



digipay

گزارش سالانه

Annual Report
2023

כיביז

فهرست

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

گزارش عملکرد دیجی پی

۱۴۰۲ — ۱۴۰۱

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، بلکه ما چنین کردیم و چنان شد؛ روشن است که دیجی‌پی از بد و شکل‌گیری، فقط یک هدف داشته است؛ بال‌وپردادن به رویاهای ساده‌سازی و همگانی کردن دسترسی به خدمات و منابع مالی.

حالا در چهارمین قارمان با شما می‌خواهیم ببینیم زندگی مالی با دیجی‌پی در سالی که گذشت چطور بوده است، روایی 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 قضایت نهایی اینکه چقدر در این توانمندسازی موفق بوده‌ایم، با شمامست؛ 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، به ویژه 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 ورق بازی‌های بی‌پایان باشد. حالا پس از ۵ سال از شروع فعالیت‌مان، همچنان با تمرکز بر تسهیل زندگی مالی تمام اقساط 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 فین‌تك ایران

هومن امینی، بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی‌پی

به جرات هیچ وقت 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 دسترسی‌پذیر 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 بدنی بانک‌ها در فرایندهای تسهیلات‌یاری، ضمن خلق تجربه‌ای روان و بهتر برای کاربران دیجی‌پی، اهمیت دیجیتالی شدن فرایندهای مالی را به تمام اکوسیستم فین‌تك کشور گوشزد کنیم و با پیمودن مسیری که در ابتدا بسیار دشوار جلوه می‌کرد، مشوّقی برای همه بازیگران و فعالان صنعت فین‌تك و لندتك کشور باشیم.

صنعت فناوری‌های مالی در دنیا و به‌ویژه در منطقه‌منا با سرعت زیادی در حال رشد است. این اتفاق جهانی به این معناست که با همه شکوفایی‌ها و موفقیت‌هایی که صنعت فین‌تك 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 فین‌تكی 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 بدھیم تا گره‌های اقتصادی افراد بیشتری از جامعه را باز کنیم. در شرایط اقتصادی فعلی کشور که توان مالی مردم کم است، فین‌تكها و لندتكها 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 پر فرازونشیبی 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 قابل توجهی 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.

بی‌شك در سال پیش رو برنامه‌های گسترده‌تری برای ساماندهی و به بلوغ رساندن محصولات پیشین و ورود به بازارهای جدید حوزه فین‌تک تدوین کردۀ‌ایم تا بتوانیم با شناسایی کاستی‌ها و مشکلات و تقویت نقاط قوّتمن، 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، خلاً یا ضعف قوانین و مقررات مناسب 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 ناممیدی و دلسربدی بکشاند. اما پیش از آنکه به مرحله دلسربدی 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 مناسب 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 دگرگون شده 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 کاربرانش را تشنگی نیازهای جدیدی کرده است و روز به روز هم این نیازها را دستخوش دگرگونی‌های پیچیده‌ای می‌کند، تمکزمان 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 اقساط 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 اقساط 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 فین‌تک در سال ۲۰۲۳

سال ۲۰۲۳ برای فناوری‌های مالی، سالی معمولی نبود؛ با کاهش سرمایه‌گذاری‌ها، ارزش‌گذاری‌ها و تعدیل گستردگی نیروها، شاهد اصلاحاتی در این صنعت بودیم. اما، هیچ کدام از این اتفاقات به معنی پیان رشد در این صنعت نبود؛ بلکه آنچه در سال گذشته برای صنعت فین‌تک 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 فین‌تک حالا با مواجهه با واقعیت‌ها، اولویت‌های خود را بر روی رشد و سودآوری پایدار متمرکز کرده است.

فعالیت‌های معاملاتی فین‌تک جهانی

ادغام‌ها و اکتساب‌ها

شرکت‌های خصوصی مالی

عرضه‌های اولیه سهام

۱۰۹ \$

۷۶

۲۰۱۶

۱۲۴ \$

۲۰۱۷

۹۱

۲۰۱۸

۱۳۰

۲۰۱۹

۲۳۵

۲۰۲۰

۲۴۵

۲۰۲۱

۲۴۵

۲۰۲۲

۱۳۵

۲۰۲۳

۵۲۸ \$

۸۹

۲۰۲۳

۱۴۹

۲۰۲۳

۱۷

۲۰۲۳

۱۴۹

۲۰۲۳

۱۵۶ \$

۱۰۱

۲۰۲۳

درست است که شاید تجربه‌های سال ۲۰۲۳ صنعت فین‌تک چندان خوشایند نبودند، اما وقتی به حجم معاملات نگاه می‌اندازیم، شاهد تزریق ۱۵۶ میلیارد دلار بودجه به صنعت فین‌تک هستیم. اگر بخواهیم اتفاقات و چالش‌های ۱۲ تا ۱۸ ماه اخیر فین‌تک 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 آماده‌ی فصل بعدی سودآوری و رشد این صنعت هستند.

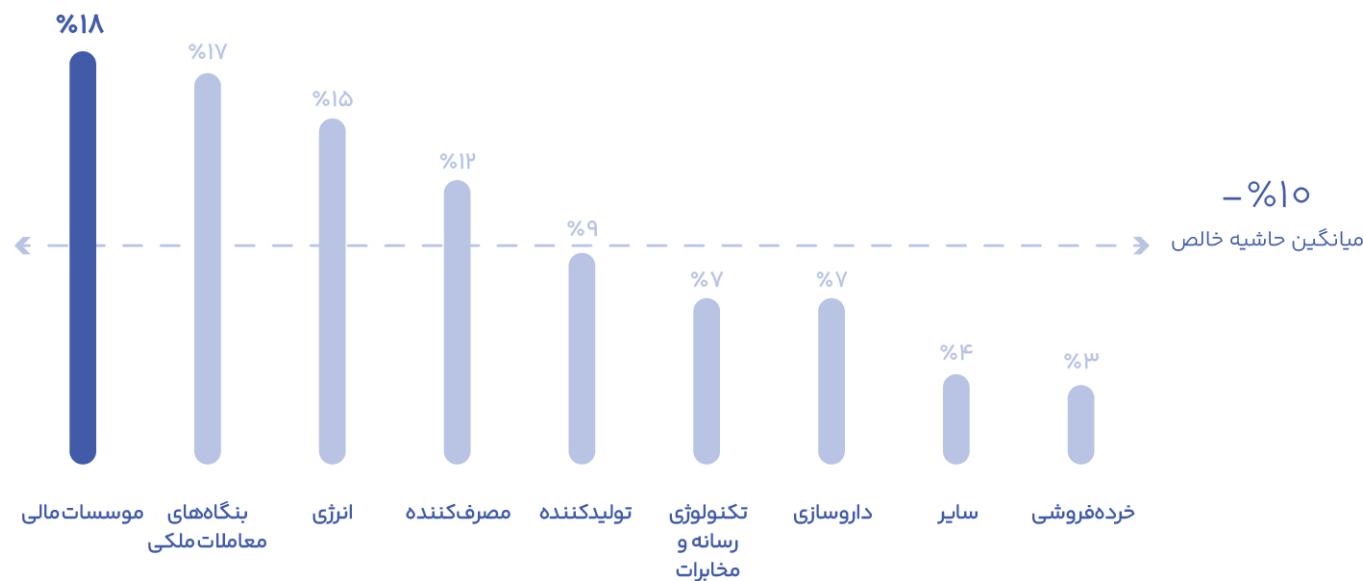
قدرت اصلی صنعت فین‌تک در سلطه بر کل بازارهای مالی که از بزرگ‌ترین و سودآورترین بخش‌های اقتصاد جهانی است، دیده شده است. براساس تحلیل‌های گروه مشاوره بوستون، خدمات مالی ۱۲,۵ تریلیون دلار درآمد تجمعی دارد و برآوردها نشان می‌دهد ۲,۳ تریلیون دلار سود خالص در پی دارد. این حجم یکی از بیشترین حاشیه سودها در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

افتب پارتнерز

گزارش سالانه دیجی‌پی | ۱۴۰۲

خدمات مالی یکی از سودآورترین بخش‌های اقتصاد جهانی

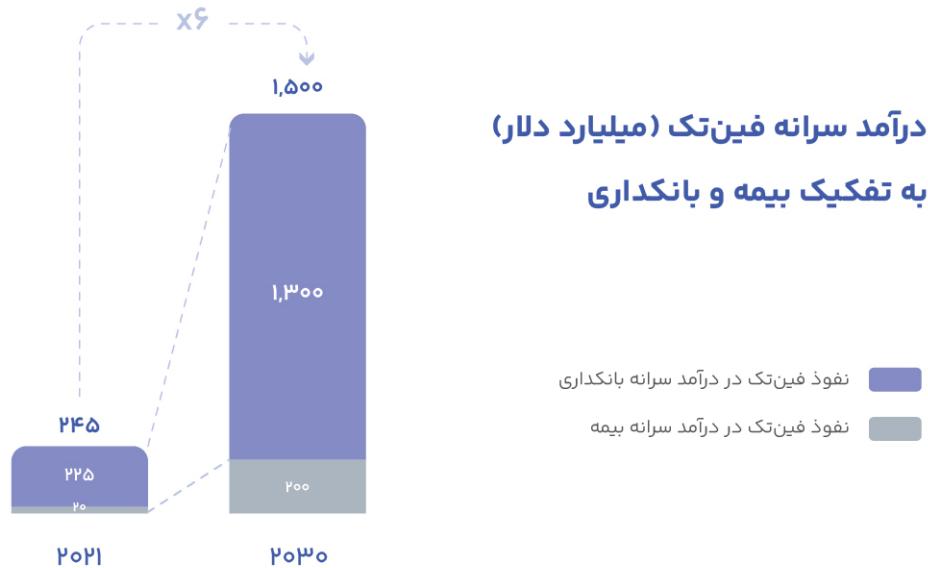
حاشیه سود خالص (%) بر حسب صنعت، در مقایس جهانی



