدین 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 نویابی دیجی‌پی در سال ۱۴۰۵
  - 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 محرك تجارت الکترونیک

حمید محمدی، رئیس هیات مدیره دیجی‌پی

داخلی و تحریم امکان این مقیاس‌پذیری را از تجارت الکترونیک سلب کرده است. امروز موجودیت و پیشرفت تجارت الکترونیک مستقل از فین‌تک تعریف ناشدنی است. فین‌تک موتور محرك 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 مجهر می‌کند.



در سال ۱۳۹۷ که دیجی‌پی با سرمایه‌گذاری دیجی‌کالا به عنوان 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 در حالی است که بیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد تا سال ۲۰۴۵ بیش از ۹۵ درصد از معاملات جهان بر پایه تجارت الکترونیک انجام خواهد شد. منیز چاره‌ای جز برداشتن موانع و پیوستن به این حرکت نداریم و در این مسیر توسعه راهکارهای فین‌تک و قابلیت‌های آن بر شتاب آن می‌افزاییم.

تجارت الکترونیک خریداران و راهکارهای مبتنی بر فرآگیری 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 خرد را در قالب خریدهای اقساطی و BNPL به متن جامعه می‌برند و کاربران بیشتری را به قدرت خرید بالاتر مجهر می‌کنند. فین‌تک به تجارت الکترونیک کمک می‌کند تا علاوه بر مشتریان نهایی، خدمات مشابهی به مشتریان سازمانی ارائه کند. این یعنی دسترسی به هردو 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 راه حل‌های فین‌تکی است 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 فروشنده‌گان مارکت‌پلیس‌ها کمک می‌کند به سرمایه خود زودتر دسترسی پیدا کنند. سرویس «تسویه زودتر از موعده» که در حال حاضر به فروشنده‌گان دیجی‌کالا ارائه می‌شود دسترسی فروشنده‌گان به سرمایه درگردش‌شان در مدت زمان کوتاه‌تر را امکان‌پذیر کرده و از جمله راه حل‌هایی است که به رشد و توسعه تجارت الکترونیک منجر خواهد شد.

راهکارهای فین‌تک در انتقال ارزی خرد 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



## شقافتیت؛ رمز توسعه فین‌تک‌ها

هومن امینی، بنیان‌گذار و مدیر عامل دیجی‌پی



بیش از چهار سال از روزی که «دیجی‌پی» را با هدف توسعه فرآگیری 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 اعتقدامن مبنی بر ضرورت توسعه همه جانبه اقتصاد دیجیتال و فین‌تک به عنوان یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین راه حل‌ها 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 فرصت‌های 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 اعتبرای، بیمه، خدمات سوپر اپلیکیشن، 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 تسهیل گری وام‌های خرد در قالب خدمات خرید اقساطی بود که در شرایط اقتصاد کنونی کشور، راهکاری موثر در فرآگیری مالی به شمار می‌رود.

این راهکار 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 قرارداد و به مفهوم فرآگیری مالی عینیت بخشد. از ابتدای فعالیت، ما نیز همچون دیگر همکاران مان در این صنعت نوّظهور، با فراز و نشیب‌های بسیاری از جمله موانع زیرساختی، فقدان یا ضعف قوانین و مقررات مناسب 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 ... رو به رو بوده‌ایم.

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

تلاش برای گسترش زیرساخت‌ها، جنگیدن برای تغییر یا ایجاد قوانین مدرن و مناسب 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 گستردگی‌ای در میان مخاطبان و اهالی این صنعت مواجه شد.

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

ترددیدی 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 بالابردن 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 محبویت و اعتماد به خدمات مالی الکترونیک بیافزاییم و امکان رواج و گسترش هرچه بیشتر این صنعت نوظهور اما قدرتمند را در میان کاربران اقتصاد دیجی‌پی را در تمام خطوط کسب‌وکار این شرکت در معرض ارزیابی مخاطبان و گزیده‌ای از عملکرد دیجی‌پی را در تمام قراردادهایم 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 توانمندی‌های مان فرست بلوغ و رشد بیشتر دهیم.

این گزارش بازتابی از تلاش گروهی یک مجموعه ۲۵۰ نفره است که به ساختن فردایی روش، امید بسته‌اند و برای رسیدن به آن شباهنگ روز تلاش می‌کنند.

سال ۱۴۰۱ برای ما سال هم‌افزایی و تعامل سازنده با دیگر بازیگران حوزه فین‌تک بود و خوب‌بختانه موفق شدمیم 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 گستردگی برای ادامه این روند و سامان‌دهی فعالیت‌های نهادها 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

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

# دیجی‌پی در یک نگاه

متوسط تعداد تراکنش‌ها ماهانه در درگاه یکپارچه پرداخت  
**۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تراکنش**



متوسط تعداد تراکنش‌های ماهانه در سوپر اپلیکیشن  
**۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تراکنش**



مبلغ اعتبارهای خرد اعطا شده\*  
**۲۰ همت**



تعداد اعتبارهای خرد اعطا شده\*  
**۲ میلیون و ۳۰۰ هزار اعتبار**



مبلغ کل اعتبارهای BNPL اعطا شده در سال  
**۱ همت**



تعداد اعتبارهای BNPL اعطا شده در سال  
**۲+ میلیون اعتبار به ۶۱۰ هزار کاربر یکتا**



تعداد کل تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول دیجی‌پی  
**۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تراکنش**



مبلغ تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول دیجی‌پی  
**۱,۵ همت**



تعداد نصب فعال  
**۲ میلیون نصب فعال** (آمار تجمعی همه بازارهای معترض)



تعداد بازدید از سایت و اپلیکیشن دیجی‌پی  
**۶ میلیون بازدید** (مجموع بازدیدهای کاربران از هر دو پلتفرم)



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

گزارش سالانه دیجیپی | اکو سیستم فین تک  
در ایران و جهان

## نگاهی به اقتصاد دیجیتال در ایران و جهان

اقتصاد دیجیتال، دیروز، امروز، آینده

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 وجوده جدایی‌ناپذیر اقتصاد در کشورها تبدیل شده است و مدت‌هast که بحث‌های متعدد و پرچالشی را در دل و پیramon 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 بالرزش‌ترین بنگاه‌های اقتصادی در جهان امروز بیندازیم. هیچ لیستی نیست که نام چند شرکت از میان اپل، آمازون، گوگل، مایکروسافت و فیسبوک در ده ردیف اول آن دیده نشود. این یعنی بازی تغییر کرده است و اقتصاد دیجیتال دیگر نه یک بازیگرانی

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 هادرصدی تنها طی ۱۰ سال است.

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

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.

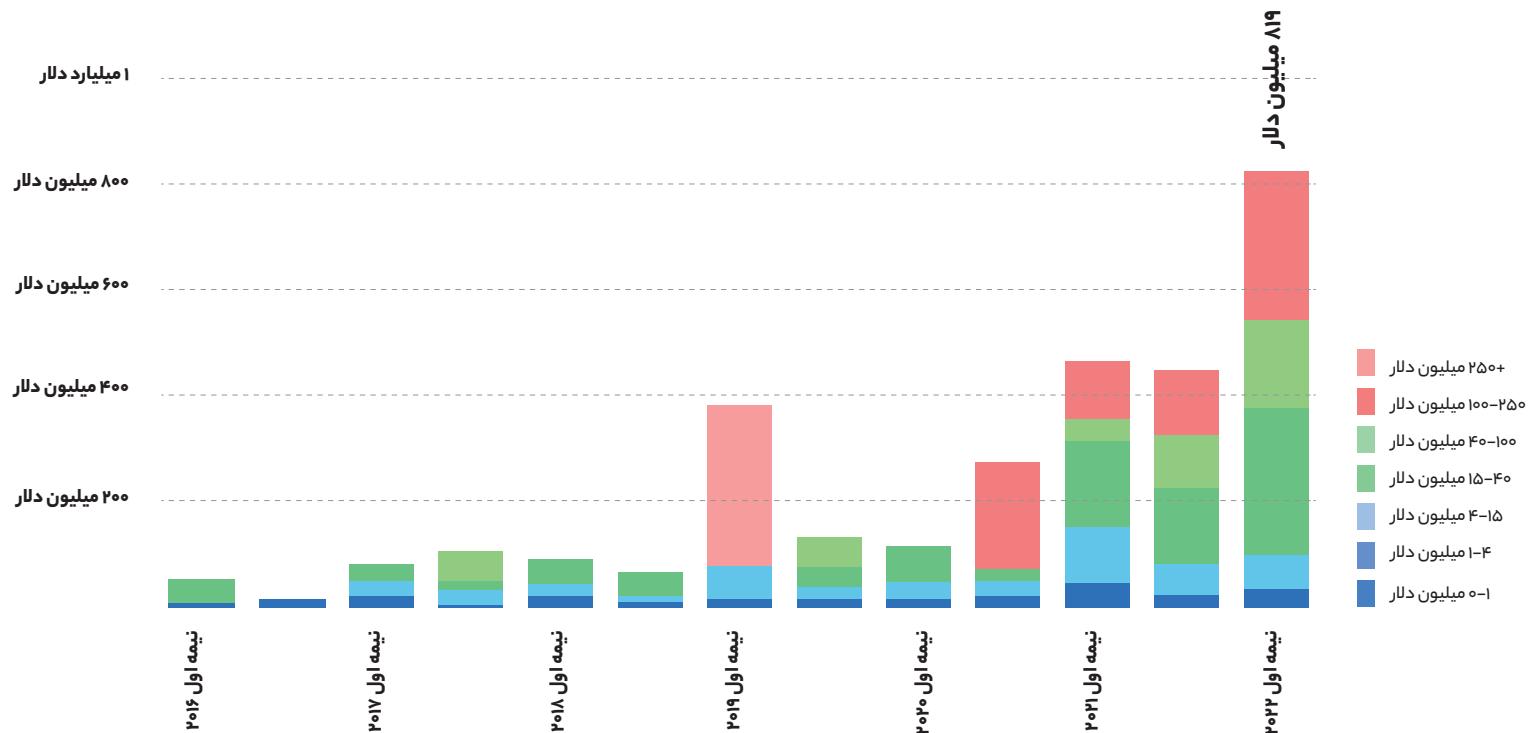
در آن سال‌ها سهم اصلی تولید ناخالص داخلی در سراسر جهان متعلق به غول‌های بزرگ تولیدی و خدماتی مثل اکسون موبیل، والمارت، جنرال موتورز، مکدونالد، توatal، شل و مانند آن‌ها بود و این غول‌ها را به بازرس‌ترین بنگاه‌های اقتصادی تبدیل کرده بود.

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. شاخه‌های انقلاب کنونی هم‌جوشی فناوری‌هایی است که مرزهای بین سپهرهای فیزیکی، دیجیتال و زیست‌شناسی را محور 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

## اقتصاد دیجیتال در منطقه MENA

و آمادگی زیادی برای پذیرش فناوری‌های دیجیتال جدید دارند. به عنوان مثال، در امارات متحده عربی، بیش از ۵۰ درصد از مردم از کیف پول دیجیتال استفاده می‌کنند. 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 تقریباً ۲ برابر رکورد قبلی در بازه زمانی مشابه سال قبل است.

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 آشنا‌تر



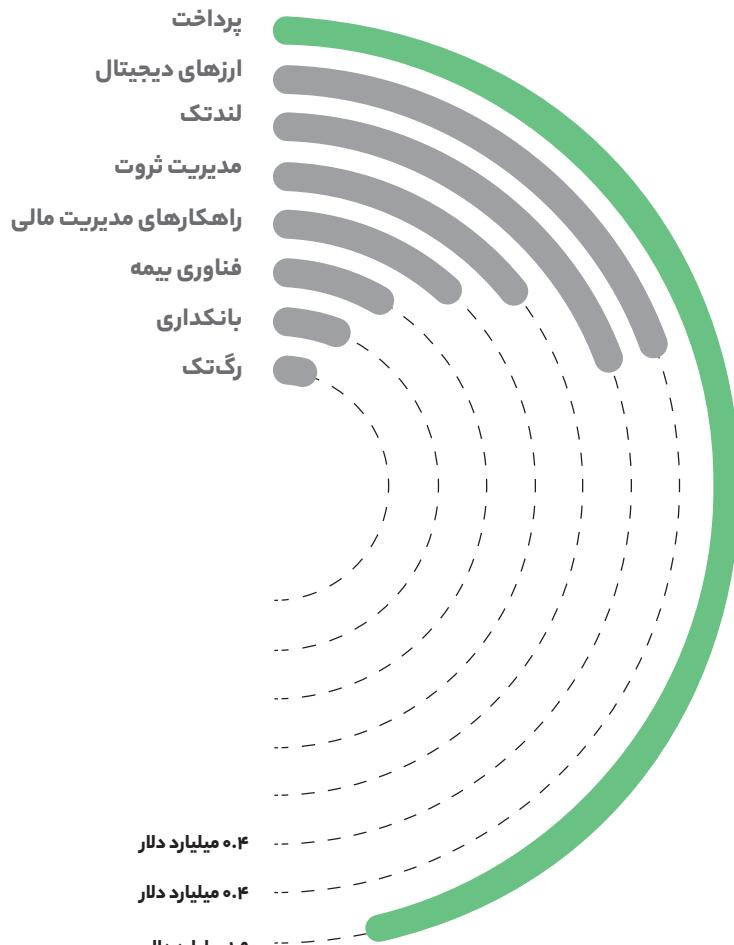
منبع: dealroom.co

منطقه MENA اکنون میزبان بیش از ۸۰۰ استارت آپ فین‌تک به ارزش ۸۱۹ میلیارد دلار است.



# MENA Map

## مهم‌ترین روندهای فین‌تک در منطقه MENA



جذب سرمایه در حوزه‌های مختلف فناوری‌های مالی در منطقه

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. رمزارز و لندرک (واحده‌ی فناورانه) با تقریباً ۰.۴ میلیارد دلار جایگاه‌های بعدی قرار دارد.

### BNPL

استارت‌آپ BNPL (Buy Now Pay Later) یا همان خرید اعتباری («الآن بخر، بعداً 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 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 کریدورهای 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 واحده‌ی خود بهره جویند.

منبع: dealroom.co

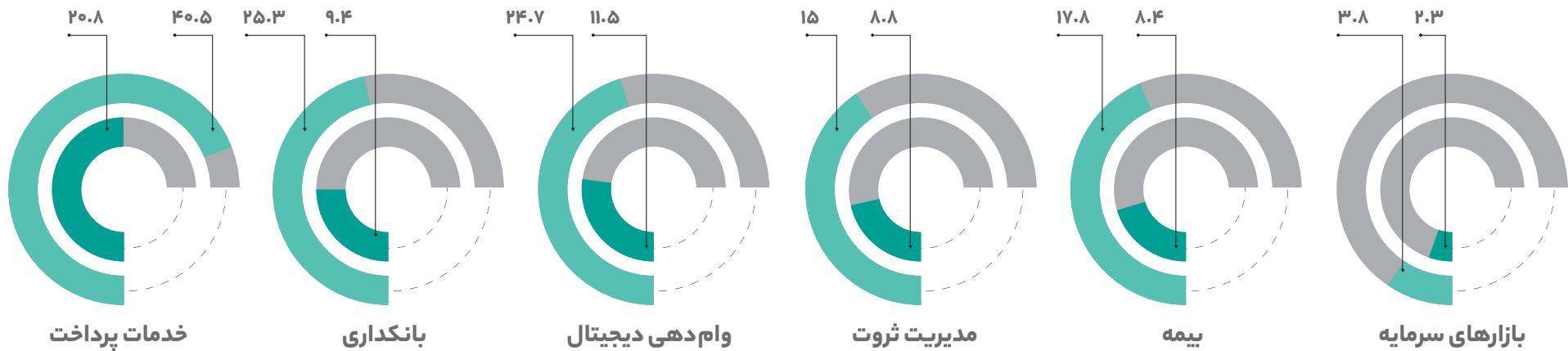
۲۰۲۲ء میں جهانی فین تک درسال تغیرات میں سب سے اہم

کاہش سرمایہ گذاری در حوزہ فین تک در سال ۲۰۲۲

تقریباً تمام حوزه‌های فین‌تک در سال ۲۰۲۲ با کاوش سرمایه‌گذاری روبرو بوده‌اند.

سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲، با ۴۶ درصد کاهش نسبت به دوره مشابه ۲۰۲۱، ۷۵ میلیارد دلار رسیده است. در سه ماهه پایانی سال گذشته، صنعت فین‌تک تنها ۷۵ 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 ۴۶ درصد کاهش نسبت به دوره قبل، به ۵۰۴۸ رسیده است. تعداد یونیکورن‌ها (استارتاپ‌هایی 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، ۱۶۴ یونیکورن بوده است.

سرمایه‌گذاری جهانی در حوزه‌های مختلف فین‌تک در سال ۲۰۲۲

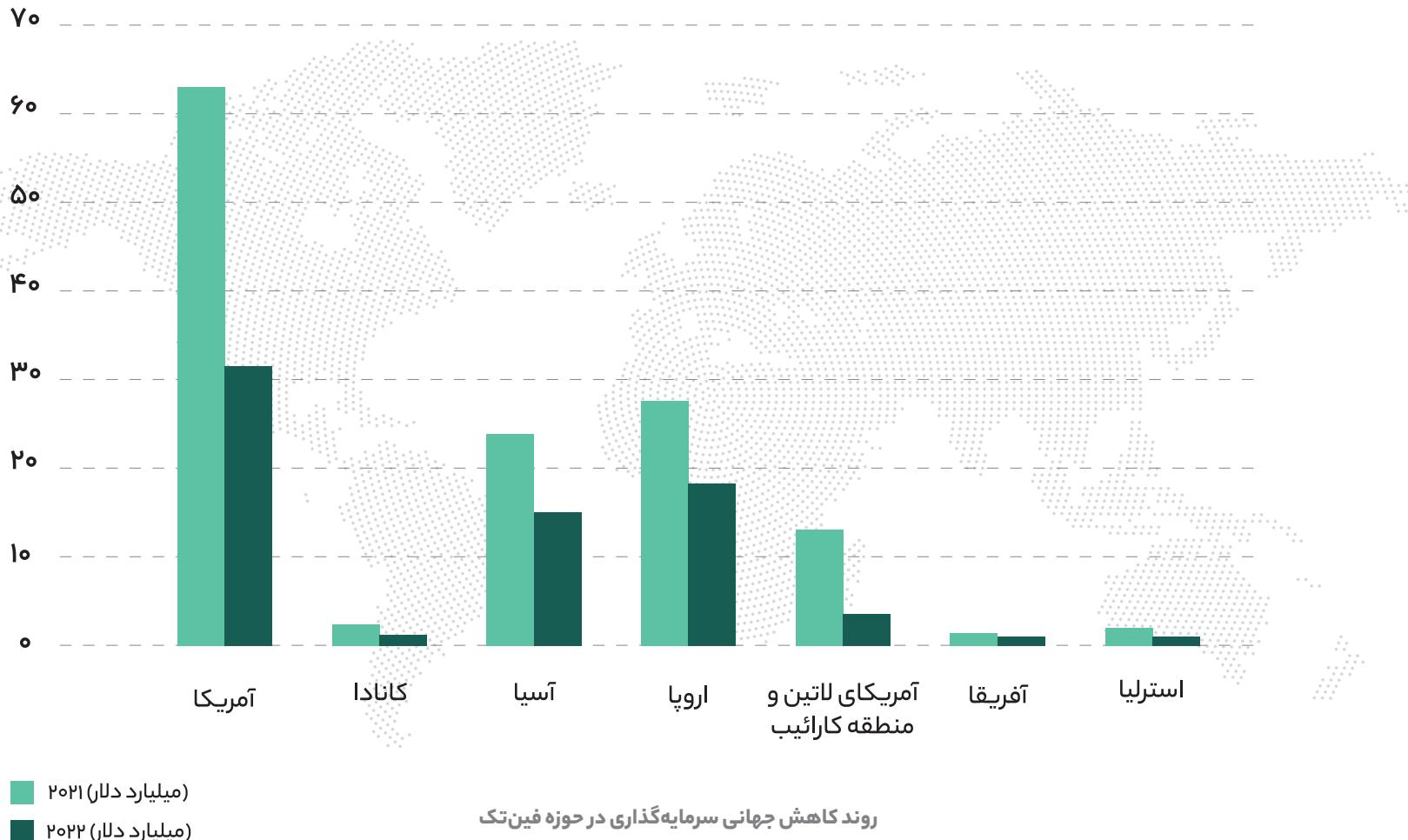


گزارش منتشر شده از سوی سی‌بی اینسایت CB Insight در سال ۲۰۲۲ وضعیت فینانسی در تک

٢٠٢١ (مليار دولار) سا | ٢٠٢٣ (مليار دولار) سا

## کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲

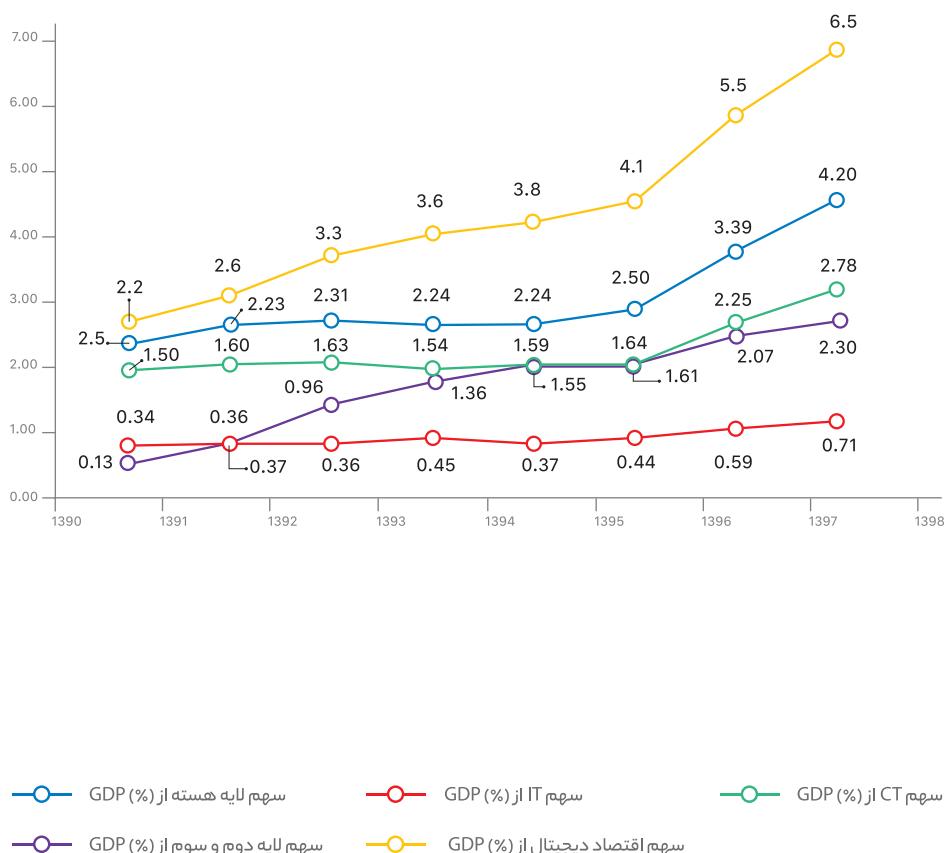
روند کاهش سرمایه‌گذاری در جهان وضعیت مشابهی داشته است.



## ارزش سهام فعالان به نام 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	۱۰۴.۷ میلیارد دلار
paidy	۳.۷ میلیارد دلار	ادغام با PayPal
PayPal	۱۲۷.۵۸ میلیارد دلار	۹۴.۵۵ میلیارد دلار

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



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

اقتصاد دیجیتال امروز در تمام دنیا به یکی از وجوده جدایی‌ناپذیر اقتصاد کشورها تبدیل شده است و مدت‌هاست که بحث‌های متعدد 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 جایی است که در پیش‌بینی‌های موسسه تحقيقياتی FUndera، تا سال ۹۵، ۲۰۴۰ درصد از داد و ستدۀای جهان در بستر تجارت الکترونیک انجام خواهد شد. ما نیز در ایران از این قاعده مستثنی نبوده‌ایم و ناگزیر حرکت به سوی اقتصاد دیجیتال را با تمام چالش‌ها و فراز و نشیب‌هایش در پی خواهیم گرفت.

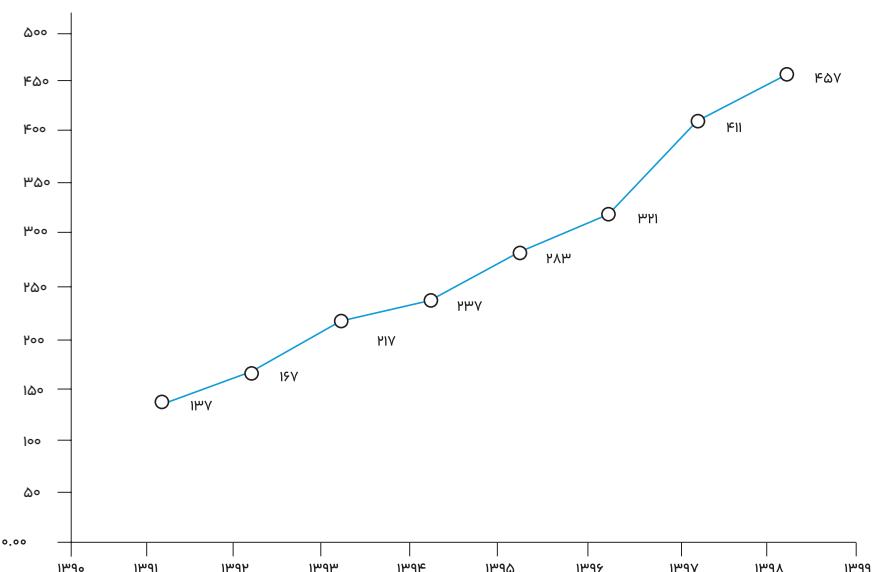
همه‌گیری کرونا، در ایران نیز مثل دیگر نقاط جهان، حرکت به سوی دیجیتالی شدن اقتصاد را شتاب بخشید. مطابق آخرین گزارش ستاد اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی، سهم اقتصاد دیجیتال در ایران از سال ۹۱ تا ۹۹، تقریباً ۳ برابر شده. همین آمار برای سال ۱۴۰۱، ۷.۴٪ براورد شده است. اما در سال ۱۴۰۱ محدودیت‌های گسترده اینترنت و تحت تاثیر قرارگرفتن 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 کسبووهای 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 براورده از خسارت‌های وارد شده به اقتصاد دیجیتال کشور در سال ۱۴۰۱ نشان دهد.

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

## رشد قابل قبول اقتصاد دیجیتال ایران در کمتر از یک دهه

در هشت سال منتهی به ۱۴۰۰ همواره ارزش کل اقتصاد دیجیتال کشور روند افزایشی داشته است. در این مدت اقتصاد دیجیتال با رشدی ۲۳٪ درصدی همراه بوده است.

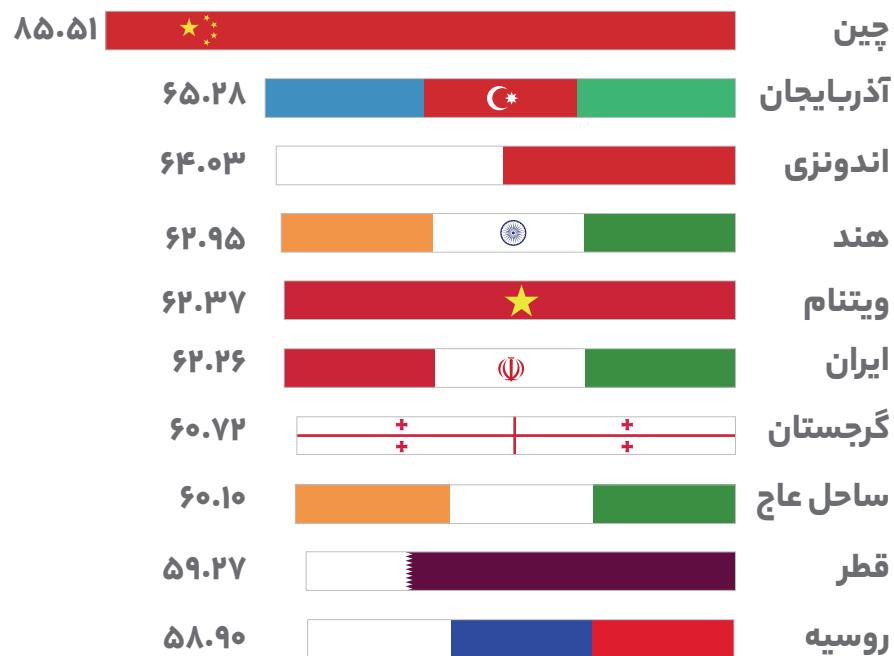
ارزش کل اقتصاد دیجیتال در ایران بین سالهای ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ به همت (هزار میلیارد تومان)



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

## برترین کشورهای جهان در شاخص تکانه رشد دیجیتال ۲۰۲۰

پژوهش انجام شده در دانشگاه تافتس 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

## نقش آفرینی 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 فرآگیری مالی هستند. این پلتفرم‌ها نقش مهمی در اقتصاد دیجیتال بازی می‌کنند.