بازنمایی آینده بازارهای مالی، بی‌سی‌جی و کیوای‌دی، می ۲۰۲۳

گزارش سالانه دیجی پی | ۱۶

دیجی پی

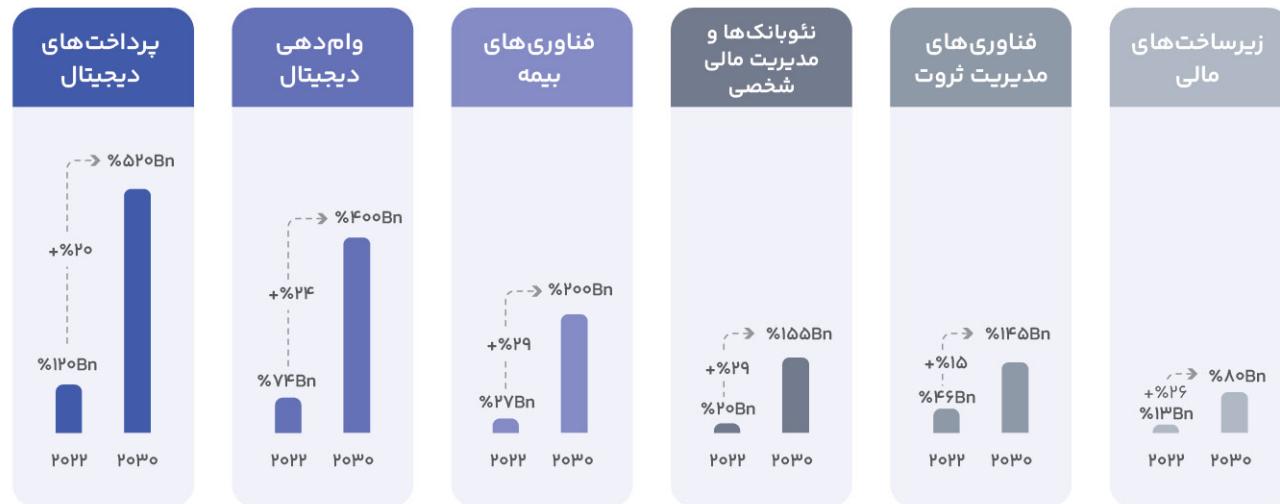


صنعت خدمات مالی با درآمد تجمیعی ۱۲,۵ تریلیون دلاری، طی یک دهه‌ی آینده گسترش چشمگیری را شاهد خواهد بود. طبق پیش‌بینی‌های گروه مشاوره بوسټون، تا سال ۲۰۳۰ انتظار می‌رود درآمد سرانه بانکداری فین‌تک و بیمه به ۲۱,۹ تریلیون دلار برسد و این یعنی نرخ رشد مرکب سالانه‌ی ۶ درصدی. با همه‌این‌ها انتظار می‌رود که درآمد سالانه‌ی فین‌تک 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 فین‌تک 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 فین‌تک 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 عمدترين بخش فينتك مربوط به پرداختها و تخصيص وامهای ديجيتال بوده است؛ اما سريعترین رشد به بخشهای نوين بانکداری، فناوريهای بيمه و زيرساختهای مالي داشته است.

پرداختها تا سال ۲۰۳۰ همچنان بزرگترین بخش فينتك هستند



روندهای سرمایه‌گذاری فین‌تک ۲۰۲۳

بودجه و معاملات سالانه

سال	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳
بودجه	\$ ۱۴۸/۸ B	\$ ۵۰/۴ B	\$ ۱۱۴۰/۸ B	\$ ۷۸/۶ B	\$ ۳۹/۲ B
معاملات	۳/۹۹۸	۱۴/۰۶۹	۶/۱۷۲	۶/۱۰۸	۳/۸۰۱

تراز سالانه بودجه و معاملات



CB Insights Fintech Report, ۲۰۲۳, by CBINSIGHTS.



CB Insights Fintech Report, ۲۰۲۳, by CBINSIGHTS.

روندهای جهانی صنعت فین‌تک در سال ۲۰۲۴

آمیختن فین‌تک و ای‌کامرس

کریپتو همچنان زنده است

مدیریت مالی شخصی
از بین نرفته است

سرمایه‌گذاران همچنان B2B
را به B2C ترجیح می‌دهند

مهماز شدن
احراز هویت دیجیتال

ظهور راهکارهای پیشنهادی
نسل جدید مدیریت ثروت

بازنگری بازارهای سرمایه

تمرکز فین‌تک بر
پسانداز بازنیستگی

بازترکیب خدمات فین‌تک
شرکت‌های کوچک و
متوسط و مصرف‌کننده

دیجیتالی کردن و اتوماسیون
دفتر مدیریت ارشد مالی

مهاجرت به نسل دوم
فناوری‌های بیمه

اتصال ای‌پی‌آی‌های مالی و داده‌های فهرست پرداخت
برای شرکت‌های کوچک و متوسط

فین‌تک در منطقه MENA

صنعت فین‌تک 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 فین‌تک در آغاز راه کشف پتانسیل‌های خود است؛ بازاری که در پنج سال آینده ارزشی بیش از ۳۲۴ میلیارد دلار خواهد داشت.

فین‌تک در خاورمیانه و آفریقا (منطقه MENA) هم از این قاعده مستثنی نیست؛ در طول پنج سال گذشته، این منطقه همواره سهم عمداتی از تمام سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر را جذب کرده است و تقریباً ۶ میلیارد دلار در ۱۱۸۱ استارت‌اپ فین‌تکی منطقه سرمایه‌گذاری شده است. رشد سریع صنعت فین‌تک در منطقه MENA از تعداد معاملات بزرگ آن از جمله معامله ۱,۸ میلیارد دلاری فاوری، سرمایه‌گذاری ۲۰۵ میلیارد دلاری تابی و معاملات ۱۷۰ میلیارد دلاری فلاترویو مشهود است.

از سال ۲۰۱۸ شاهد نفوذ فین‌تک 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. فین‌تک 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 ۵,۲ میلیارد دلار رسید. در همین دوران، سیاست‌گذاران کشورهای حاشیه خلیج‌فارس، فین‌تک 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 ۱۳۰٪ 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 «الآن بخر، بعده پرداخت کن» ارائه کرده است، سبب رشد محبوبیت آن در کشورهای حاشیه خلیج‌فارس شده است. برای مثال بازار سرویس «الآن بخر، بعده پرداخت کن» در عربستان رشد خیره‌کننده‌ای داشته است و از ۷۶۰۰۰ کاربر در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱۵ 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 این حال، کشورهای منطقه MENA امکانات منحصر‌به‌فردی هم برای رشد رقابتی در بازار فین‌تک دارند.

جمعیت پویا

جمعیت این منطقه بیش از ۱,۷ 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.

تفاضای 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 زمان بر 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.

ترند های 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 بدھی تا وام‌دهی خودکار فراهم کرده است.
- تکنیک‌های ارتقای حریم شخصی به نگرانی‌های قانونی و امنیتی سایبری پاسخ می‌دهند و از ویژگی‌های محترمانگی 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 توزیع شده و غیر مرکز 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 سه‌ماهه سوم



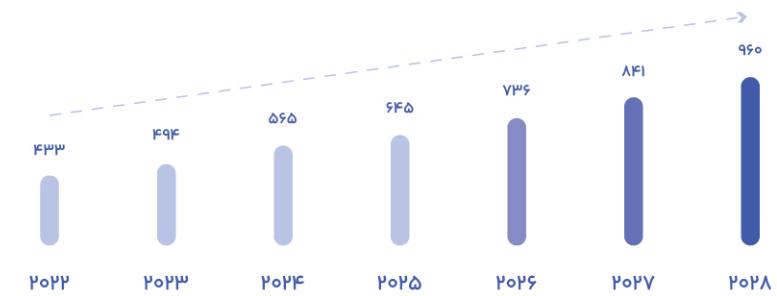
الان بخر، بعدا پرداخت کن: پدیده‌ای جهانی

در حالی که ظهور سرویس «الان بخر، بعدا پرداخت کن» به دهه ۱۸۴۰ بر می‌گردد، اما یکی از راه حل‌های 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 فناورانه 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 ۱۴۳۳ 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)



BNPL in GCC Report, ۲۰۲۷, by Tamara & Retail Leaders Circle.

وضعیت اقتصاد دیجیتال ایران

چالش‌های اقتصاد دیجیتال ایران

اقتصاد دیجیتال محرك 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 بخشنی از مشکلات اقتصادی ایران نه یک انتخاب، بلکه یک الزام است. از این‌رو راهکارهایی مانند تلاش برای مقابله با مهاجرت کارشناسان حوزه‌ی فناوری اطلاعات، کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت به کسب‌وکارهای فعال در اقتصاد دیجیتال، تغییر سیاست‌گذاری‌ها و سرمایه‌گذاری جامع در این حوزه پیشنهاد می‌شود؛ اما در حال حاضر، متاسفانه اقتصاد دیجیتال در ایران با چالش‌های متعددی روبروست:

- عدم حضور سرمایه‌گذاران خارجی به علت تحریم‌ها
- ریسک بالای سرمایه‌گذاری در اقتصاد دیجیتال در مقایسه با دیگر بازارهای مالی
- مهراجرت 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٪ درصد در سال ۱۳۹۱، به ۶٪ درصد در سال ۱۳۹۸ رسیده و در طول سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۳۹۱ همواره ارزش کل اقتصاد دیجیتال کشور روند افزایشی داشته است. آمارهای در دسترس بعدی در این باره اظهارات معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانشبنیان 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 ۳۵ میلیارد دلار از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده، می‌تواند دست کم به حدود ۲٪ برابر میزان فعلی یعنی 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 فین‌تک

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

مبلغ تراکنش‌های کارت اعتباری در سال گذشته، بالغ بر ۹۳۶ هزار میلیارد ریال بوده است که برای کل سال، ۱۰۲۴ 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 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 هزار میلیارد ریال افزایش پیدا کند.

در مقایسه، اندازه بازار جهانی فین‌تک در سال ۲۰۲۳، طبق داده‌های بانک مرکزی، ۱۶۵ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده است که نشان‌دهنده تفاوت گسترده بین فعالیت مالی ایران و صنعت جهانی فین‌تک 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 به گسترش اعتبار در اقتصاد داخلی و مقیاس قابل توجه تحولات جهانی فین‌تک تأکید دارد.

تسهیلات خرد اعطایی (تسهیلات زیر ۳۰۰۰ میلیون ریال-هزار میلیارد ریال)				
سال	کارت اعتباری	تسهیلات	کل	
۱۴۰۲	۹۳۶/۸	۱۱۵۷۱/۲	۱۲۵۰۸/۰	
اعتبارات	۱۴۷۹۴۸/۰			
پیش‌بینی تا پایان سال ۱۴۰۲				
سال	کارت اعتباری	تسهیلات	کل	
۱۴۰۲	۱۰۲۴/۰	۱۲۶۲۳/۱	۱۳۶۴۵/۱	
اعتبارات	۱۴۷۹۴۸/۰			

اندازه بازار جهانی فین‌تک (میلیارد دلار)		
سال	اندازه بازار	
۲۰۲۳	۱۶۵/۱۷	

دیجی‌پی
در یک نگاه

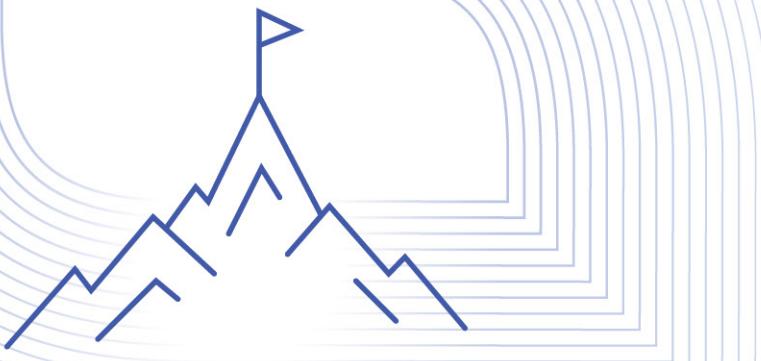


۳۶۵ روز پر مخاطره

سال گذشته برای دیجی‌پی سال پرفشاری بود؛ با کاهش قدرت خرید اقشار گوناگون جامعه، اهمیت نقش آفرینی مان در حوزه‌ی لندک 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 زودهنگام 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 گستردگی اینترنت در سال ۱۴۰۱ همچنان همراه مان 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 می‌شد گفت اجرایی کردن اولین کمپین محیطی‌مان در فصل زمستان از جذاب‌ترین و چالش‌ترین 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 ۱۴۵ 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 تمکز 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 بر جسته نبودن ارزش پیشنهادی محصول که همان «خرید اعتمادی آنلاین» بود، انتقاداتی شد. درست است که امروز خرید اعتمادی آنلاین پررنگ‌ترین بُعد کسب‌وکار دیجی‌پی است اما ما قصدمان در این مرحله، پرداختن به ماموریت اصلی دیجی‌پی بود؛ دیجی‌پی فراتر از خرید اعتمادی است، مادر تمام موقعیت‌های زندگی که «پی چیزی هستید» می‌توانیم همراحتان باشیم.

در واقع در شرایط اقتصادی کنونی، خرید اعتمادی 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 به شمار می‌آید.

از آنجایی که پیام این کمپین که برآمده از استراتژی‌های ارتی برند است، در آینده نیز برای ارتباطات برند شاهد انواع دگرگون شده‌ی آن خواهد بود.

دیجی‌پی فراتر از خرید اعتمادی است، ما در تمام موقعیت‌های زندگی که «پی چیزی هستید» می‌توانیم همراحتان 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 قسمته

۱۴۰۲

مرداد

۱۴۰۲

تیر

۱۴۰۲

خرداد

تخصیص ۵ همت وام خرید

۱۴۰۲

دی

- امضا تفاهم‌نامه بانک صادرات
- ثبت رکورد فروش روزانه ۳۷ میلیاردی در سرویس خرید اعتباری
- افزایش ۳۰۰ % کاربران سرویس خرید اعتباری
- افتتاح اولین شعبه اختصاصی ثبت‌نام حضوری در استان تهران

۱۴۰۲

آذر

- امضا 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 بیمه 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

سرвис 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



الآن بخر بعداً پرداخت کن!



کاربران چه قدر خدمات دیجیپی را به دیگران توصیه می‌کنند؟

سرویس وام خرید کالا

%۶۱

سرویس خرید اعتباری
(alan bix, buda perdaxt kon)

%۷۱

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



بیمه تجهیزات الکترونیک

- سرعت بالای پرداختی‌ها
- پوشش کامل خسارات

▪ وضوح دستورالعمل‌های استفاده از بیمه
▪ فرآیند شفاف و آسان جبران خسارات

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



سوپر اپلیکیشن



بعدا پرداخت کن
الآن بخر

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

دېجىپى
در سالى كه 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 اقساطی گوناگون جامعه برای تهیه آنچه قصد پرداخت یکباره هزینه‌ی آن را ندارند، است. قطعاً این سرویس با رکورد سالانه‌ی ۱۴,۲ همت اعتبار تخصیص داده شده و نرخ خالص ترویج ۶۰,۷۱ درصدی، اصلی‌ترین سکوهای دیجی‌پی برای تحقق رویاهای کاربرانش است.

تخصیص وام‌های خرد به بیش از
۳۰۰ هزار کاربر
در سال گذشته

دیجی‌پی به عنوان 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 خواهد 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 ۱۵، ۲۰، ۳۵، ۴۵ و ۵۰ میلیون تومانی را دریافت کنند.

در سال ۱۴۰۲، طرح‌های ۷۵ و ۱۰۰ میلیون تومانی وام را به‌طور محدود به برخی اقساط جامعه هدفمنان 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.

برای کاربرانی که به هر دلیلی مانند اشکال در بارگذاری مدارک، ثبت‌نام با فرایند آنلاین برایشان دشوار است،^۳ شعبه ثبت‌نام حضوری در تهران و یک شعبه در استان البرز را تجهیز کردیم تا با راهنمایی مشاوران، سریع‌تر و بی‌خطا مسیر دریافت وام خود را طی کنند.

در حال حاضر دارندگان وام دیجی‌پی می‌توانند 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 دقیق‌تری به دستاوردهای یک‌سال گذشته ی سرویس وام خرید کالای دیجی‌پی پرداخته‌ایم.





کوتاه‌ترین زمان تخصیص وام به کاربران ۷۳ دقیقه

هم افزایی 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 اشاره 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 به خاطر 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.