۶۰۳۶ میلیارد دلار

میزان کل تسهیلات ارائه شده در دنیا در سال ۲۰۲۰

۴۴۹ میلیارد دلار

میزان کل تسهیلات آنلاین در دنیا در سال ۲۰۲۰

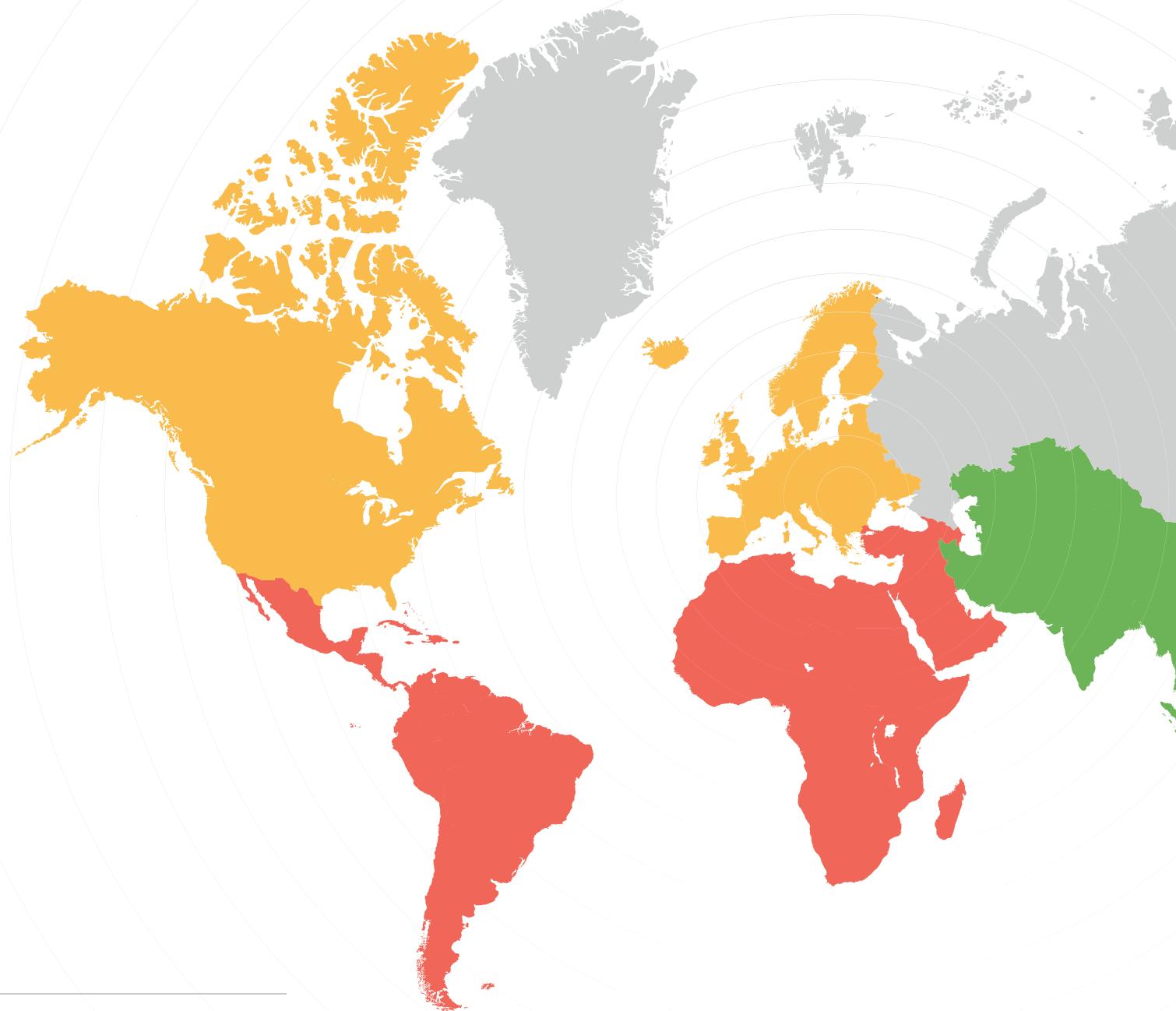
%۷۰۴۵

نسبت اندازه بازار جهانی تسهیلات آنلاین به کل

رتبه رشد منطقه‌ای

- زیاد
- متوسط
- کم

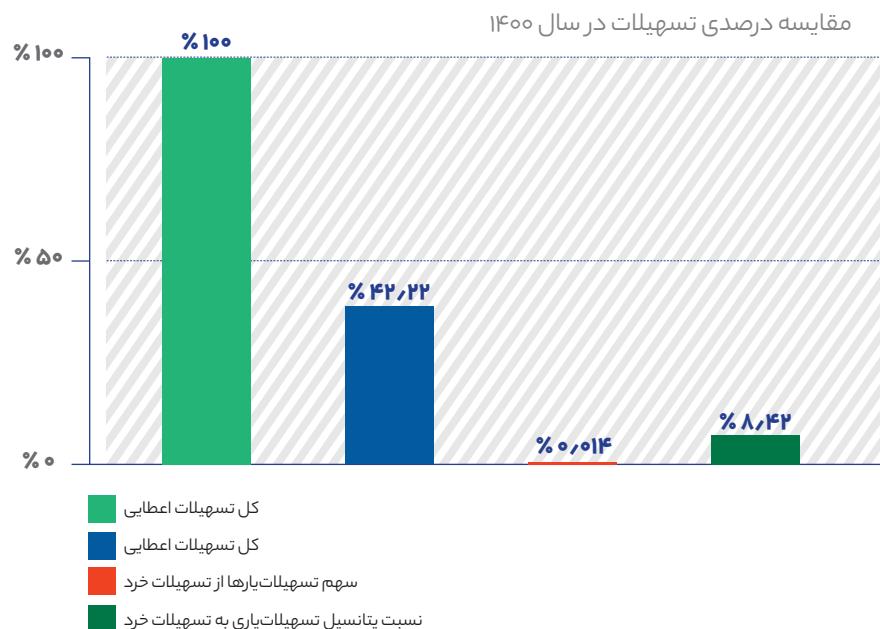
منبع : Mordor Intelligence



## لندتک در ایران: جدول مقایسه‌ای تسهیلات خرد در سال ۱۴۰۰

نسبت پتانسیل تسهیلات خرد به تسهیلات یاری	پتانسیل تسهیلات یاری در اقتصاد دیجیتال	سهم تسهیلات یارها از تسهیلات خرد	نسبت فروش اقتصاد دیجیتال به تسهیلات خرد	سهم تسهیلات خرد از کل تسهیلات اعطایی	محاسبه فروش اقتصاد دیجیتال در سال ۱۴۰۰	تسهیلات اعطایی توسط تسهیلات یارها	کل تسهیلات خرد اعطایی	کل تسهیلات اعطایی
% ۸,۱۴۲	۱۶۰۰	% ۰,۰۱۴	% ۱۴,۵۵	% ۱۴۲	۸۶۵	۳-۲	۱۹,۰۰۰	۴۵,۰۰۰

\* واحد مبالغ هزار میلیارد تومان (همت) است



- ۱- تخمین تسهیلات اعطایی ۴۵۰۰۰ همت با تقریب فروش ۹ ماهه ۱۷۰۰۰ 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.
- ۴- موارد استفاده برخی از عمدۀ مواد غیر خردی است که در آن از عقد فروش اقساطی استفاده می‌شود:
  - الف- تسهیلات خرید مواد اولیه
  - ب- تسهیلات صندوق توسعه ملی
  - ۴- بنابر گزارش Statistica در سال ۲۰۲۰، فروش در تجارت الکترونیک از طریق روش‌های اعتباری بیش از ۱۸۵ درصد کارت‌های نقدی بوده است.

## اقتصاد دیجیتال؛ نجات‌دهنده‌ای که دست‌کم گرفته‌ایم

دھه پایانی قرن گذشته برای اقتصاد ایران، به کابوسی نا آرام 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 شده‌اند، 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 پسرعت 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 مؤثر 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 متعددی بوده است. با این همه ارزش اقتصاد دیجیتال در شرایط رکود 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 برعهده بگیرد.





## دیجی‌پی در سالی که گذشت

### امید و پویایی در سالی که به سختی گذشت

سال ۱۴۵۱، با وجود تمام سختی‌ها و محدودیت‌ها، سالی پر از امید و شکوفایی بود. همکاری با دو بانک موفق و خوش‌نام ملت و تجارت، دو دستاورده بزرگ دیجی‌پی در سال ۱۴۵۱ بود. سرمایه‌گذاری تکنوتجاری 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 کردند. امید می‌رود که این سرمایه‌گذاری به نزدیک شدن اکوسیستم فین‌تک به نظام بانکی کشور و هم‌افزایی میان آن‌ها منجر شود.

دیجی‌پی 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 فراغیری 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 ۱۴۵۱ 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 صدھا نفرساعت پژوهش، مطالعه و فعالیت برنامه ریزی شده و مدون انجام شده بود و خوبخیتانه موفق شدیم، هر یک از آن‌ها را در مرحله نهایی پیاده‌سازی و اجرا کنیم. سال ۱۴۵۱ 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

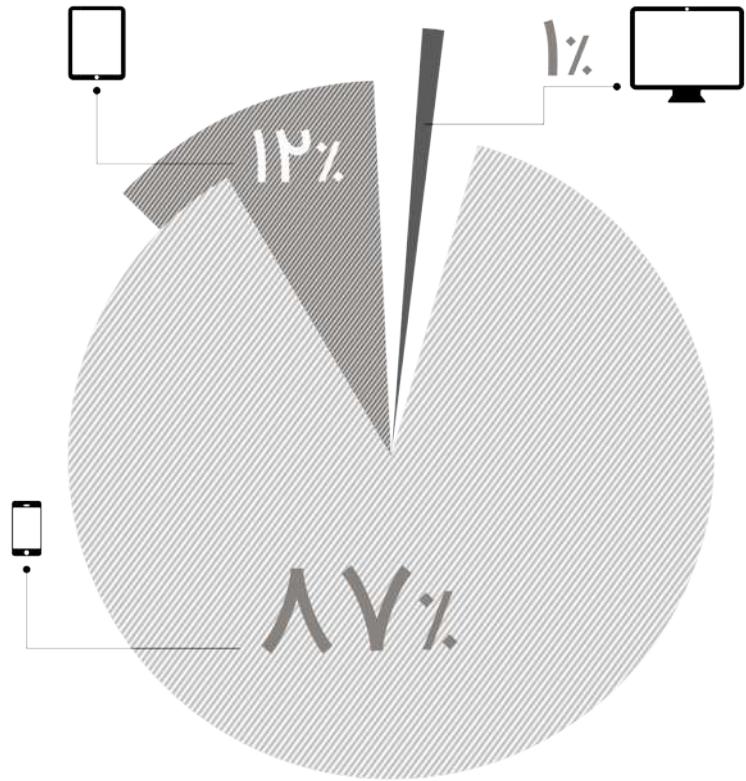


## سوپر اپلیکیشن دیجی‌پی

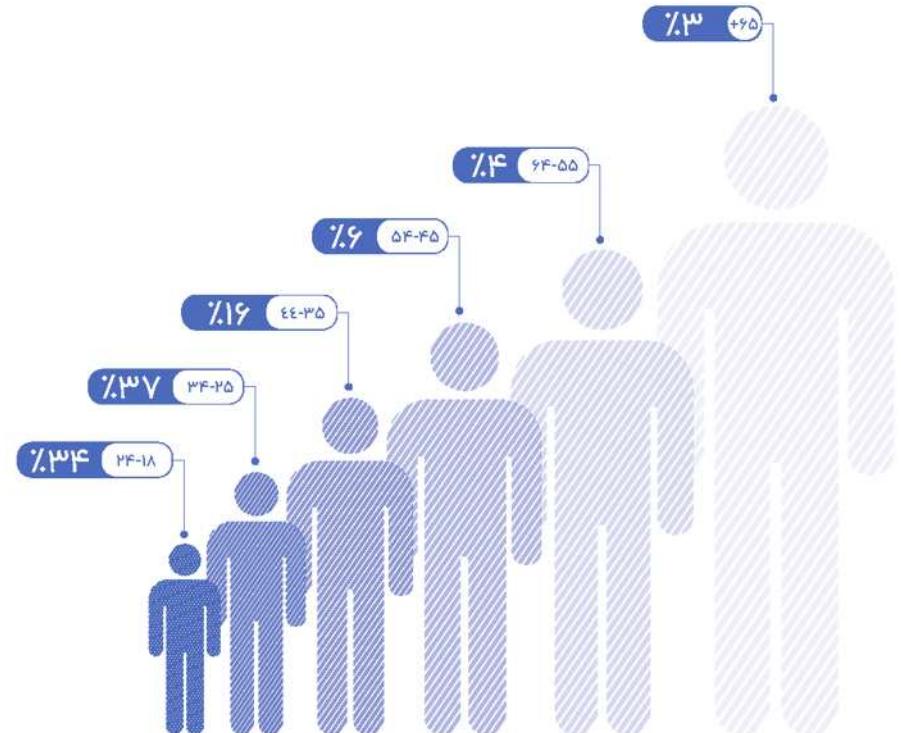
سوپر اپلیکیشن دیجی‌پی، خدمات متنوع مالی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد و اکنون انجام مجموعه‌ای از خدمات کارت‌به‌کارت، خرید شارژ، پرداخت قبض، خرید بسته اینترنت، پرداخت عوارض جاده‌ای، نیکوکاری، پرداخت کرایه تاکسی و استعلام جریمه در این سوپر اپلیکیشن امکان‌پذیر است. در این بخش از گزارش دیجی‌پی، نگاهی به رفتار کاربران این سوپر اپلیکیشن در استفاده از خدمات آن، طی سال ۱۴۰۵ انداده‌ایم.

## مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در برخی از محبوب‌ترین سرویس‌های دیجی‌پی

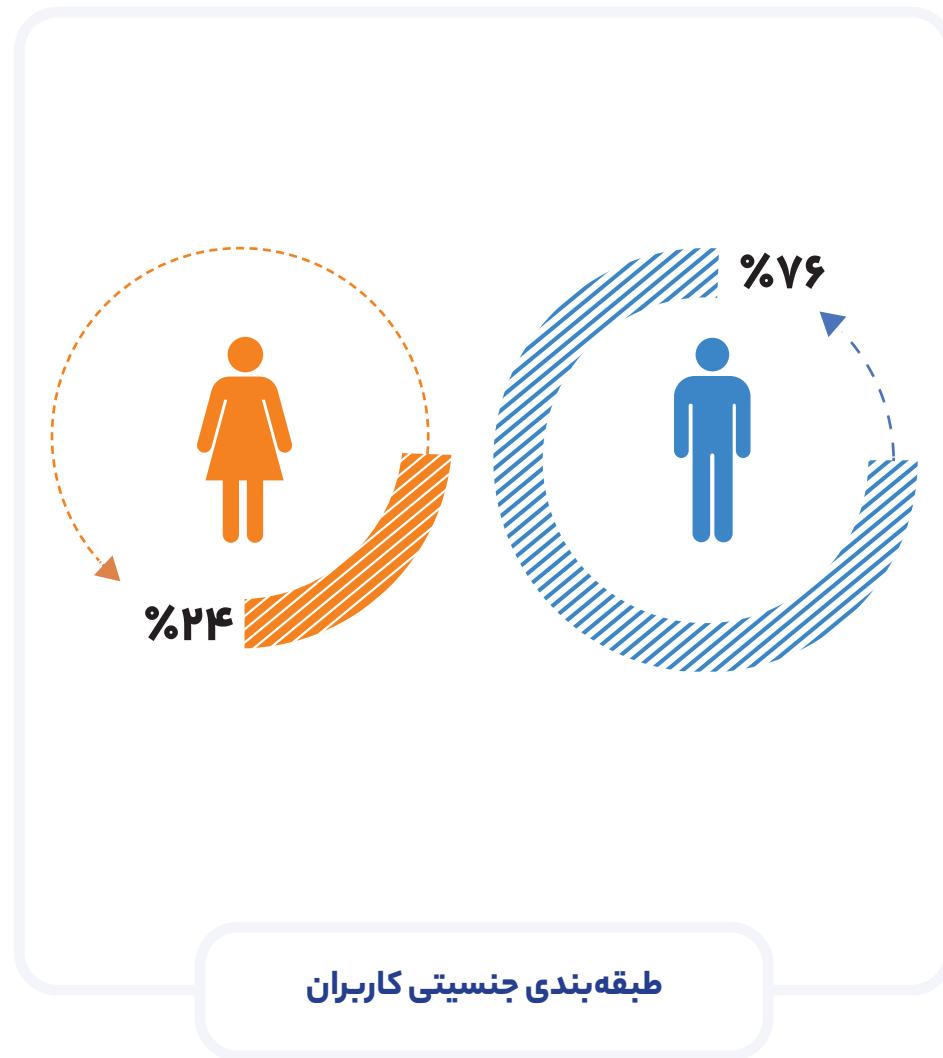
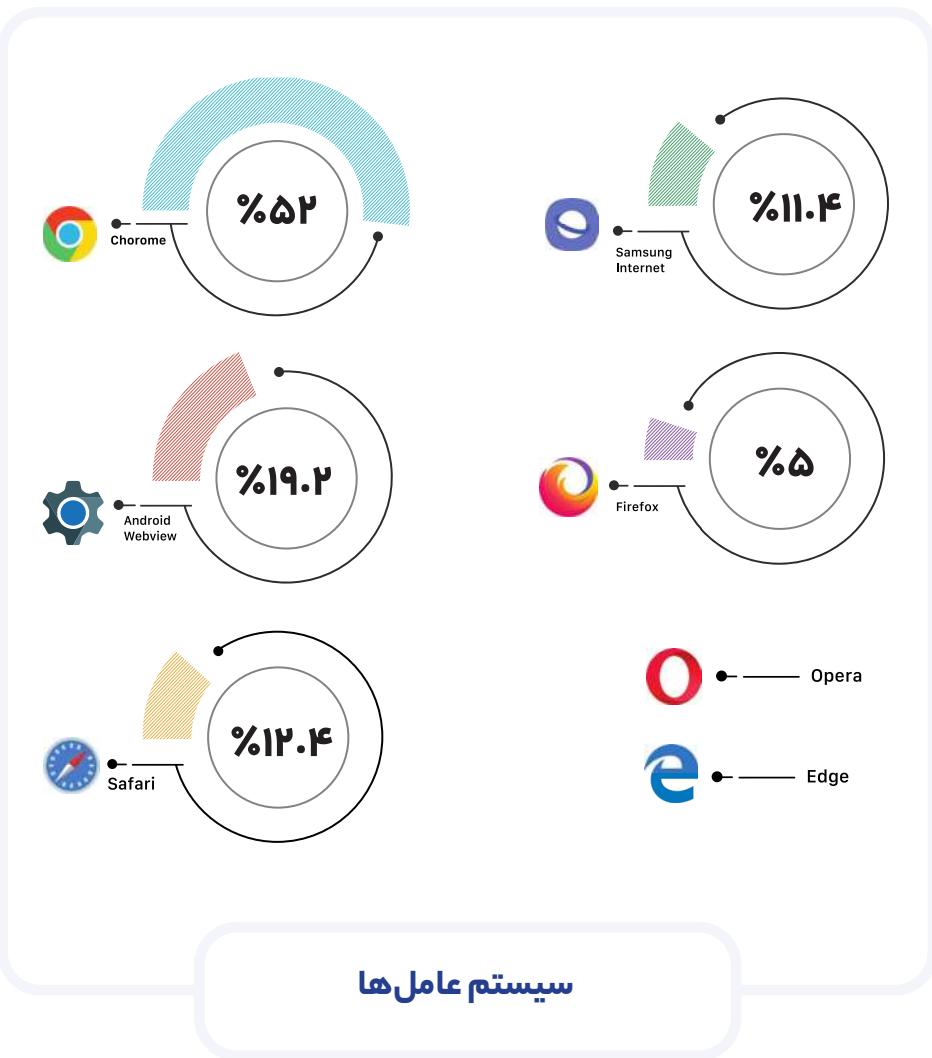
بالاترین تعداد تراکنش یک فرد در طول یک سال <b>۴۷۹۲ تراکنش</b>		مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در سوپر‌اپلیکیشن دیجی‌پی <b>۶۰.۲ همت</b>	
مبلغ کل خرید شارژ <b>۱۴۱.۶ + میلیارد تومان</b>		مبلغ کل تراکنش‌های کارت به کارت <b>۱۴.۱ + همت</b>	
مبلغ کل کرایه تاکسی پرداخت شده <b>۱۲۸ + میلیارد تومان</b>		مبلغ کل عوارض آزادراهی پرداخت شده <b>۳۰.۷ + میلیارد تومان</b>	
مبلغ کل تراکنش‌های نیکوکاری <b>۱۴۰.۸ + میلیارد تومان</b>		مبلغ کل جرائم رانندگی پرداخت شده <b>۱۰.۵ + میلیارد تومان</b>	
مبلغ کل تراکنش‌های خرید بسته اینترنت <b>۳۵ + میلیارد تومان</b>		مبلغ کل تراکنش‌های پرداخت قبض <b>۲۰۲ + میلیارد تومان</b>	