طرح‌های مختلف وام دیجی‌پی

۵۰ میلیون تومان

۷۵ میلیون تومان

۱۰۰ میلیون تومان

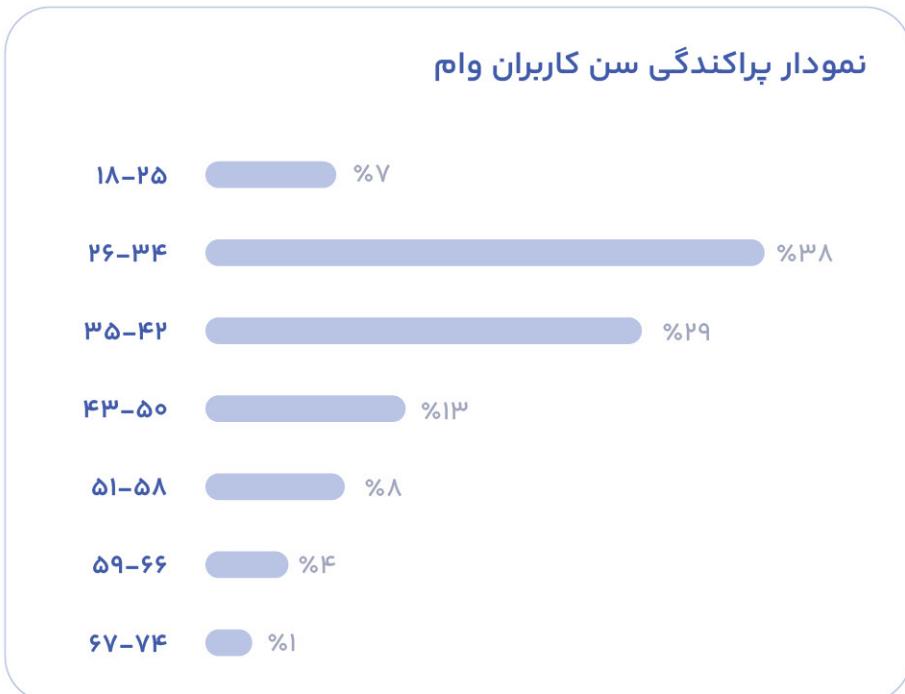
۱۰ میلیون تومان

۳۵ میلیون تومان

وام‌های دیجی‌پی با اقساط ۶، ۹، ۱۲ و ۱۵ ماهه به کاربران اعطا می‌شود.

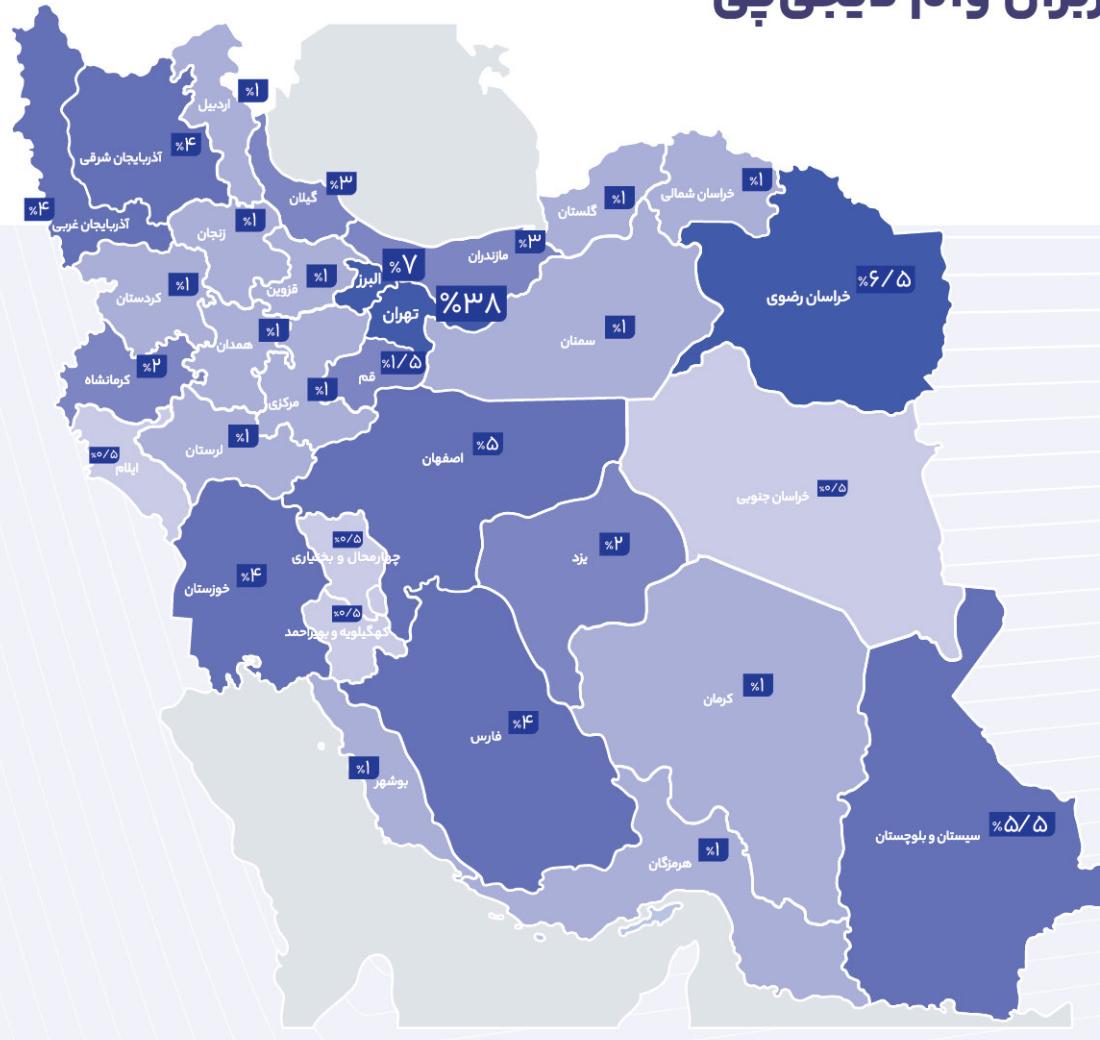
پرطرفدارترین طرح وام دیجی‌پی
در سال گذشته

بازه سنی و طبقه‌بندی جنسیتی کاربران وام دیجی‌پی



* 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



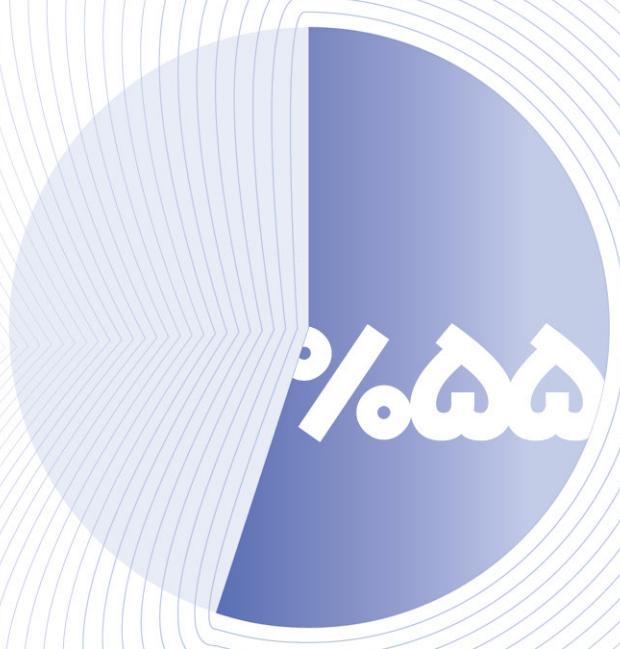
ساختار اعتبارسنجی برای دریافت وام دیجیپی

از آنجایی که وام دیجیپی بدون نیاز به معرفی ضامن است، سنجش اعتبار متقارضیان طی فرایند دو مرحله‌ای با کمک سامانه‌ی 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 برایند رفتار مالی متقارضیان 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 به متقارضیان پیشنهاد می‌دهد و در صورتی‌که متقارضیان 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 دیجی پی را صرف خرید چه کالاهایی کردند؟

پر طرفدارترین دسته محصولات

تجهیزات الکترونیک



کالای سوپرمارکتی



زیورآلات



لوازم خانگی برقی

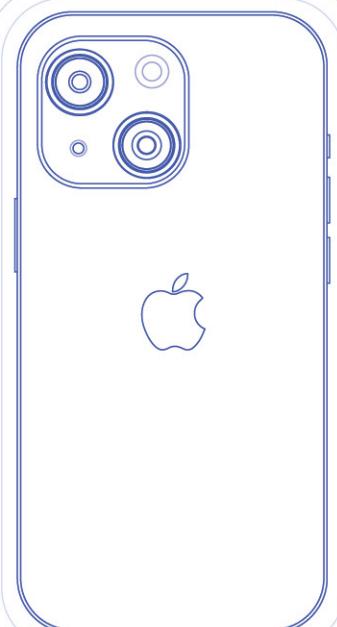


آرایشی و بهداشتی



محبوب‌ترین کالای خریداری شده

گوشی موبایل آیفون ۱۳



عجب‌ترین محصولات

- بادکنک
- صابون گلنار
- سوزن سیمکارت
- غذای فنج



۱۲ + میلیون کالا

با وام دیجی‌پی

تعداد کل محصولات خریداری شده



بیش از ۱۷۰۰ پدر و مادر برای نوزادشان پوشک خریدند



بیش از ۱۴۲۰۰ گیمر PS5 خریدند



بیش از ۵۴۰۰ ابزار جدید به دست آدم فنی رسید



بیش از ۹۵۰۰ کالای جهیزیه فروخته شد



بیش از ۱۷۰۰ دانشجو و کارمند لپ‌تاپ جدید خریدند

خوشحساب‌ترین کاربران وام دیجی‌پی

ترنده نظم بازپرداخت اقساط

یک ماه زودتر



۱۶ تا ۳۰ روز زودتر



۱ تا ۱۵ روز زودتر



به موقع



۱ تا ۱۵ روز پس از سررسید



۱۶ تا ۳۰ روز پس از سررسید



پس از ۳۰ روز



خوشحساب‌ترین کاربران اهل کدام استان‌ها هستند؟

تهران، البرز، خراسان رضوی، آذربایجان غربی و خوزستان

کاربران خوشحساب

۶۹ % آقایان ♂

۳۱ % خانم‌ها ♀

پردرخواست‌ترین روز سال

۳ آذر بلك فرایدی

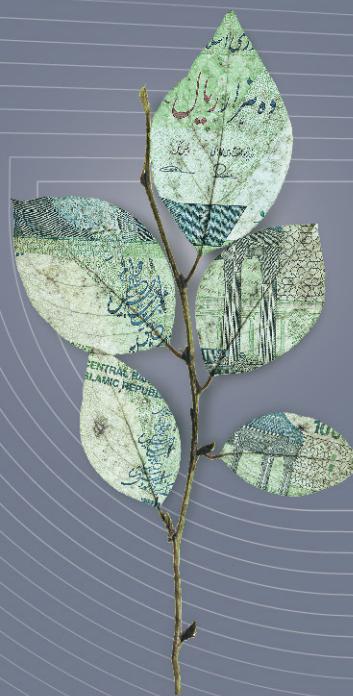
۱۸۰% رشد به نسبت میانگین باقی روزهای سال

پرفروش‌ترین فروشگاه پذیرنده وام دیجی‌پی



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

میزانی
در شعب حضوری

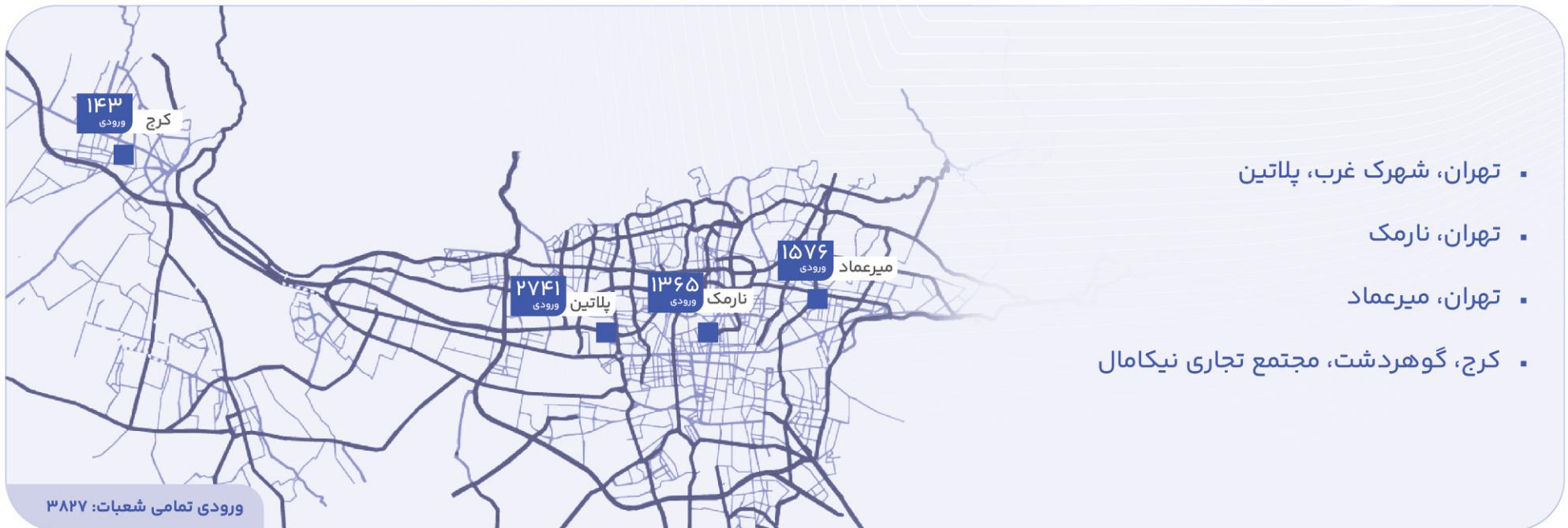


قرارمان، هرجا شما راحت ترید

بعضی از افراد به دلایل گوناگون از جمله ناآشنایی با فرایندهای آنلاین و عدم اعتماد به ارائه‌کنندگی 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 راهنمایان بیشتر است و احتمال بروز خطا در مراحل مختلف دریافت وام به شدت کاهش پیدا می‌کند. دیجی‌پی به عنوان ارائه‌کننده 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 موثرer با کاربران خود، شرایط دریافت اعتبار و وام را در جغرافیای گستردگتری 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 ثبت‌نام آنلاین

سهم مراجعه حضوری نسبت به ثبت‌نام آنلاین



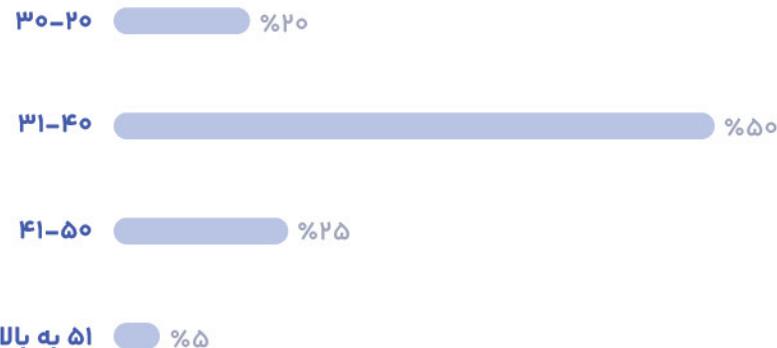
۱۴ % حضوری

۹۶ % آنلاین

به بیانی دیگر: یک درصد دریافت‌کنندگان وام، حضوری اقدام کردند؛ همین جمعیت، ۱۴٪ کل مبلغ وام‌ها را دریافت کردند.

مشخصات مراجعین شعب حضوری

نمودار پراکندگی سن کاربران وام



طبقه‌بندی جنسیتی مراجعین



جوان‌ترین مراجع ۱۸ سال

الآن بخر
بعدا پرداخت کن!

(BNPL) خرید اعتباری



زندگی مالی ساده‌تر می‌شود

سال گذشته سال بلوغ سرویس خرید اعتباری دیجی‌پی بود. سالی که به‌غیر 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 مبنی‌اپ 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.

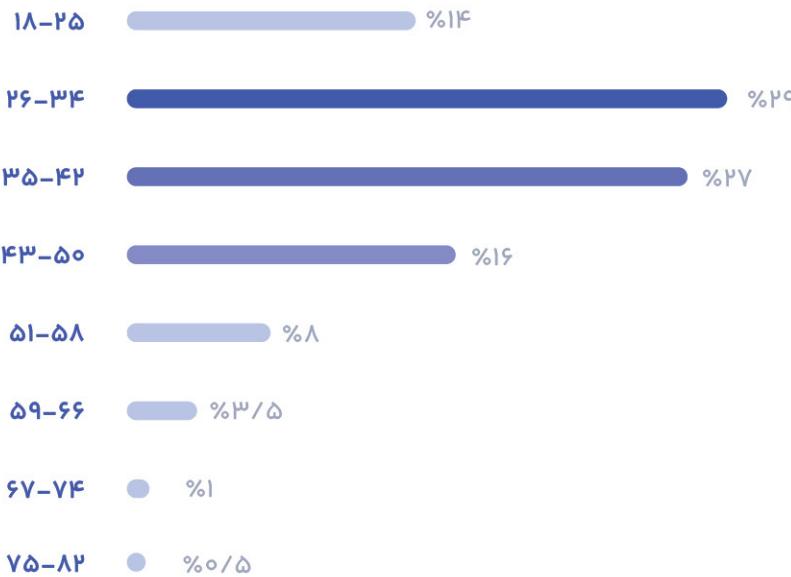
امیدواریم در سال آینده با تخصیص بیشتر اعتبار و بزرگ‌تر شدن جمعیت کاربران خرید اعتباری دیجی‌پی، نقش پررنگ‌تری در برآورده شدن روایها و ساده‌تر شدن زندگی مالی روزمره کاربرهایمان داشته باشیم.