تجهیزات مورد استفاده کاربران



طبقه سنی کاربران



# بازخورد کاربران

## مشتریان چه قدر دیجیپی را به دیگران توصیه می‌کنند؟

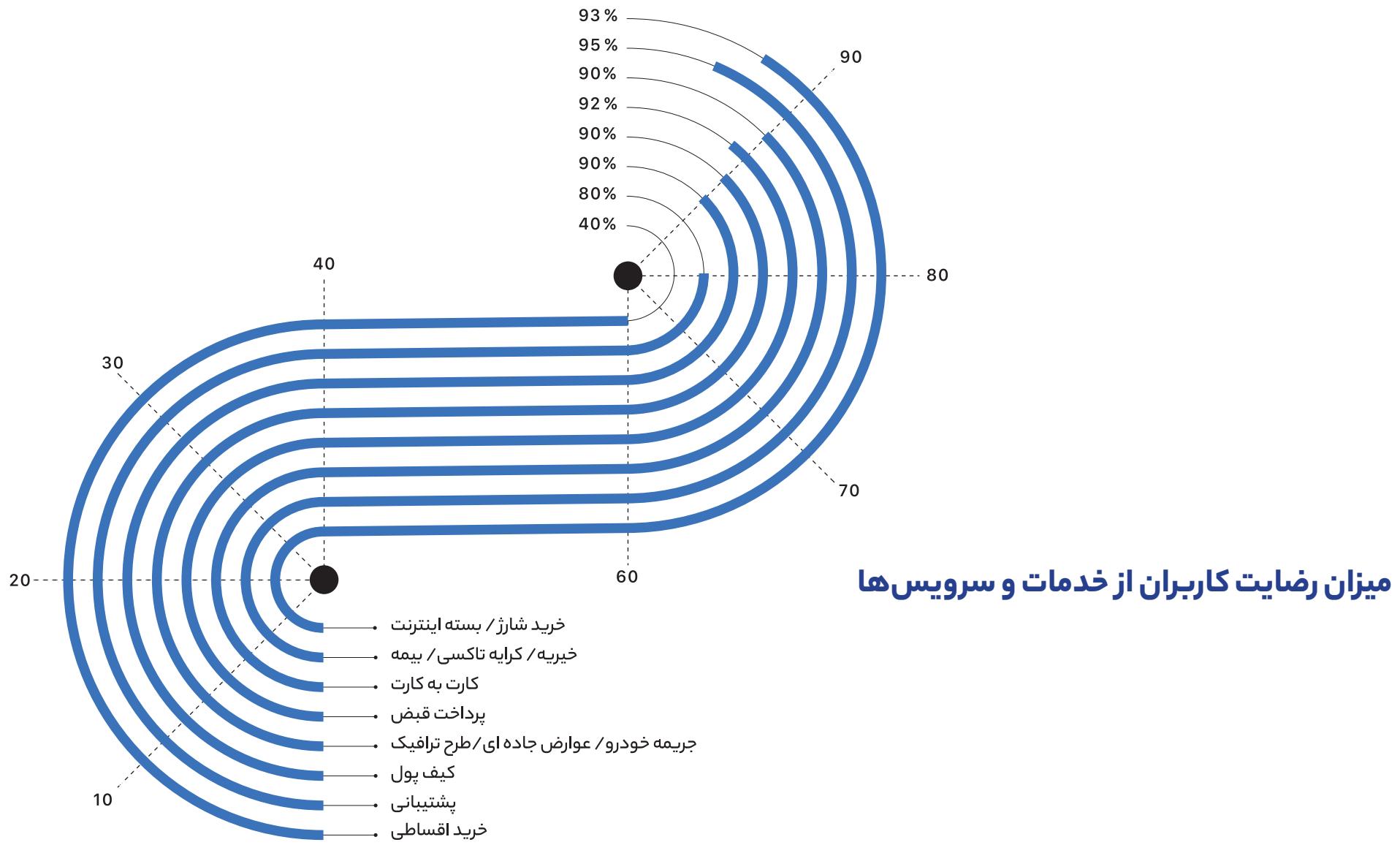
در سال ۱۴۰۱، بیش از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نظر سنجی از کاربران اپلیکیشن دیجیپی به عمل آمده است، که از این تعداد ۳ درصد از شرکت‌کنندگان به پرسش‌های رضایت‌سنجی پاسخ داده‌اند. رتبه رضایت‌مندی کاربران از سرویس‌های دیجیپی در نمودار صفحه بعد مشخص شده است.

### مهم‌ترین دلایل نارضایتی کاربران سوپراپلیکیشن

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

### 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/کنسولی



# گزارش سالانه دیجیپی | سرویس‌های اعتباری

# خرید اقساطی

## اعتباری برای همه

سرویس‌های اعتباری برای کسب‌وکارهای کوچک، از جمله این دسته‌بندی‌هاست که هریک در نوع خود به فرآگیری و دسترس‌پذیری تسهیلات کمک می‌کند.

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

- **تعامل بیشتر با بدنی بانکی کشور**

در سال ۱۴۰۵ با تمرکز بر تعامل سازمان‌یافته با بدنی بانکی کشور، منابع اعطای اعتبار در دیجی‌پی متتنوع‌تر 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 گستردگاهی مورد ارزیابی قرار داده است. بر همین اساس در سال ۱۴۰۵، 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 ۱۴۰۵، سفرته 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 سفرته دیجیتال به کمتر از ۱۵ دقیقه تقليل یافت.

دیجی‌پی سرویس خرید اقساطی را در سال ۱۳۹۹ با هدف کمک به فرآگیری مالی راه‌اندازی کرد.

تا پیش از ورود لندهای فناورانه 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 فرآگیری مالی از طریق وامدهی فناورانه، علاوه بر توزیع پیش 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.

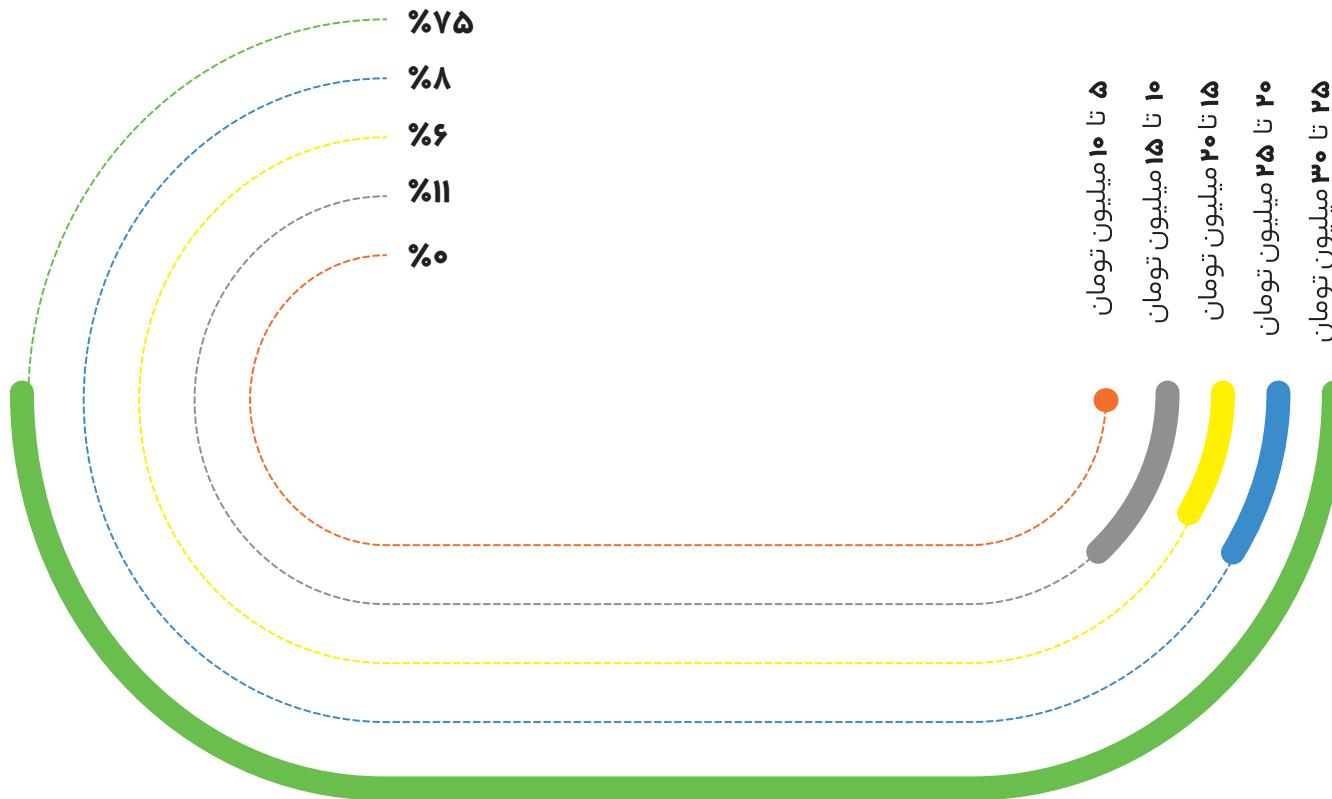
در سال ۱۴۰۵، سرویس خرید اقساطی دیجی‌پی با تحولات جدی همراه بوده است که این سرویس را به سمت تجربه‌های بهتر کاربری هدایت کرده است.

## مفهوم تغییرات سرویس خرید اقساطی

- **تمرکز پیش از پیش بر فرآگیری مالی**

دیجی‌پی در سال ۱۴۰۵ محصولات و خدمات متنوعی را در مسیر چشم‌انداز شرکت یعنی فرآگیری 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