رشد تخصیص و استفاده از اعتبار دیجیپی



طبقه‌بندی سنی کاربران خرید اعتباری

نمودار پراکندگی سن کاربران وام

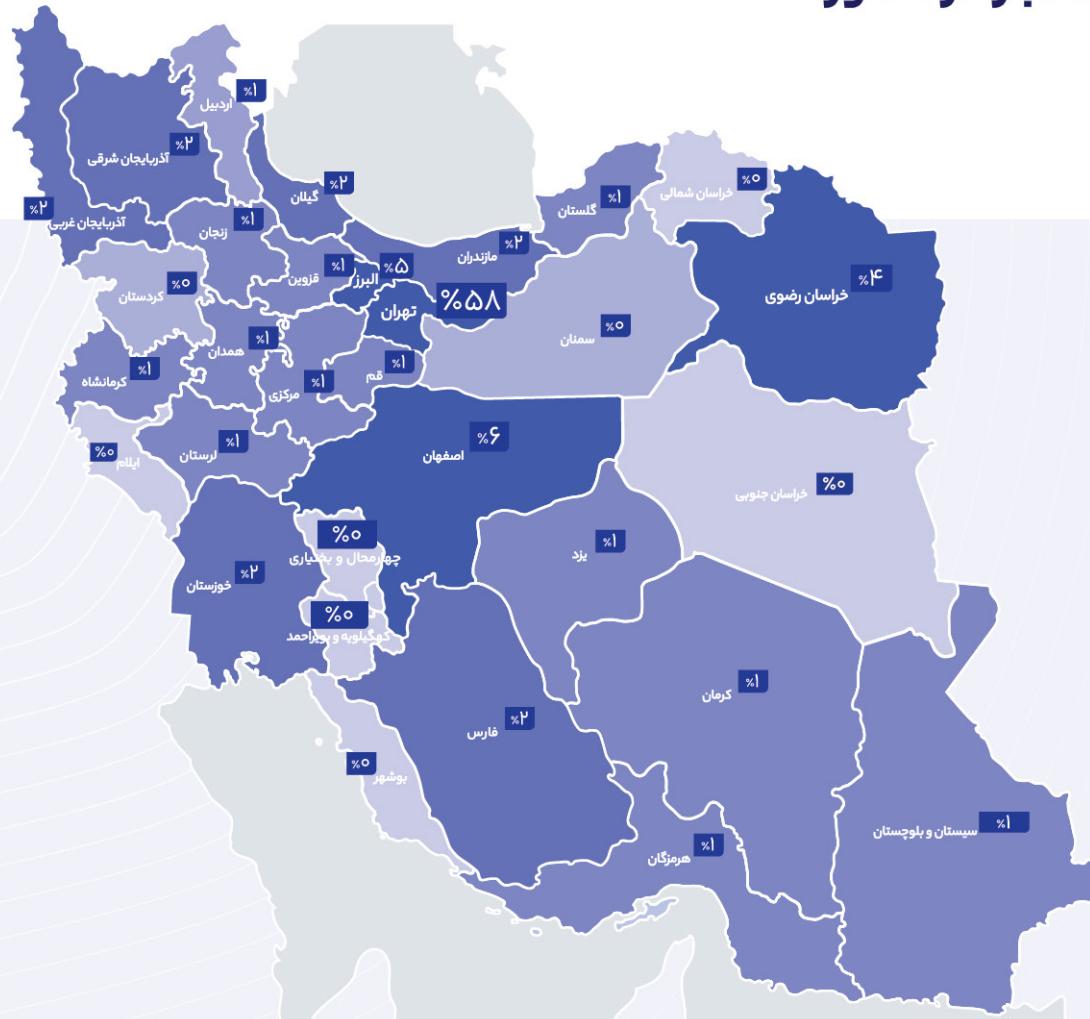


۱۴٪ از کاربران خرید اعتباری زیر ۳۵ سال سن دارند

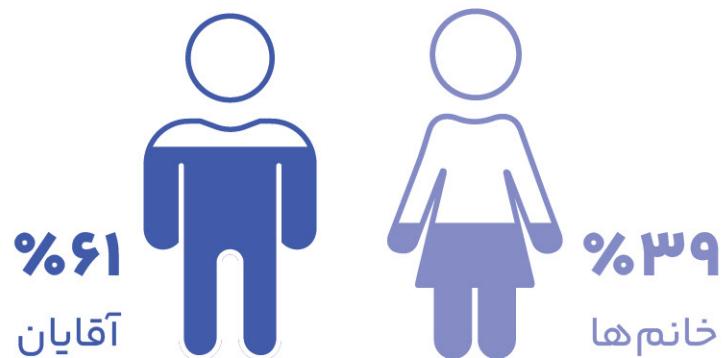
آفایان ۲۶ تا ۳۴ سال بیشتر از دیگران به خرید اعتباری
تمایل داشته‌اند

محبوبیت خرید اعتباری دیجی‌پی در بین
کاربران بالای ۱۳ سال ۱۴٪ افزایش داشته است

پراکندگی دریافت‌کنندگان اعتبار در کشور



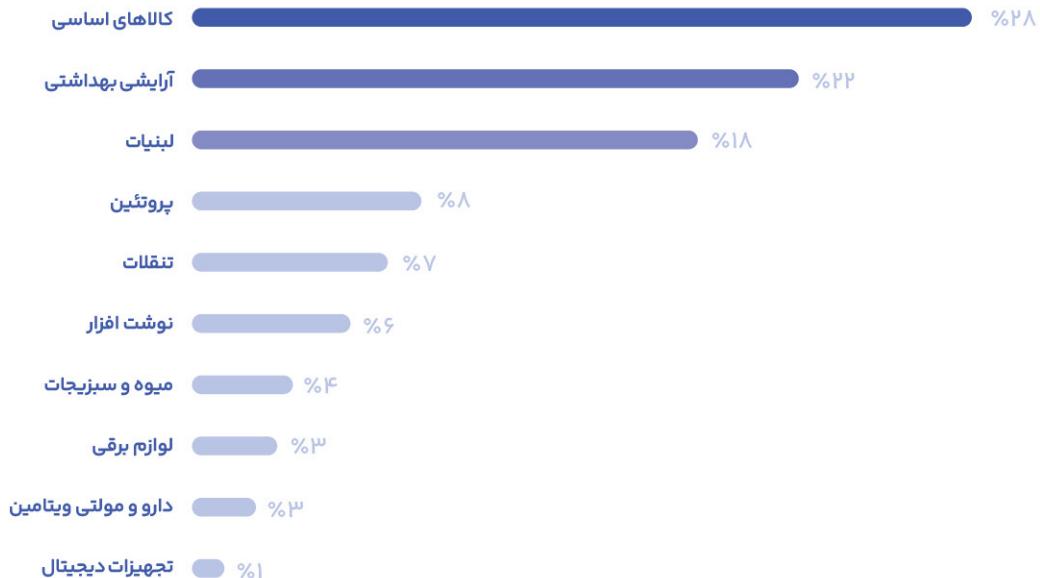
علی‌رغم پیش‌تازی آقایان در خرید اعتباری، تمایل خانم‌ها به استفاده از این سرویس **%۶۹** نسبت به سال گذشته افزایش داشته است.



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

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 T13
لبنیات	خامه صباح ۲۰۰ میلی لیتری
کالای اساسی	چیپس سیب زمینی با طعم نمک با تو 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 میلی لیتری
لبنیات	ماست موسیر پاک ۲ کیلوگرمی
لبنیات	پنیر تازه پاک ۴۰۰ گرمی



بیشترین خرید آقایان

خودکار فوق روان نانو آنتی باکتریال پنتر مدل Dr.Panter

۶۰ % کالاهای خریداری شده توسط آقایان از کالاهای اساسی هستند.

محبوب‌ترین کالای خرید اعتباری خانم‌ها

آرایشی و بهداشتی	پد آرایش پاک کن ایپک مدل ۱۰ بسته ۷۰ عددی
لبنیات	پنیر فتا دوشہ هزار ۴۰۰ گرمی
کالای اساسی	روغن سرخ کردنی غنچه ۹۰۰ میلی‌لیتری
آرایشی و بهداشتی	گوش پاک کن 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 همzedه سبو هزار ۱۸۰۰ گرمی
آرایشی و بهداشتی	فلوئید ضد آفتاب مای مدل Hyaluronic Acid ۵۰ میلی‌لیتری
لبنیات	خامه صباح 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



بیشترین خرید خانم‌ها

پد آرایش پاک کن ایپک مدل ۱۰ 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.