# تنوع سرویس‌های اقساطی

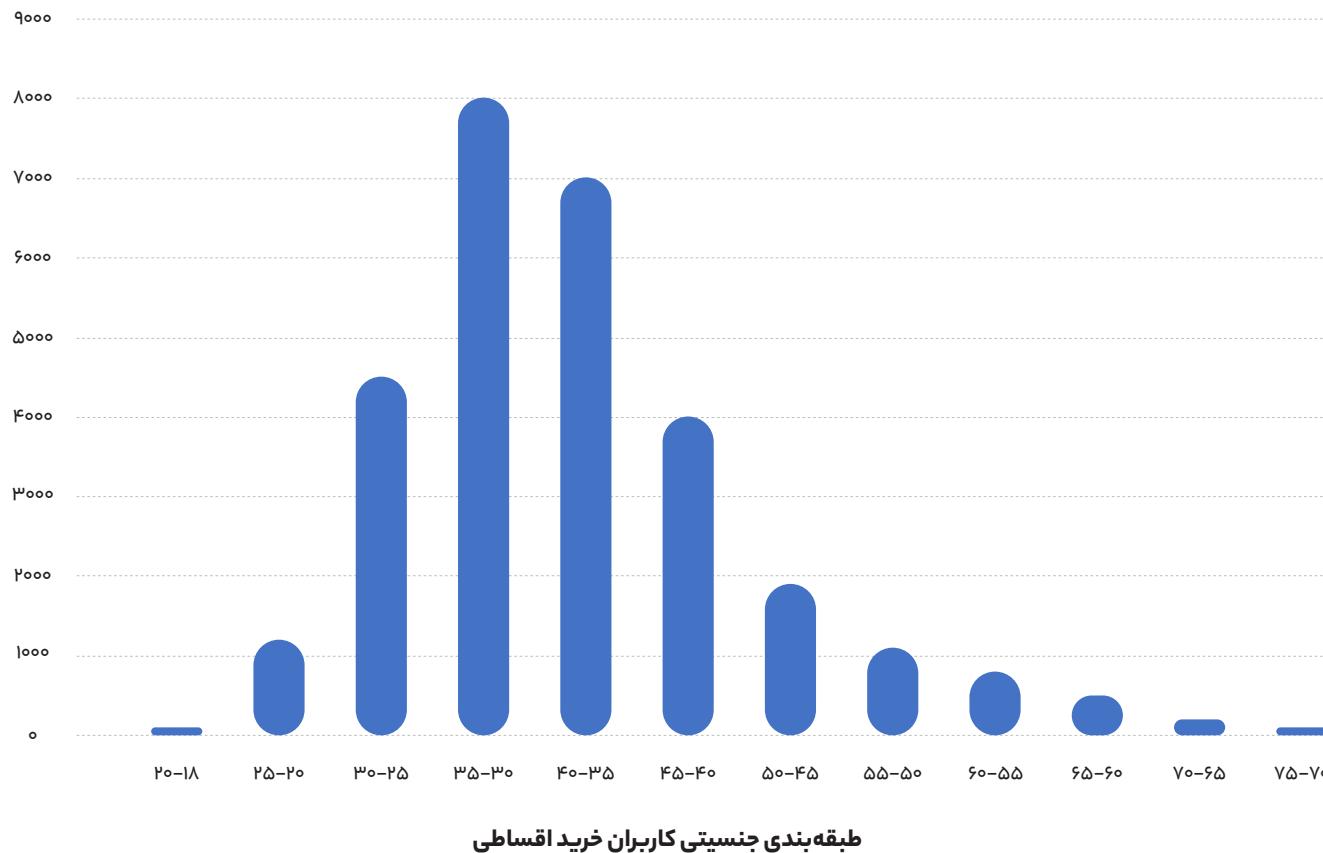


مبلغ اعتبارهای خرد اختصاص یافته به کاربران  
۱.۲ همت

مبلغ درخواست‌های ثبت شده برای خدمات اعتباری  
بیش از ۳۰ همت درخواست

تعداد درخواست‌های ثبت شده برای خدمات اعتباری  
بیش از ۲ میلیون درخواست

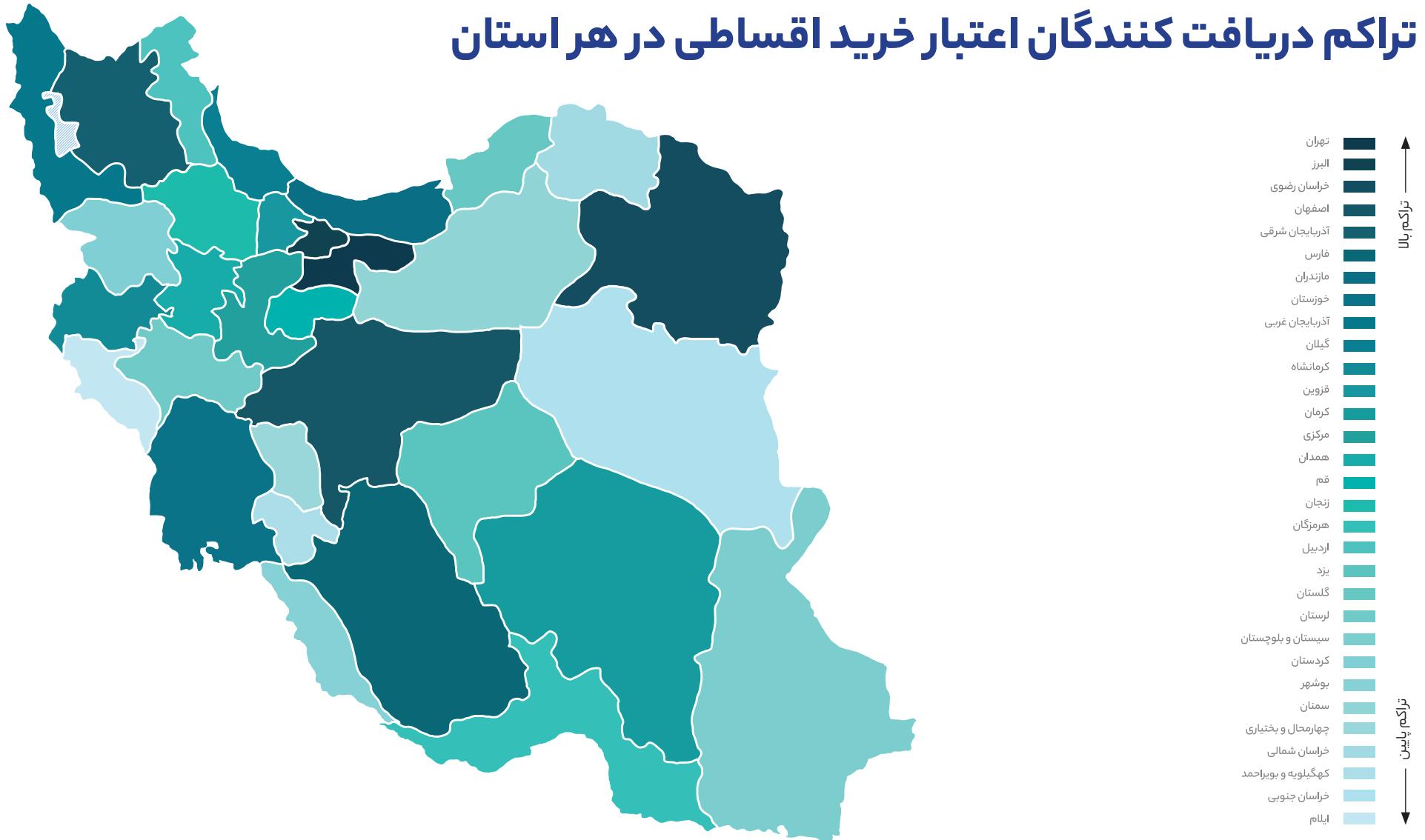
## طبقه‌بندی سنی کاربران خرید اقساطی



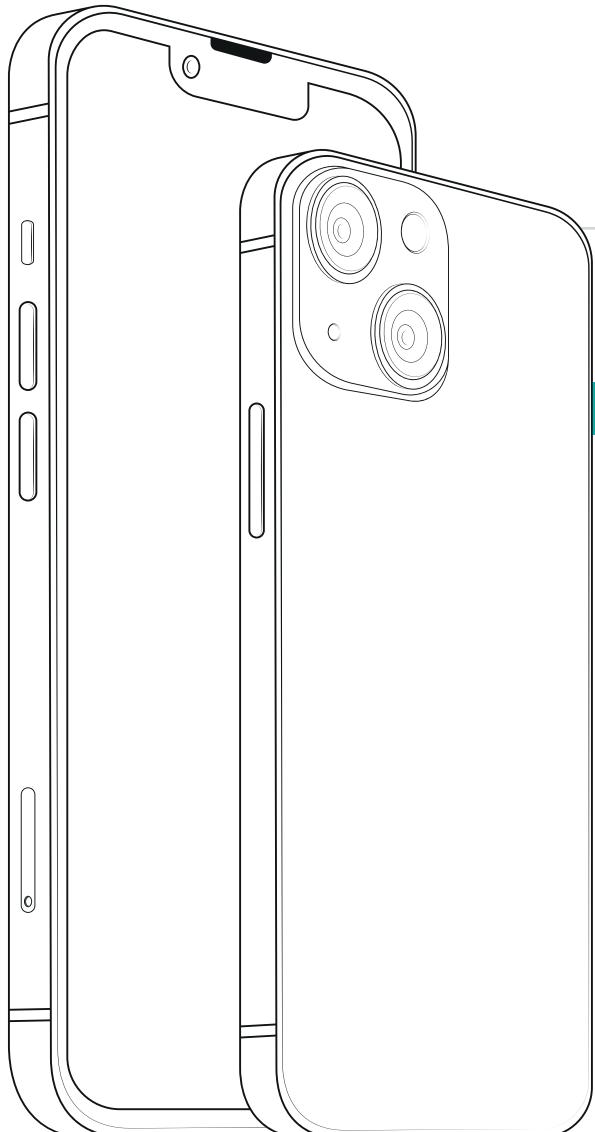
%۸۳ آقایان

%۱۷ خانم‌ها

# تراکم دریافت کنندگان اعتبار خرید اقساطی در هر استان



# 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)

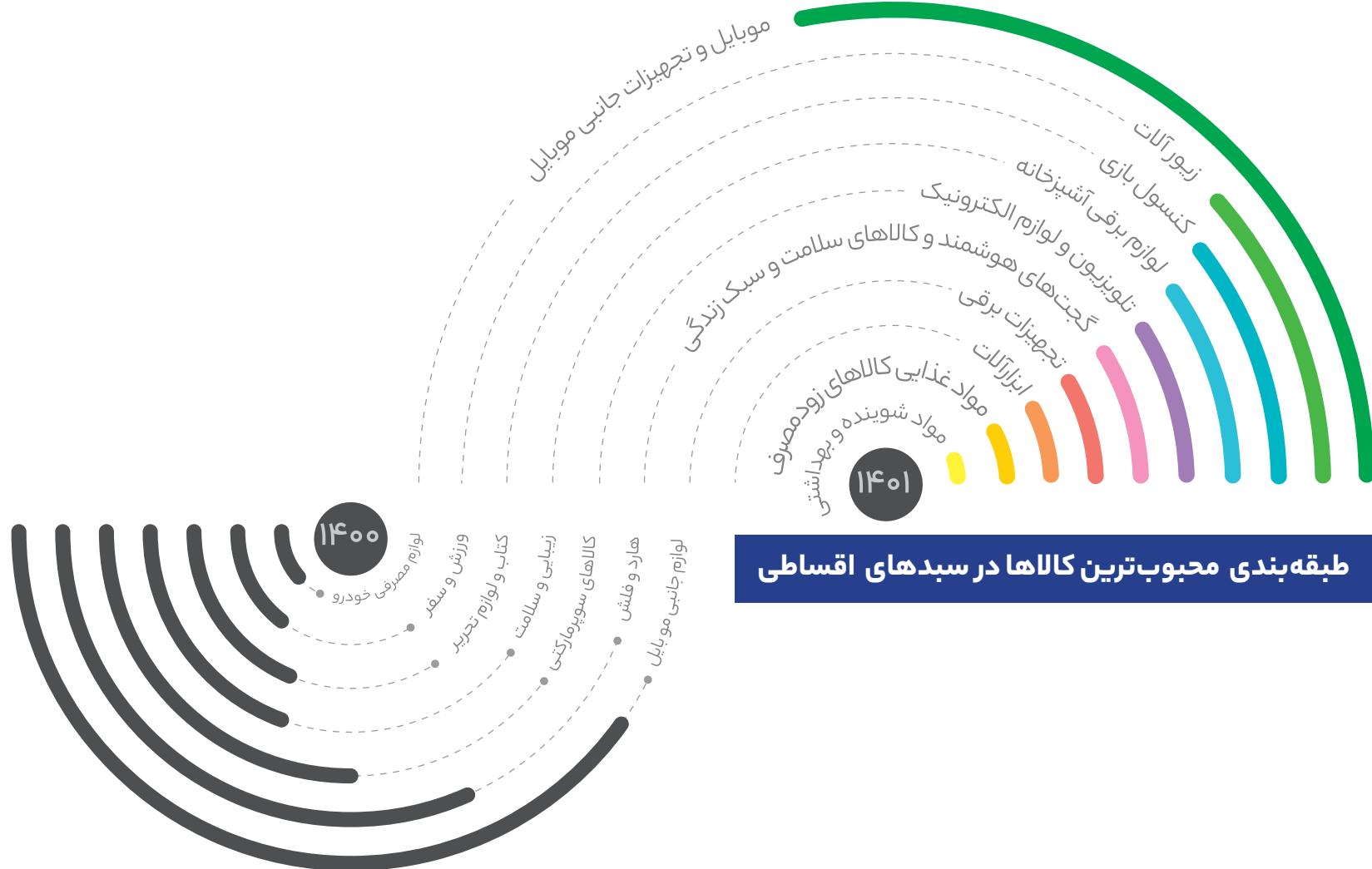
گوشی موبایل شیائومی مدل Redmi Note 11

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



# الان بخر، بعدا پرداخت کن! (BNPL)

## BNPL برای کاربران سازمانی

در این روش که با همکاری سازمانها و برای کارکنان آنها به صورت تضمین شده یا Secured BNPL گفته می‌شود، هر کارمند به میزانی که سازمان مشخص کند، اعتبار دریافت می‌کند. 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 کاملاً مشابه کاربران نهایی است.



مبلغ اعتبارهای BNPL اعطا شده:  
۱ همت



تعداد کاربران دریافت کننده اعتبار BNPL:  
**بیش از ۲ میلیون اعتبار به ۶۰ هزار کاربر یکتا**

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 ارزان قیمت، از سرویس خرید اعتباری BNPL یا الان بخر، بعداً پرداخت کن! رونمایی کرد. در سال ۱۴۰۵ این سرویس مراحل بلوغ خود را پشت سرگذاشت و علاوه بر ارائه سرویس به کاربران نهایی، ارائه به کاربران سازمانی هم در دستور کار دیجی‌پی قرار گرفت. سرویس BNPL علاوه بر آن که دسترسی کاربران به وام‌های کوتاه‌مدت 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 دهدند.

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

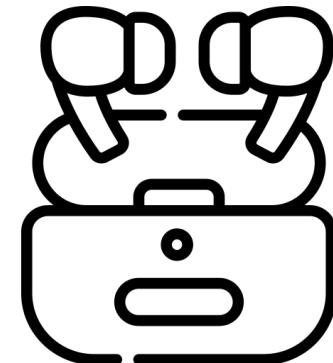
در سال ۱۴۰۵، سرویس BNPL به دو روش شخصی و سازمانی به کاربران دیجی‌پی ارائه شد:

## BNPL برای کاربران نهایی

در این روش کاربران دیجی‌پی، پس از پشت سرگذاشتن 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 تأخیر در بازپرداخت، مبلغ جریمه روزشمار به صورتحساب کاربر افزوده می‌شود.



• آقایان به خرید اعتباری علاقه بیشتری نشان می‌دهند

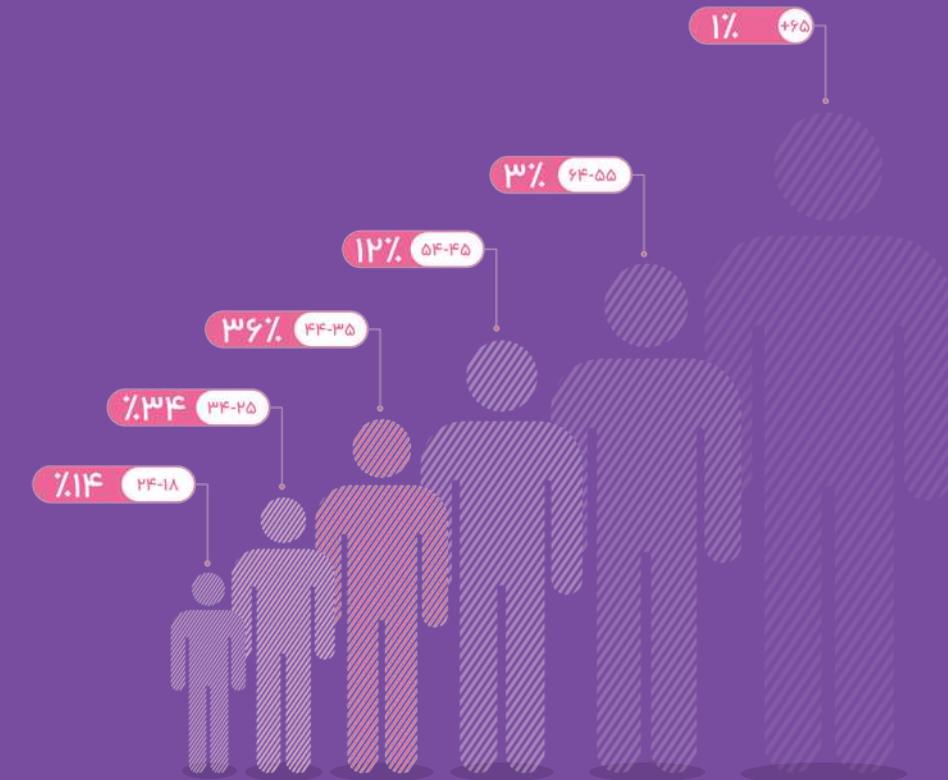


محبوب‌ترین کالای خرید شده با اعتبار BNPL  
هنوزفری بلوتولی

## طبقه بندی سنی کاربران BNPL

### محبوب‌ترین کالاهای برای خریداران BNPL

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



## بیشترین میزان خرید BNPL

بیشترین میزان استفاده از BNPL مربوط به کاربری سنت که تاکنون ۹۴ سید خرید اعتباری به ارزش ۱۵۶ میلیون تومان را به روش اعتباری خریداری کرده است.

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



ادو پرفیوم مردانه



ترازوی هوشمند



لامپ ال ای دی هوشمند



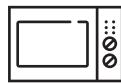
بند عینک مردانه



لپ تاپ ۱۵/۶ اینچی



پولوشرت آستین کوتاه مردانه



مايكروويف



پیچ و روپلاک



میخ



چکش



انبردست



دريل پيچ گوشتی شارژي



پیچ و مهره



شلوار مردانه



کابل تبدیل VGA



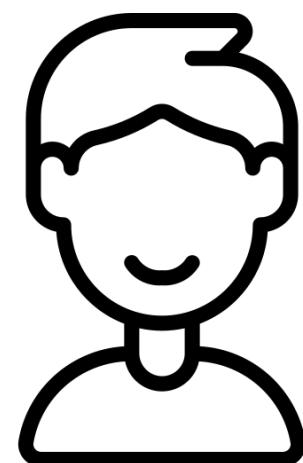
قهوة اسپرسو

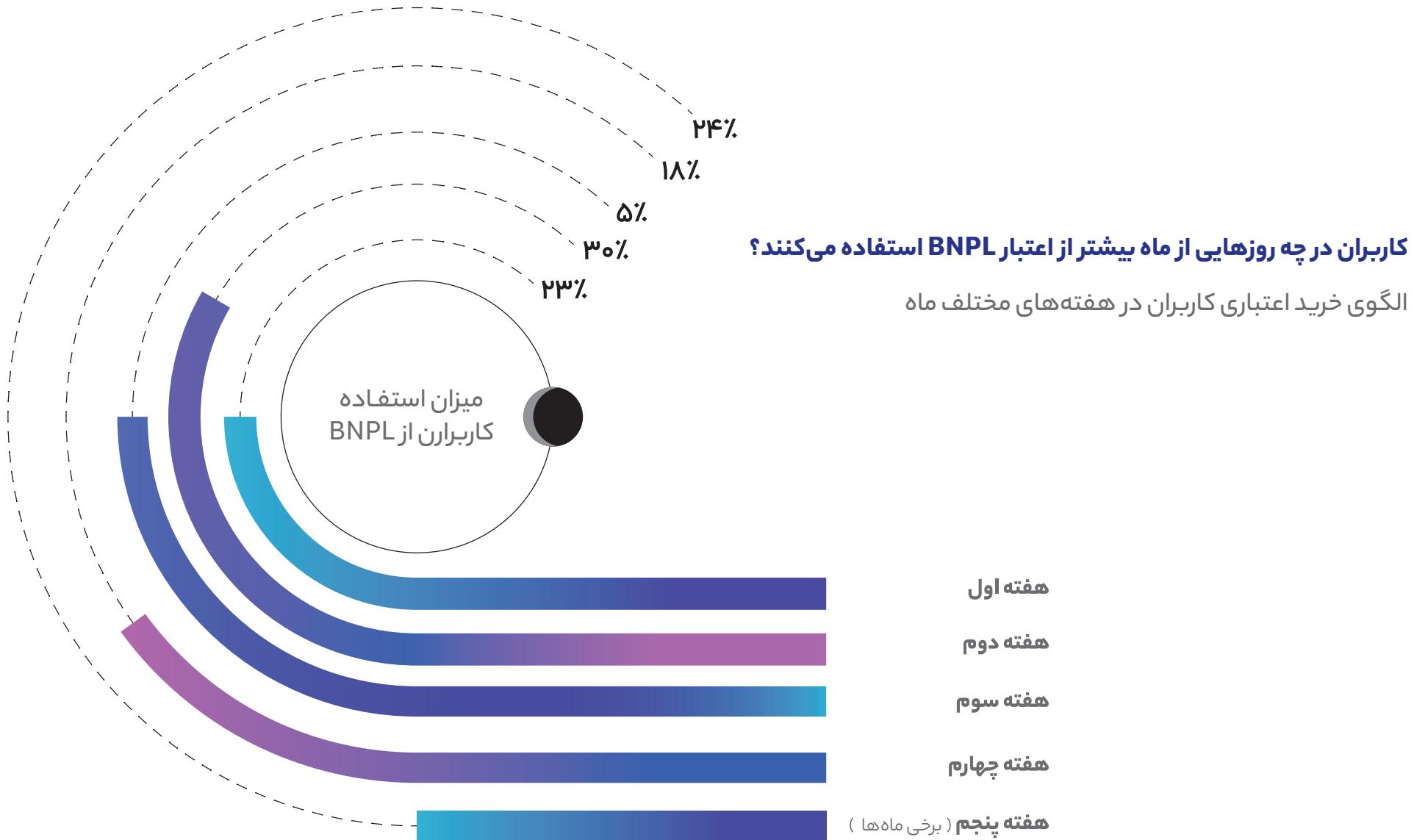


قهوة فرانسنه



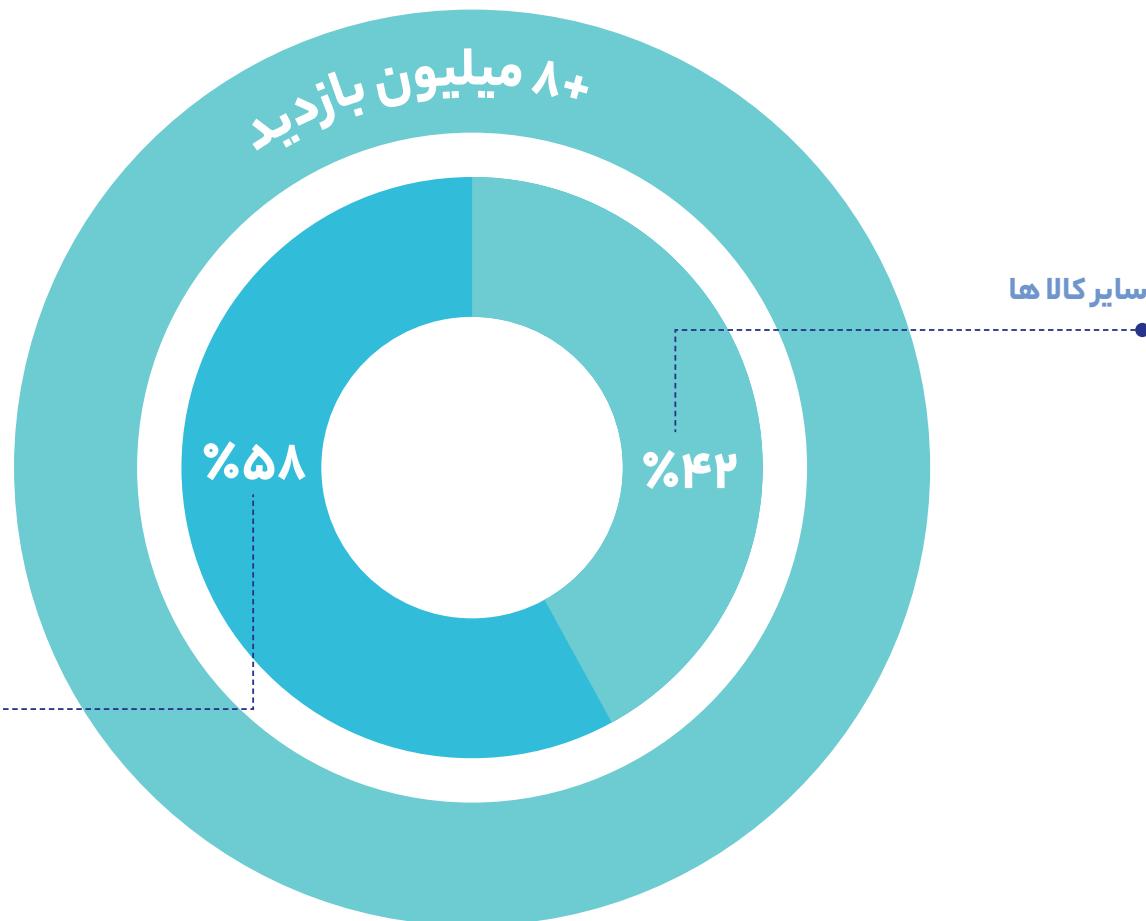
پایه گیتار





# گزارش سالانه دیجیپی | رفتار کاربران خرید اقساطی

## کاربران بازدید کننده از صفحه خرید اقساطی



# خوش حساب‌ترین شهرهای ایران



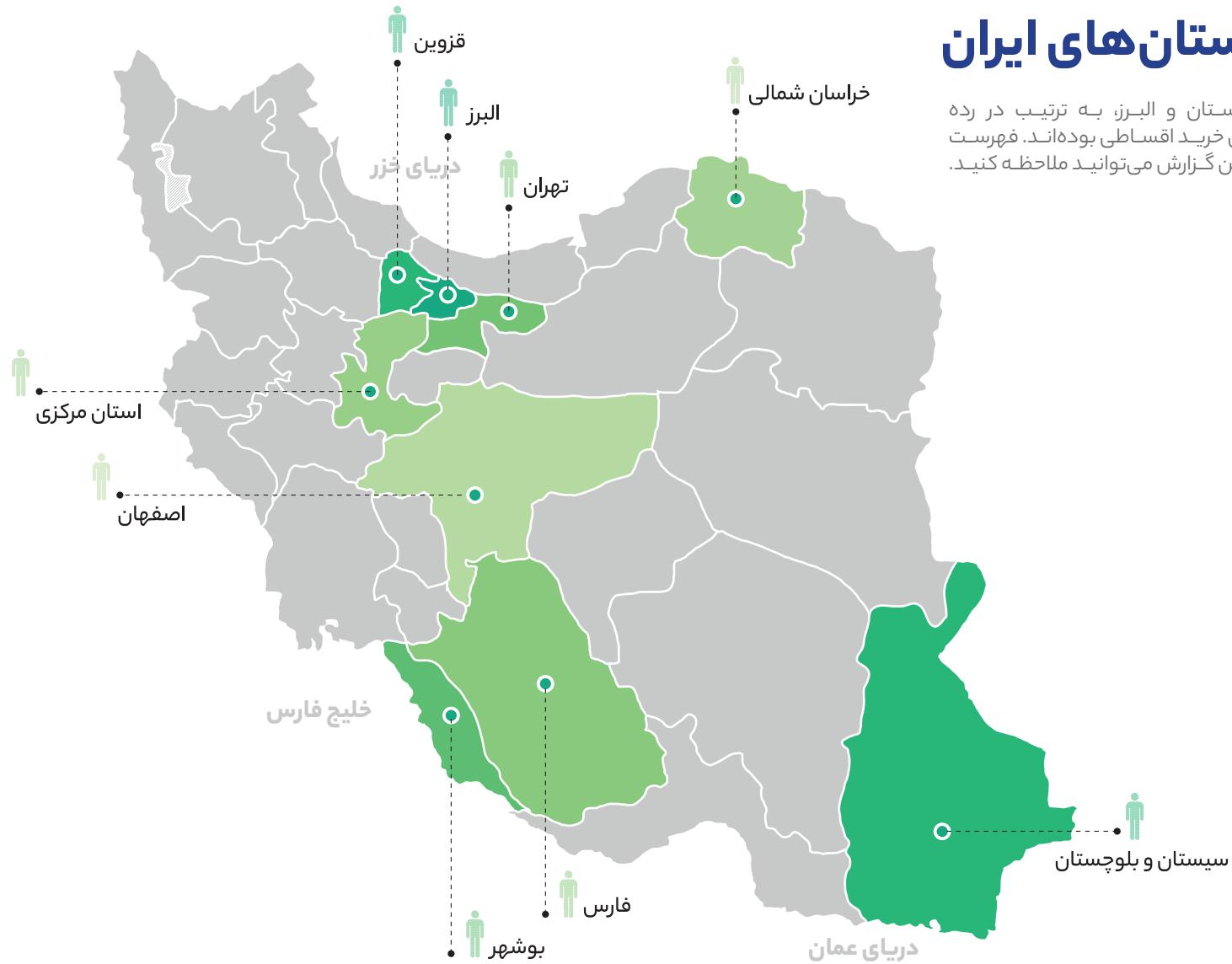
در سال ۱۴۰۵ دیجی‌پی در بیش از ۳۰۰ نقطه شهری و روستایی در کشور به کاربران خرید اقساطی اعتبار اختصاص داده است. نرخ نکول (تاخیر در بازپرداخت اقساط) کاربران خرید اقساطی در ۱۸۵ شهر و روستا در کشور صفر بوده است. در این فهرست می‌توانید، نام خوش‌حساب‌ترین

شهرهای کشور را ملاحظه کنید

مهر	آزادشهر	اسفراین	لنگرود	پارس آباد
آوح	سبیدان	شیروان	بم	تنکابن
دهگلان	سریل ذهاب	آق‌قلای	خدابنده	ایرانشهر
مهریز	سیب و سوران	قشم	سراب	ساری
جویبار	خمیر	چالدران	دامغان	ترکمن
طبس	مهدی شهر	چادگان	بندر انزلی	نور
کنارک	داراب	چهاردانلی	خوانسار	بستک
خوشاب	فسا	چهارلو	رامسر	قائم‌شهر
بستان‌آباد	گیلان غرب	فاسان	فومن	امیدیه
لال	ماهنشان	بیجار	اندیمشک	محلات
فیروزه	اردستان	گواوه	الیگودرز	چنان
شوشتر	میاندوود	خلیل‌آباد	تاقستان	مراغه
تبران و کرون	ورزان	سلماس	آبیک	فردوس
اشنویه	کلاردشت	پاوه	عباس‌آباد	خمین
بوتان	گندوود	رسوستان	دواندره	سیرجان
قیر و کازرون	دشت آزادگان	سیاهکل	بوقان	گلپایگان
گناباد	سامان	فاریمان	فوجان	روبار
سریاز	دلیجان	همایی	گرمی	خرمدره
کنگاور	ازنا	لارستان	آستانه	ساوه
بانه	زیرکوه	آستارا	درگز	زند
رضوانشهر	فیروزکوه	فیروزکوه	شهرضا	بوقین‌زهرا
مه ولات	آباده	آباده	گدب‌کاووس	مرند
تنگستان	شادگان	اشتهارد	جم	اسلام‌آباد غرب
گچساران	نظر	جهنم	توبیسرکان	عسلویه
زیرین‌دشت	آزان و بیدگل	فراشبند	مروdest	زابل
ملکشاهی	بدره	سلطانیه	رفسنجان	خمینی‌شهر
صفنه	بهبهان	دنا	امش	مشگین‌شهر
صومعه‌سرا	فریدونکنار	دشستان	مبید	کوهدهشت
	شفت	جوین	کنگان	اقبلید
	هوراند	ملکان	محمود‌آباد	جیرفت
	بیله‌سوار	فاروج	پیرانشهر	وارامن
	استیان	خواف	مارکه	سفر
	قص شیرین	نیک شهر	رودسر	رودبار جنوب
	باوی	اسدآباد	جنورد	خلال
	کامیاران	علی‌آباد	پل‌دختر	لنjan
	برخوار	سوادکوه	باخرز	دلان
	جغتای	شووش	نی‌ریز	لدگان
	مریوان	ارdekان	ماکو	

## خوش حساب‌ترین استان‌های ایران

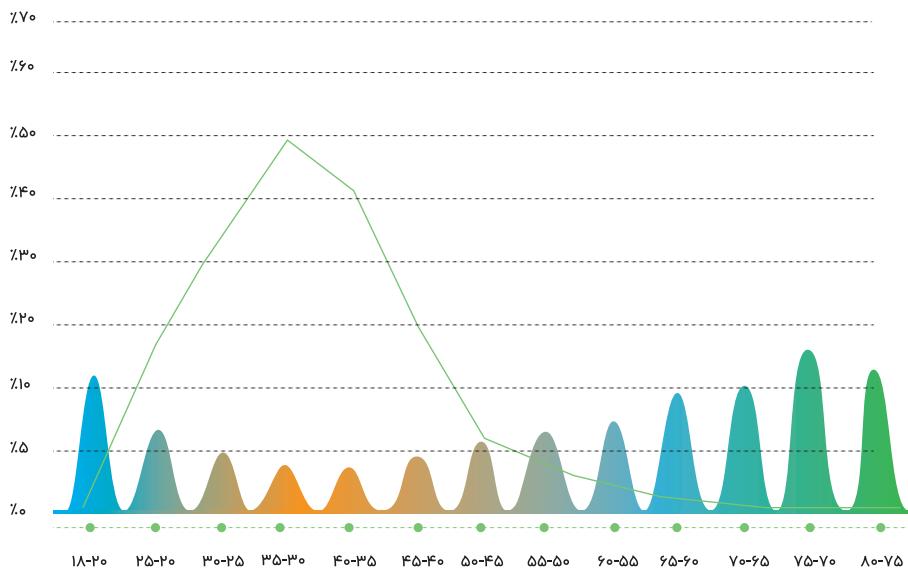
مردم استان‌های قزوین، سیستان و بلوچستان و البرز به ترتیب در رده خوش حساب‌ترین کاربران دیجی‌پی در سرویس خرید اقساطی بوده‌اند. فهرست سایر استان‌های خوش حساب هم در ادامه این گزارش می‌توانید ملاحظه کنید.



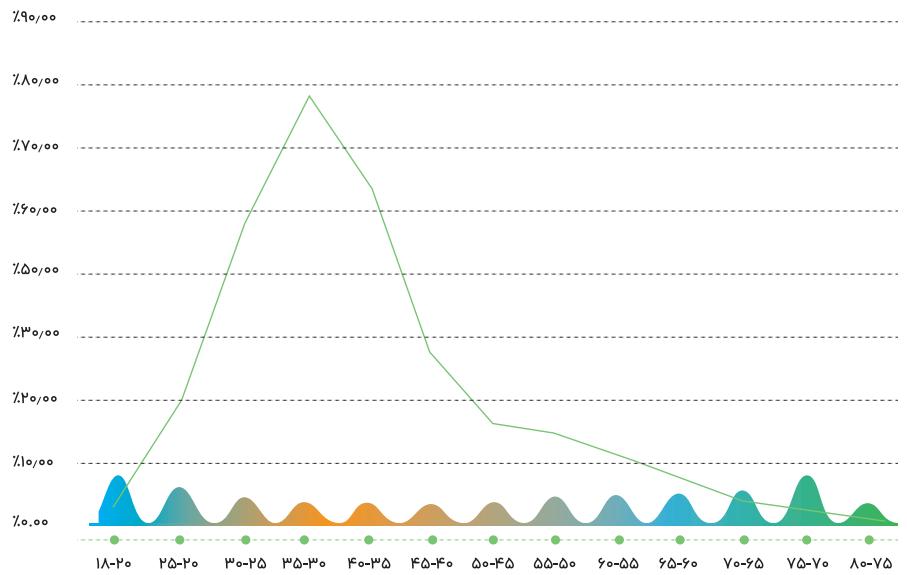
# میان سالان خوش حساب

در تصاویر زیر نمودار خطی مبالغ تسهیلات دریافت شده در بازه‌های سنی مختلف را نشان می‌دهد و نمودار میله‌ای نمایان‌گر میزان عدم بازپرداخت بدھی در سرسیید 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 تأخیر در بازپرداخت را نشان داده‌اند.