مشتاق‌ترین کاربر خرید اعتباری سال گذشته دیجی‌پی خانمی با

۱۸۱ خرید اعتباری به ارزش

۶۹۹,۵۸۵,۰۰۰ تومان

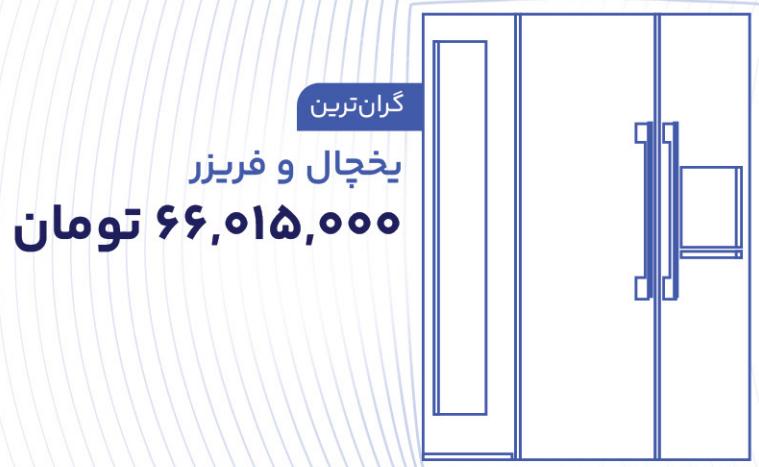
محبوب‌ترین کالاهای



- لوازم آرایشی
- مد و پوشاسک
- کتاب

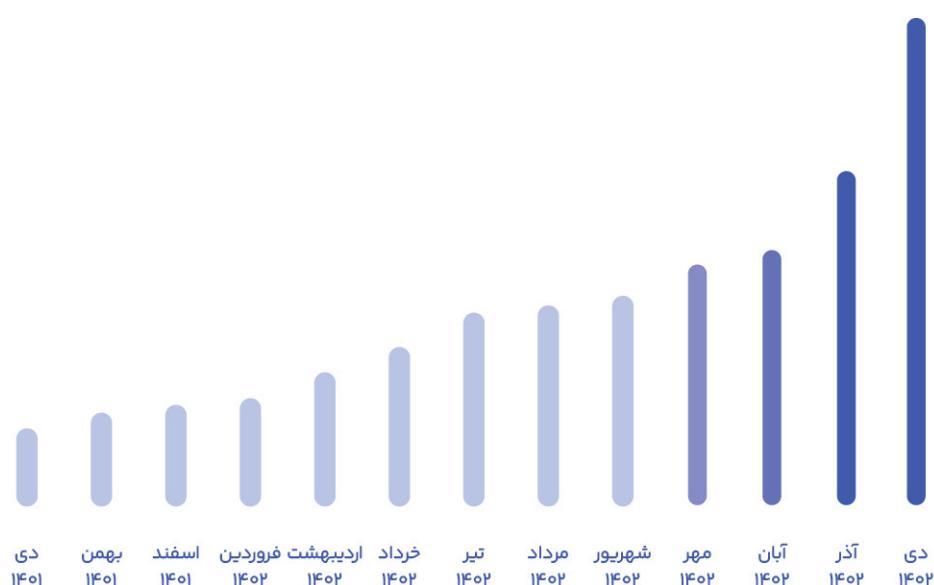
مشتاق‌ترین کاربر خرید اعتباری

ارزان‌ترین و گران‌ترین کالاهای خریداری شده



پرترکنش ترین ماه ها و روزهای خرید اعتباری

پرترکنش ترین ماه های سال

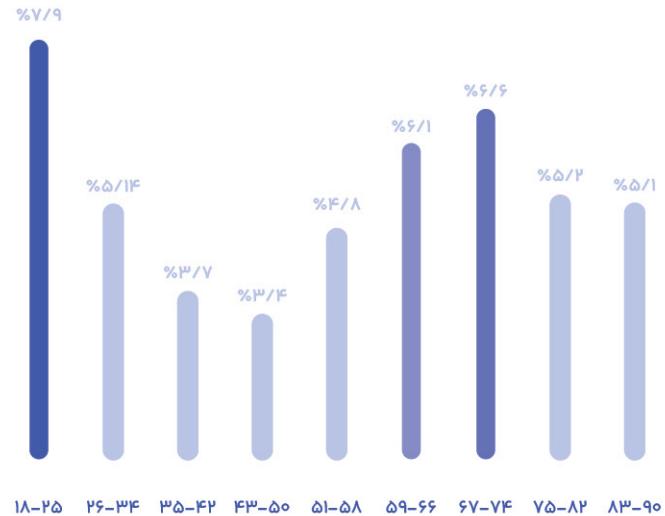


۵
۳
۱

پرترکنش ترین روزهای سرویس خرید اعتباری
در سال گذشته بودند.

رفتار بازپرداخت کاربران

عدم بازپرداخت



الگوی بازپرداخت کاربران خرید اعتباری



تعامل با فروشگاه‌های
پذیرنده‌ی معابر



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. قطعاً یکی از مزایای اضافه شدن پذیرنده‌گان 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 پوشاسک، سفر و گردشگری و کالای دیجیتال، به جمع پذیرنده‌گان خود اضافه کنیم. امیدواریم در سال آینده با ارتقای چشمگیر کمی و کیفی پذیرنده‌گان طیف گسترده‌تری از علایق کاربرانمان را پوشش دهیم و تجربه‌های خرید ماندگارترا برایشان بسازیم.

آشنایی با فروشگاه‌های پذیرنده‌ی دیجی‌پی

دیجی‌کالا



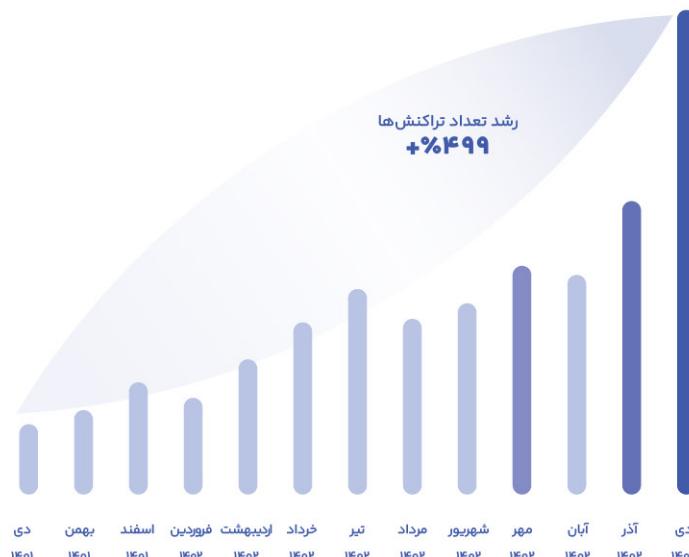
حوزه‌ی فعالیت پذیرنده‌ی دیجی‌پی

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:



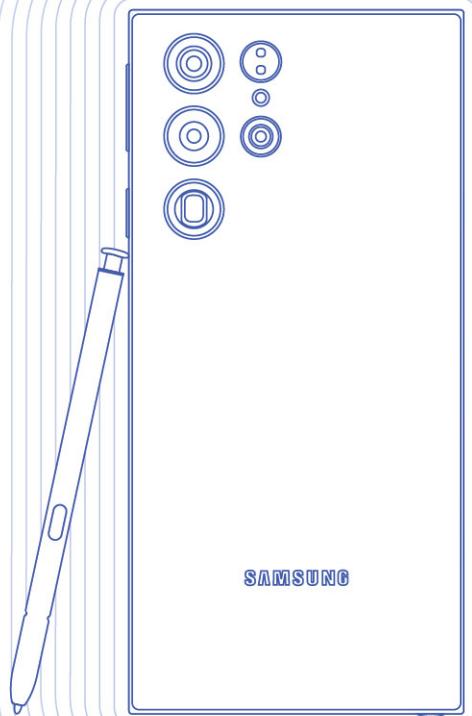
دیجیتال، مد و پوشاک

استان محل سکونت:

تهران



محبوب‌ترین کالای خریداری شده از پذیرندگان



گوشی موبایل
سامسونگ Ultra S22

بِيمَه
تجهيزات الكترونيك



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. علاوه‌بر 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

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

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





میانگین زمان جبران خسارت

۱۴۸ ساعت



بیشترین اعلام خسارت را شهرهای

تهران %۱۶

اصفهان %۵

همدان %۳,۱

ثبت کردند

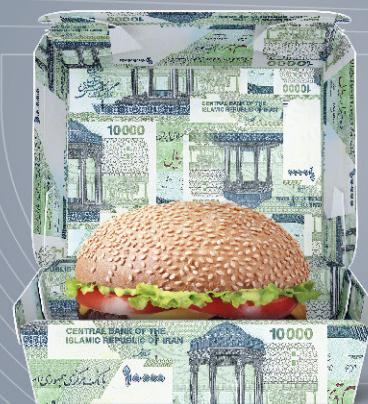


خدمات جبران خسارت در

۶۵ شهر

ارائه می‌شود

سوپر اپلیکیشن



برای اینکه به هیچ اپلیکیشن مالی نیاز نداشته باشید

سال گذشته سوپر اپلیکیشن 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 سوپر اپلیکیشن دیجی‌پی می‌اندازیم.

نگاهی به مهمترین تراکنش‌های پردازش شده در اپلیکیشن



مبلغ کل جرائم رانندگی پرداخت شده

+۱۳.۱ میلیارد تومان

+%۲۰۰ رشد

بیشترین پرداخت جرائم رانندگی توسط یک کاربر

۲۰,۱۶,۸۰۰ تومان

این کاربر به طور میانگین روزانه حدود
۶۰۰۰۰ تومان جریمه شده است.



مبلغ کل عوارضی‌های پرداخت شده

+۱۴.۸ میلیارد تومان



مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده

+۹.۹ همت

+%۵۰ رشد

مبلغ تراکنش‌های کارت به کارت

+۱۴.۲ همت



مبلغ بسته‌های اینترنت خریداری شده
۲۷ + میلیارد تومان



مبلغ شارژهای سیم‌کارت خریداری شده
۳۵ + میلیارد تومان



بیشترین تعداد تراکنش یک کاربر
۱۱۲ 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 کمک شده به خیریه‌ها
توسط یک کاربر (خیرترین کاربر دیجی‌پی)

۹۵,۳۳۱,۰۰۰ تومان



تعداد کل پلاک‌های وسایل نقلیه ثبت شده
۱۴۳۵۸۲ پلاک
برای بیش از ۶۰٪ از پلاک‌های ثبت شده
تراکنش موفق انجام شده است.