نکول در تسویه صورت حساب BNPL براساس بازه سنی

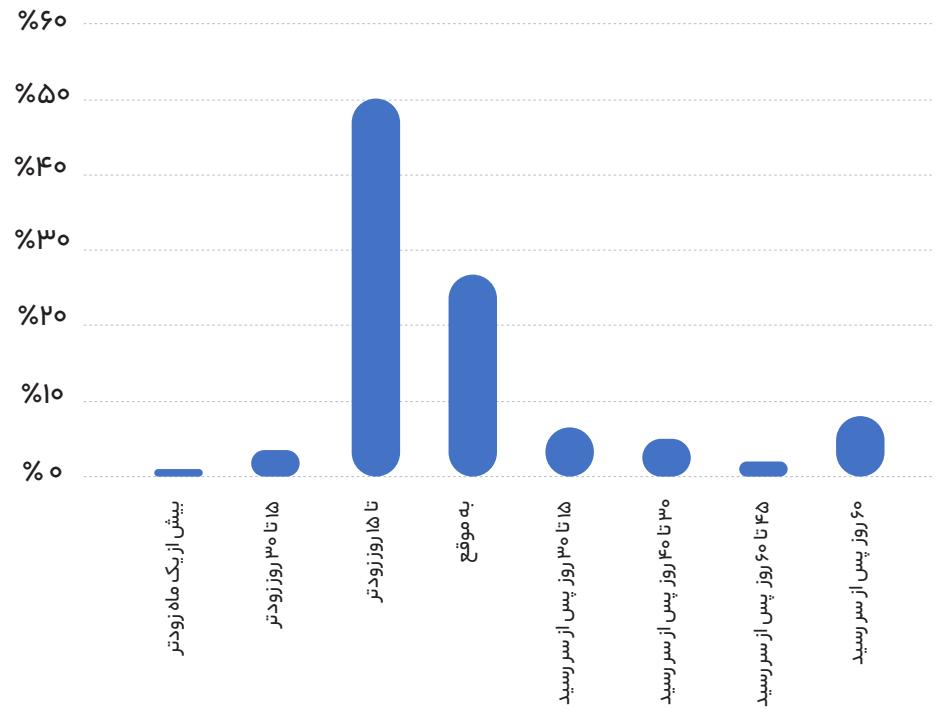
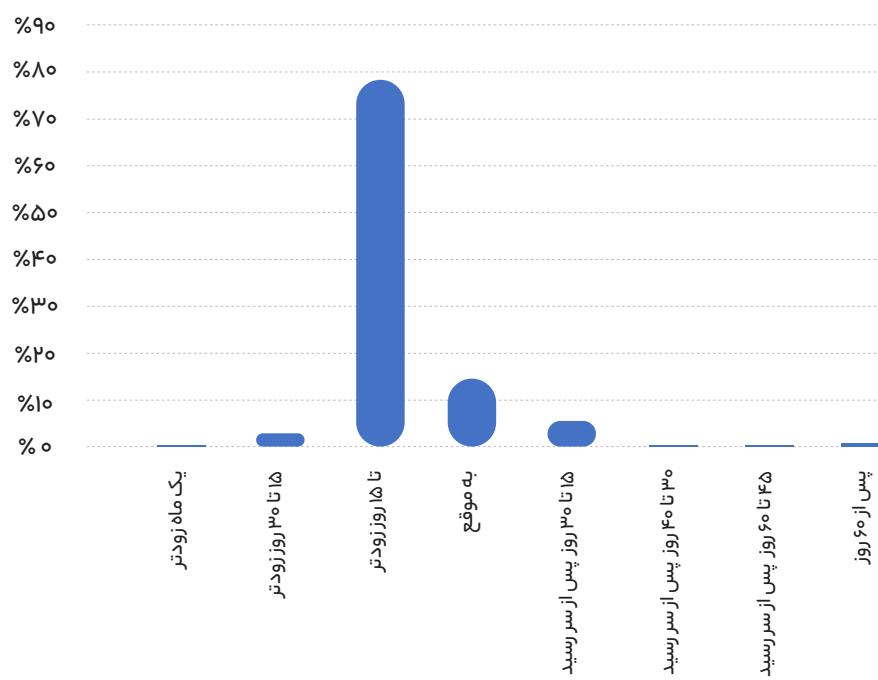


نکول در بازپرداخت اقساط براساس بازه سنی در خرید اقساطی





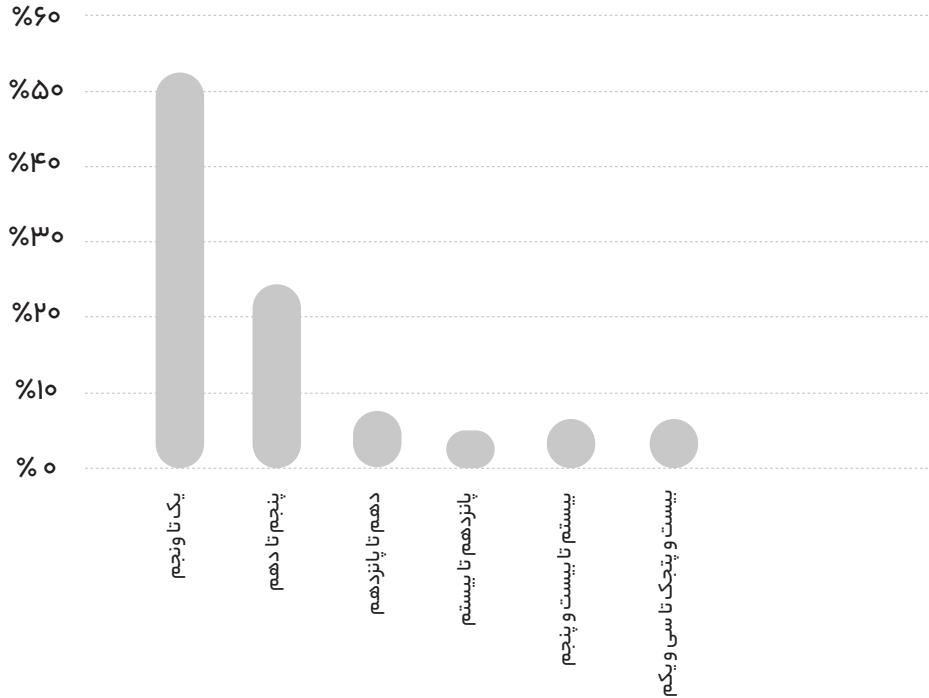
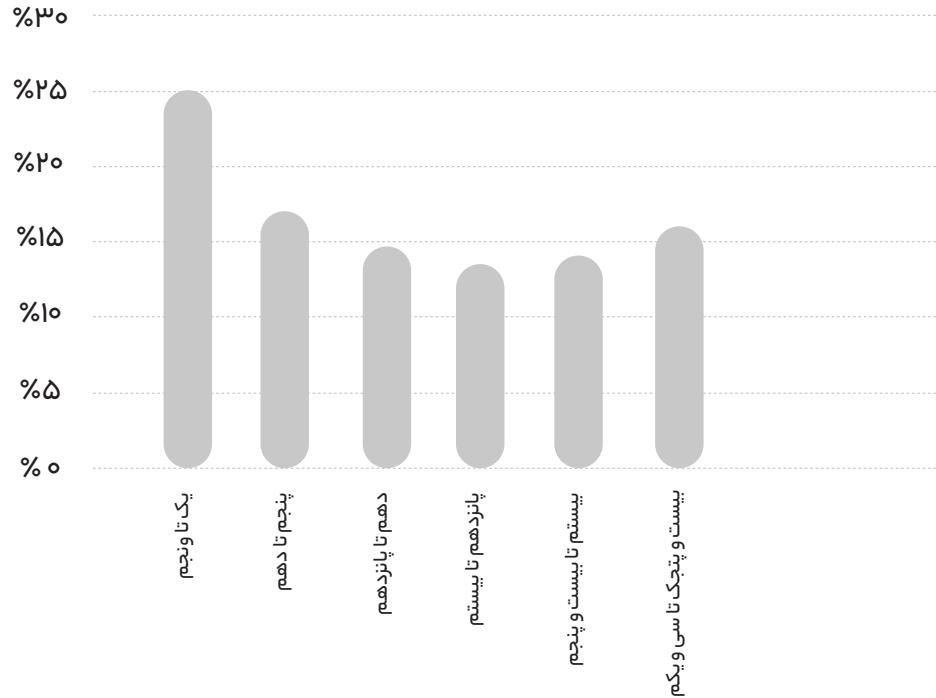
# الگوی رفتار کاربران دیجیپی در پرداخت اقساط



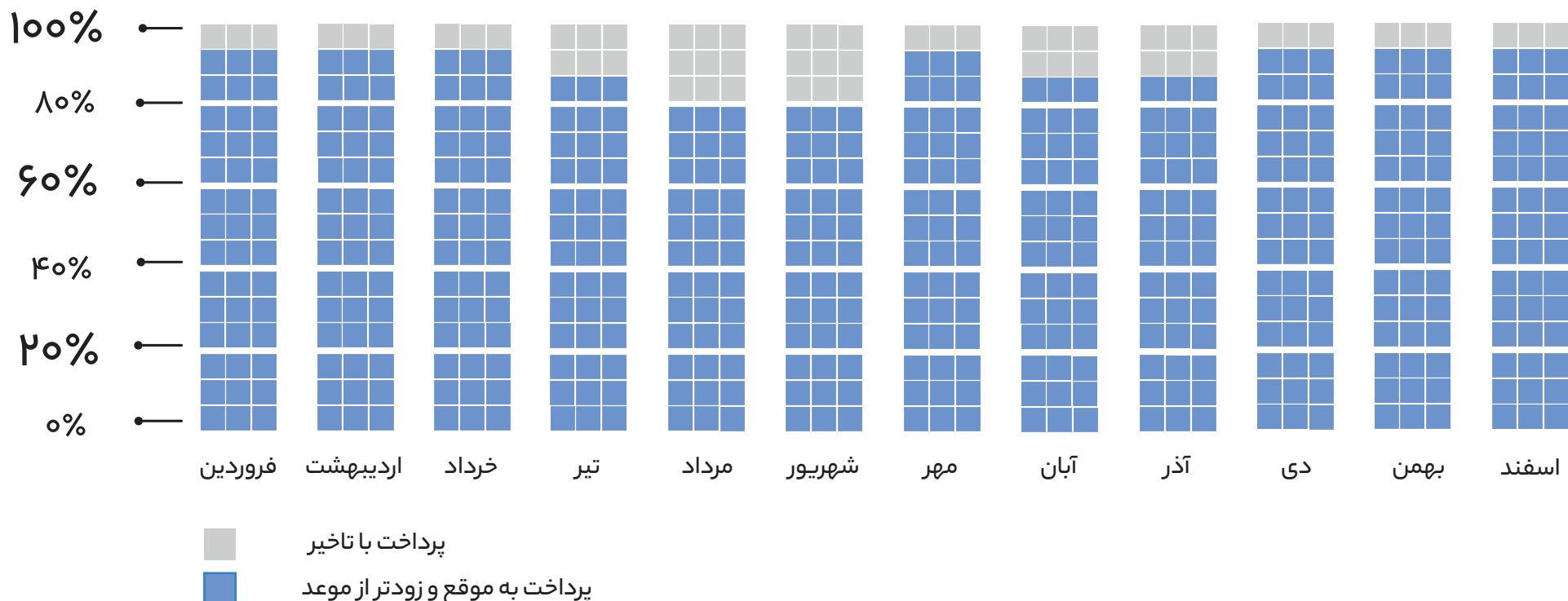
الگوی تسویه صورت حساب در BNPL

الگوی پرداخت اقساط کاربران خرید اقساطی

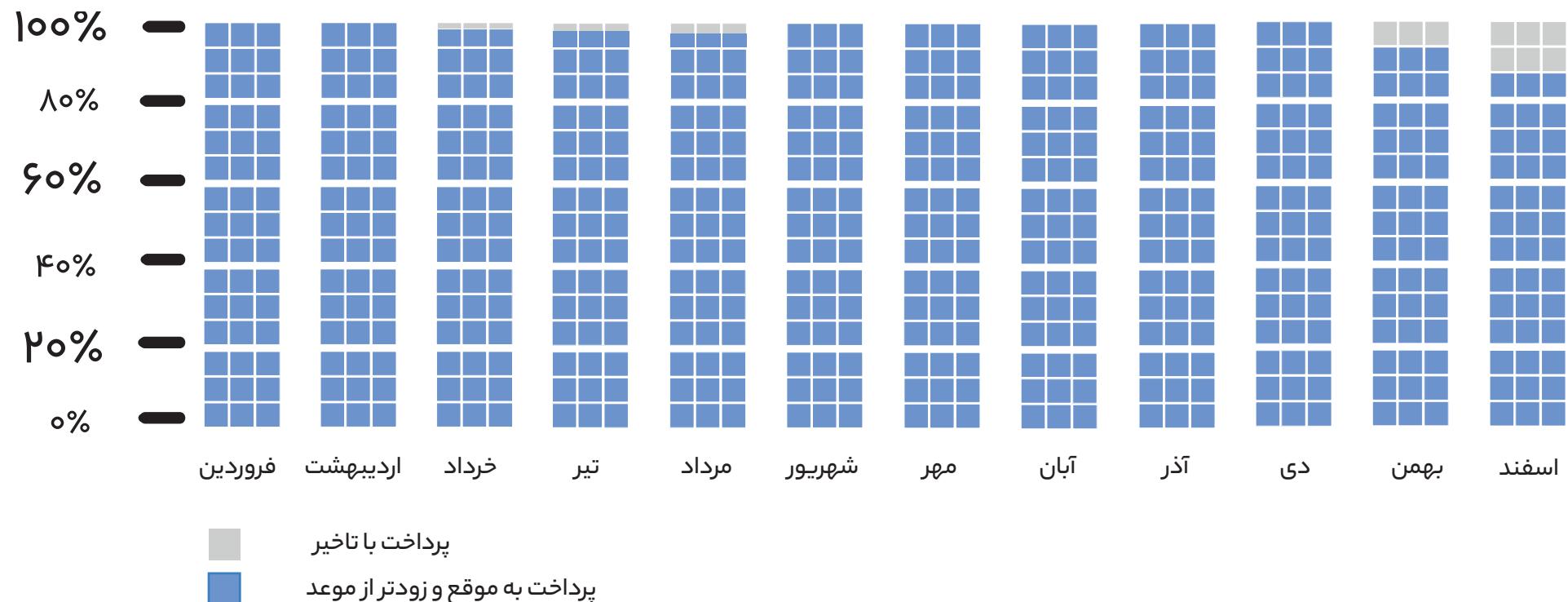
# کاربران بیشتر در چه روزهایی از ماه اقساط خود را پرداخت می‌کنند؟



## نمودار رفتار کاربران خرید اقساطی در بازپرداخت در هر ماه



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

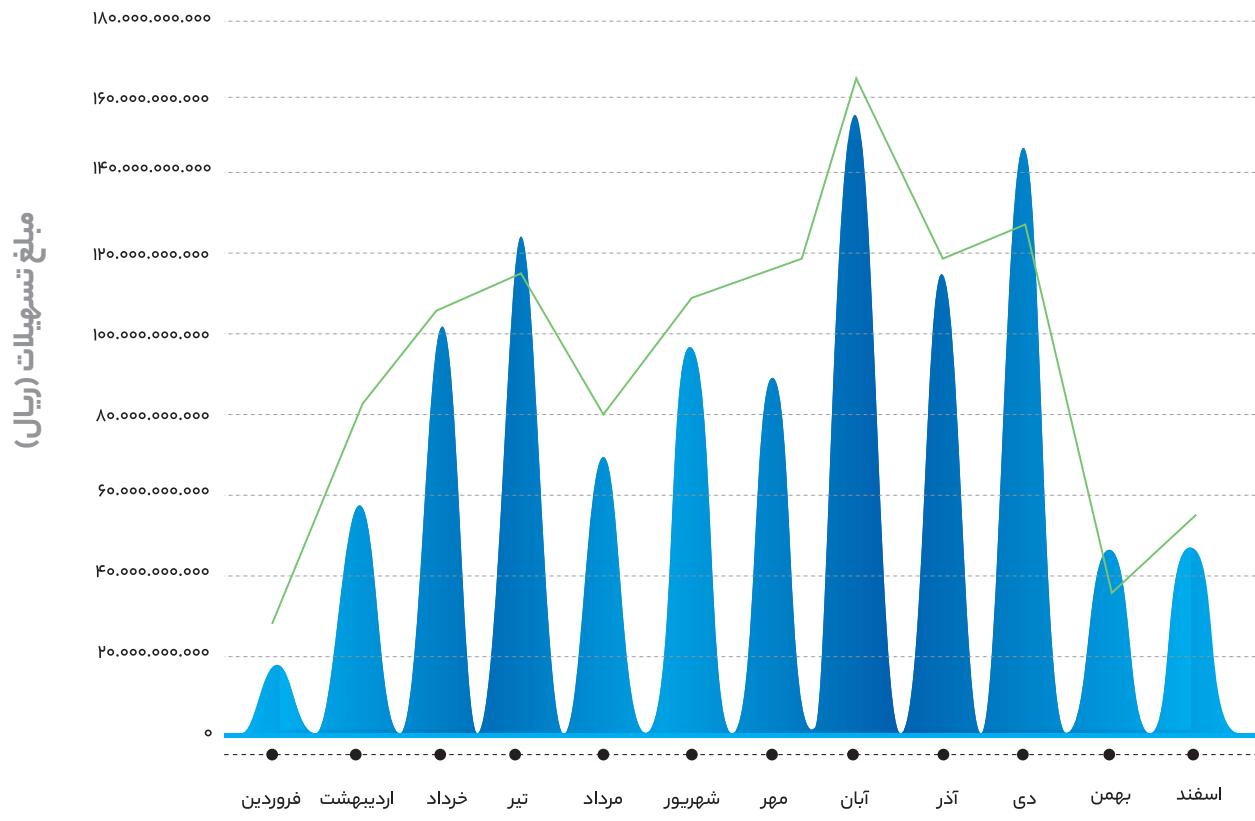


# گزارش سالانه دیجیپی | تامین مالی زنجیره تامین (SCF)

# تامین مالی زنجیره تامین در سالی که گذشت

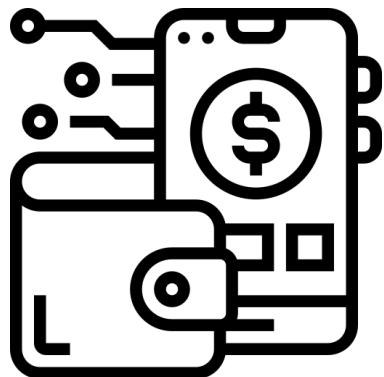
این بنگاه‌های اقتصادی سریع تر به سرمایه در گردش خود دسترسی پیدا و برای تکمیل این زنجیره ارزش توانمندتر عمل کنند. دیجیپی در سال ۱۴۰۵ با تمرکز جدی بر این خدمات، به جامعه بزرگتری از فروشندهان و تامین‌کنندگان دیجیکالا کمک کرد تا سریع‌تر از قبل به سرمایه و درآمد حاصل از فروش خود در مارکت‌پلیس دست پیدا کنند.

**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 بنگاه‌ها 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 فروشندهان و تامین‌کنندگان مارکت‌پلیس‌ها، کمک می‌کند.



# پرداخت الکترونیک

## درگاه یکپارچه پرداخت و کیف پول دیجی‌پی در سالی که گذشت



### ■ کیف پول الکترونیک دیجی‌پی

دیجی‌پی در سال ۱۴۰۵ از نسخه جدید و توسعه یافته کیف پول الکترونیک خود که مزایای بسیاری نسبت به نسخه قبلی داشت رونمایی کرد.

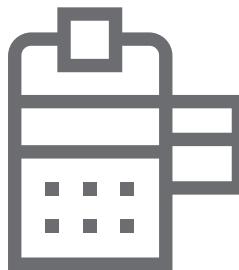
#### ویژگی‌های پیاده شده جدید

- 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 با توجه به سابقه و رتبه KYC کاربر
- امنیت بالا
- همسویی با نظام کارمزد کشور
- ارائه مشوچهای مالی به کاربر و تسهیل رصد تراکنش‌های مالی
- انتقال وجه سریع و ارزان
- کاهش محدودیت‌های واریز و برداشت از کیف پول

درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی (UPG) راهکاری جامع شامل درگاه پرداخت هوشمند (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 ۱۴۰۵ به صورت رسمی معرفی شد.

پیاده‌سازی UPG هم‌زمان با فعال‌کردن انواع شیوه‌های پرداختی در لحظه انجام تراکنش به سرعت و با کمترین تغییرات از سمت پذیرنده انجام و در صورت فعال‌بودن کیف پول واستفاده 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 به صورت 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 با PSP های برتر کشو
- اخذ ترمینال در کمتر از یک روز کاری

# درگاه یکپارچه پرداخت (UPG) و کیف پول

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

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

تعداد تراکنش‌های موفق درگاه یکپارچه  
پرداخت دیجی‌پی  
**۵۲ + میلیون**

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

مبلغ تراکنش‌های موفق واریز به  
کیف پول  
**۴۰۰ + میلیارد تومان**

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

مبلغ کل تراکنش‌های موفق کیف به کیف  
**۹ + میلیارد تومان**

تعداد کل تراکنش‌های موفق کیف به کیف  
**۱۳۱ + هزار**

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

\* نزدیک به ۲۵ درصد از تراکنش‌ها در سال گذشته بر بستر کیف پول انجام شده است.

## گزارش سالانه دیجیپی | تعیین رتبه اعتباری و احراز هویت

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

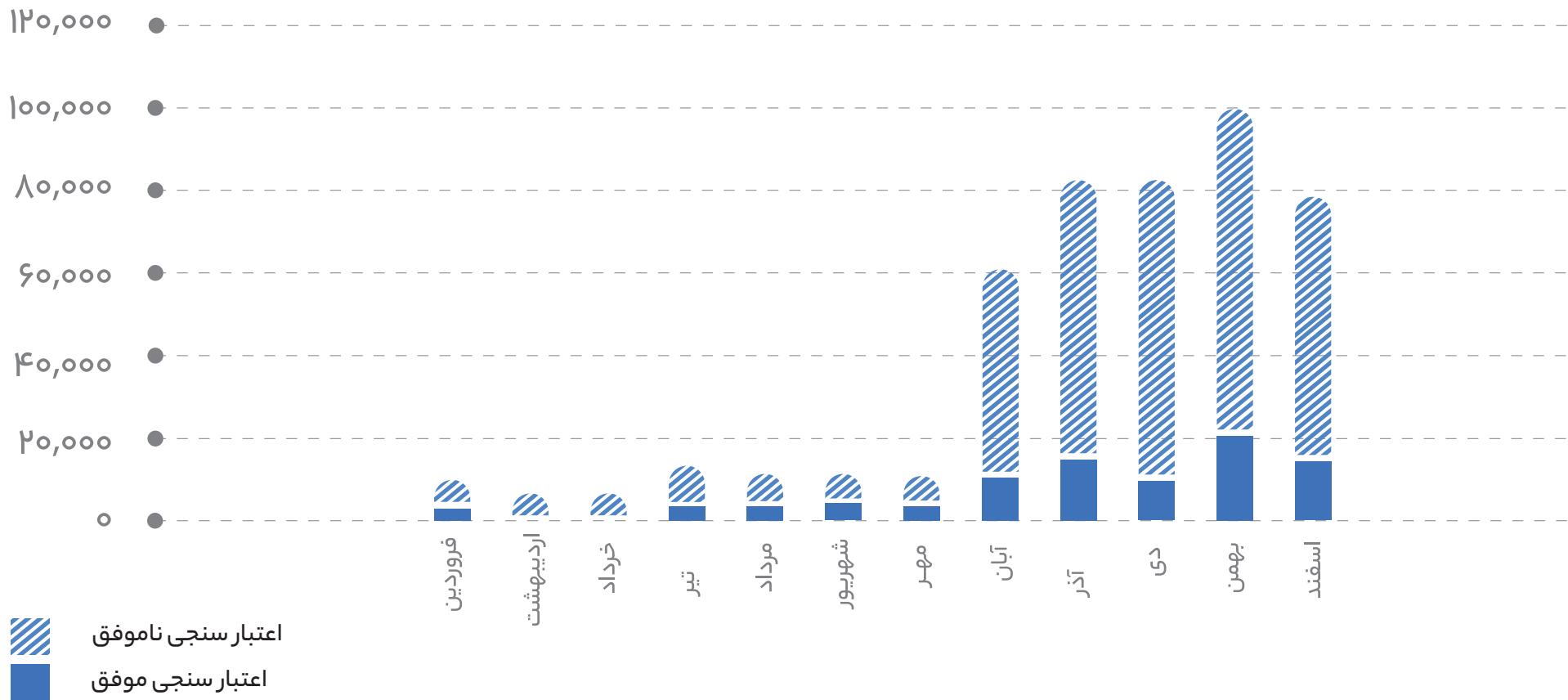
اعتبارسنجی یا تعیین رتبه اعتباری از جمله مراحلی است که کاربران خرید اعتباری و اقساطی برای دریافت تسهیلات باید با موفقیت طی کنند.

۹۰,۳۸۹ کاربر در فرآیند تسهیلات خرید اقساطی

٦١٩، ١١٥ اعتبار سنجی موفق

#### BNPL کاربر در فرآیند تسهیلات ۲۳۰، ۲۵

۴۰ فرایند اعتیارسنجی انجام شده



# گزارش سالانه دیجیپی | مدیریت ثروت و فناوری‌های بیمه

## مدیریت ثروت

کنند. مدیریت ثروت دیجی‌پی نیز مانند سیاست‌گروه دیجی‌کالا سیاست مارکت‌پلیس در حوزه سرمایه‌گذاری را پیش‌گرفته 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.

سرویس مدیریت ثروت دیجی‌پی با هدف امکان سرمایه‌گذاری خرد برای تمامی مشتریان سوپرایلیکیشن دیجی‌پی با همکاری گروه مالی فارابی در شهریور ماه ۱۴۰۵ 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

تعداد درخواست‌های مشاوره

۲۵,۴۷۴

تعداد کاربران

۷۰,۱۶۱

تعداد تراکنش‌های انجام شده

۱۴۹۸۰+

تعداد کاربران سنجش ریسک

۲۹,۰۳۰

تعداد مشاوره‌های سبدگردان

۶۶۷

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 پرزنگ 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 پژوهش موفقی بود که در سال ۱۴۰۵ در خط کسب‌وکاری بیمه پیاده‌سازی و اجرا شدند.

تعداد بیمه‌نامه‌های صادر شده در سال ۱۴۰۵

۱۲۳,۰۶۹

ارزش بیمه‌نامه‌های صادر شده

۶ میلیارد تومان

## فناوری‌های بیمه

دیجی‌پی با هدف خلق ارزش و ایجاد تجربه لذت‌بخش از آسودگی خاطر میان ذی‌نفعان صنعت بیمه در سال ۱۴۰۵ 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 اتفاقاً 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، تقریباً 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.

سردیگر 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

# گزارش سالانه دیجیپی | مرکز عملیات و خدمات مشتریان

## مرکز عملیات

مرکز پشتیبانی و عملیات دیجیپی در سال ۱۴۰۵ با چالش‌های بسیاری دست‌وپنجه نرم کرد. افزایش تعداد درخواست‌گیرندگان اعتبار خرید اقساطی، تعداد 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 یک سال 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 پاسخ‌گویی کاربران عزیز دیجیپی باشیم.

## 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.\*

۲,۳۲۱,۹۵۵

محتوای اکانت‌های رسمی دیجیپی در شبکه‌های اجتماعی: Impression

۹۰۰۰+

تعداد اخبار و محتوای منتشر درباره دیجیپی در رسانه‌ها:



\*میانگین نمره اعطا شده به کاربران پاسخ‌گوی

۱۴.۲

تعداد کل تماس‌های ورودی

۵۰۰+ هزار تماس

تعداد کل چت‌های آنلاین

بیش از ۴۵۰ هزار گفتگوی آنلاین و پیام اینترنتی

میانگین مدت زمان پشت خطی کاربران  
۲ دقیقه و ۱۶ ثانیه

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

## گزارش سالانه دیجیپی | رویدادها و مسئولیت‌های اجتماعی

## آکادمی دیجی‌پی



### 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 می‌شد، حضور یافت و طی روزهای یکم و دوم اسفند ۱۴۰۵، 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.

سال ۱۴۰۵ 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 ۱۴۰۵ 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 بوت‌کمپ و کارگاه‌های آموزشی تخصصی و مهارت‌های رفتاری مرتبط با این حوزه را بر عهده دارد. جمع قابل توجهی از استادان این آکادمی راهنمکاران متخصص و مخبر 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 دوره‌های میان مدت کارآموزی توسعه کسب و کار، دوایس، مهندسی تست، سیستم‌های مالی، برنامه‌نویسی فرانت‌end 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.



## جذب سرمایه از بانک تجارت

در مهر ماه ۱۴۰۵، بانک تجارت با خرید ۲۵ درصد سهام دیجی‌پی، یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های نظام بانکی کشور بر روی یک لندتک را انجام داد. این سرمایه‌گذاری از طریق تکنوتجار特 انجام شد و به دنبال آن تخصیص خطوط اعتباری به کاربران سازمانی محقق خواهد شد. اصلی‌ترین اهداف این سرمایه‌گذاری 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 فرآگیری مالی و دسترسی‌پذیر کردن خدمات مالی برای بخش گستردگتری از کاربران در سراسر کشور، بشمرد.



## رونمایی از همکاری دیجی‌پی و بانک ملت

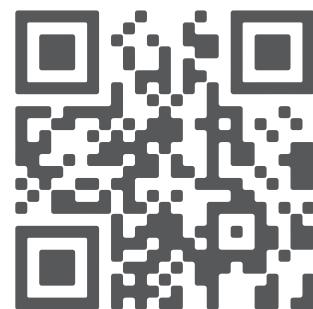
همکاری با بانک ملت از مهم‌ترین اتفاقات در سال گذشته بود که منجر به جذب منابع مالی برای ارائه خدمات اعتباری به کاربران خرد اقساطی شد و ارتباط دیجی‌پی با بدنی بانکی کشور را تزدیک‌تر از گذشته کرد. این طرح با هدف بهره‌گیری از ظرفیت بالای فناوری‌های مالی از قبیل فین‌تک‌ها و لندتک‌ها در اقتصاد کشور انجام شد و با عملیاتی شدن آن، بخشی از اهداف بلند مدت دیجی‌پی برای رشد تجارت الکترونیک و تحول در اقتصاد دیجیتال از طریق تقویت فرآگیری 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 ۱۴۰۵ صورت گرفت.

## رویداد فیناپ با موضوع BNPL

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 اعطای 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.



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 فراغیری مالی، تاریخ یا خاطره» حضور یافت. عمدۀ 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 لنده که برای تاریخ‌سازی در سرنوشت BNPL در فراغیری مالی بود و دیجی‌پی تلاش کرد برخی از مهم‌ترین پیش‌نیازها برای دست‌یابی به یک همکاری موثر میان لنده‌ها 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 «تأمین مالی زنجیره تامین» را با فعالان صنعت لنده ک و فین‌لنک کشور به اشتراک گذاشت.



# سخن پایانی

سومین گزارش عملکرد دیجی‌پی را در پایان سالی که همه ویژگی‌های یک سال پرتنش و پرجالش 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 ۱۴۵ مورد مطالعه قرار داده است.

سال ۱۴۵ با تمام فراز و نشیب‌ها فرصتی بی‌نظیر برای درس گرفتن از بحran‌ها و آموختن روش‌های موثر برای برقراری ارتباط با مخاطبان بود و به ما آموزت که چه‌گونه با به کارگرفتن نهایت توانمندی‌ها و تلاش شبانه‌روزی حتی در شرایط دشوار روزنامه‌ای از امید برای ساختن راهی تازه بیاییم.

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 پشتواهه تخصصی، 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](http://www.mydigipay.com)