خدمات سازمانی



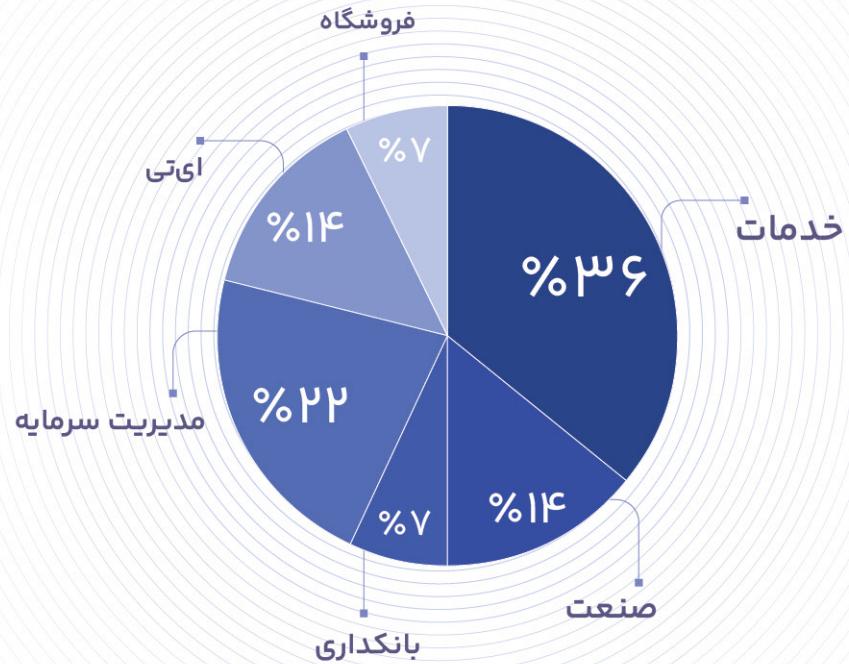
افزایش قدرت خرید و وفاداری کارکنان

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 مزايا، در زمان‌هایی از سال قدرت خرید پایین‌تری دارند. سازمان‌ها می‌توانند با دریافت این سرویس، علاوه‌بر 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 خردن است و عمده‌تا برای سبد‌های خرید کم‌هزینه‌تر کارکنان مصرف می‌شود.

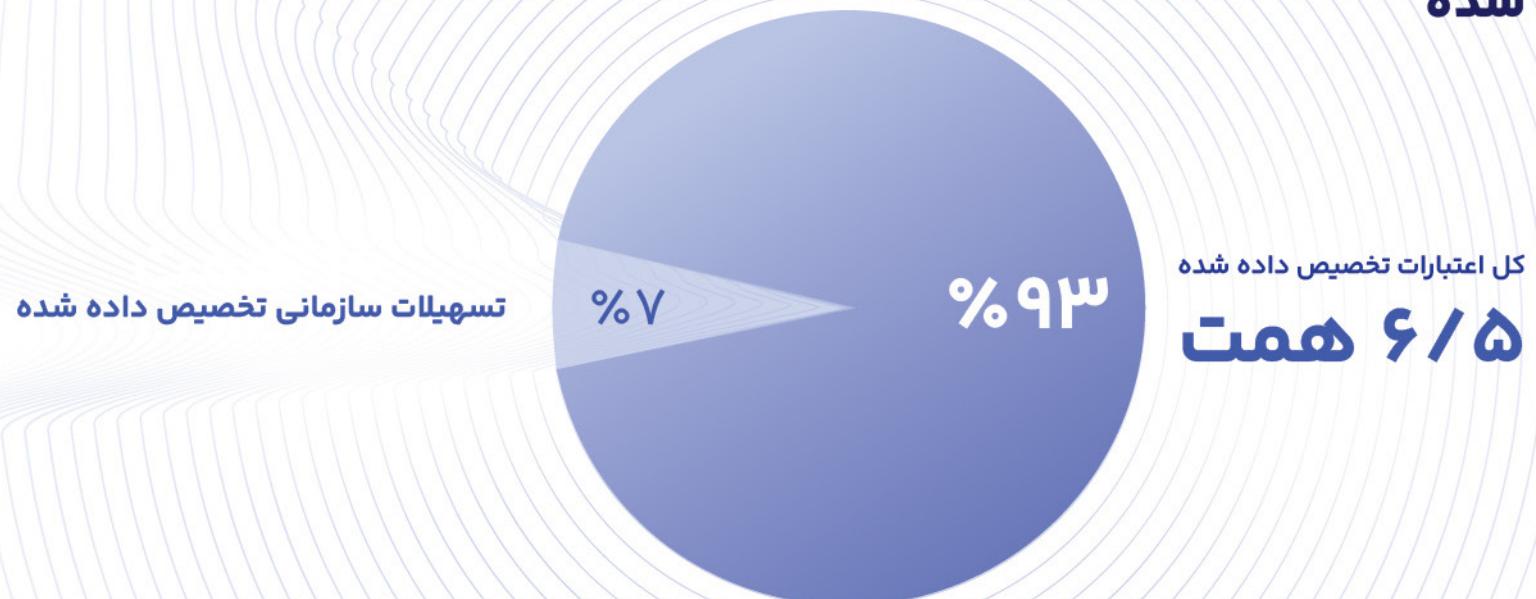
مهم‌ترین ویژگی‌های تسهیلات سازمانی

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



توزیع سازمان‌های استفاده‌کننده
از تسهیلات دیجیتالی در صنایع مختلف

سهم تسهیلات سازمانی از کل اعتبارات تخصیص داده شده





تامین مالی
زنگیره تامین

نقدینگی بیشتر، کسب و کار قوی‌تر

سرویس تسهیلات‌یاری فروشنده‌گان یا آن‌طور که ما در دیجی‌پی صدایش می‌کنیم «مرچنت کردیت»، از متولدین سال ۱۴۰۲ در دیجی‌پی است. در دنیای تجارت الکترونیک جایی که پلتفرم‌ها با تعداد زیادی از فروشنده‌گان در ارتباط‌اند، یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌ها سرعت گردش مالی و تسویه فاکتورهای فروش است. هر چه درآمد حاصل از فروش سریع‌تر به دست فروشنده‌گان برسد، سرمایه در گردش بیشتری در اختیار آن‌ها باشد، قدرت مالی تامین‌کنندگان کالا و خدمات و متعاقباً گستردگی و حجم فعالیت‌های آن‌ها افزایش پیدا می‌کند.

در قدم اول، با برآورد وضعیت اقتصادی دورانی که سپری می‌کنیم، محصولی را تحت عنوان «تسویه زودهنگام» طراحی کردیم تا فروشنده‌گان دیجی‌کالا سریع‌تر به درآمدشان دسترسی داشته باشند. فاز اول را با تامین مالی خودمان اجرایی کردیم و در سه‌ماهه‌ی 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 و نزوئلا و حالا از بانک خاورمیانه برای تامین مالی درخواست‌های تسویه‌زودهنگام پشتیبانی گرفتیم.

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



مبلغ کل اعتبارات اعطا شده
در تامین مالی زنجیره تامین

۵۵۰ + میلیارد تومان

تعداد درخواست‌های ثبت شده
برای تسویه زودهنگام



۱۵ هزار درخواست

پرداخت الکترونیک

درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی (UPG)

درگاه پرداخت یکپارچه دیجی‌پی راهکاری نوین با هدف بهبود فروش نقد و اقساط کسب‌وکارهای 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 دیجی‌کالا طراحی شد. بعدها با شناخت نیازهای بازار و کاربران، امکانات دیگری از جمله درگاه پرداخت اقساطی، درگاه پرداخت اعتباری، کیف‌پول اختصاصی و امکان بازگشت پول در دل این محصول گنجانده شد تا به یک راهکار یکپارچه پرداختی برای کسب‌وکارها تبدیل شود.

ویژگی‌های درگاه یکپارچه پرداخت

- پیاده سازی سریع و آسان با کمترین تغییرات رابط کاربری پذیرنده
- امکان شخصی‌سازی سرویس‌ها
- فعال کردن همزمان انواع روش‌های پرداخت
- تضمین کیفیت خدمات به پشتونهای شرکت‌های PSP برتر مانند به‌پرداخت، سپ و پارسیان
- امکان پرداخت اعتباری، اقساطی و پرداخت از کیف پول امن دیجی‌پی
- کاهش نرخ تراکنش‌های ناموفق و متعاقباً صرفه‌جویی 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 خلافی راحت‌تر استفاده کرد، تراکنش‌های کارت به کارت هم سریع‌تر و هم بدون کارمزد خواهد بود و از آنجایی‌که 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 کاربرمی‌تواند 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
- خرج پذیری 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

مبلغ کل تراکنش‌های موفق
برداشت از کیف پول به حساب بانکی

۱,۵ + همت

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

۱ + میلیون

تعداد تراکنش‌های موفق
واریز به کیف پول Cash-in

۱/۷ + میلیون

تعداد تراکنش‌های موفق
درگاه یکپارچه پرداخت

۵۰ + میلیون

تعداد کل تراکنش‌های موفق
کیف به کیف

۱۱۰ + هزار

مبلغ تراکنش‌های موفق کیف به کیف

۱۱ + میلیارد تومان

مبلغ تراکنش‌های موفق
واریز به کیف پول

۱/۶ + همت

مبلغ کل تراکنش‌های موفق
بر بستر کیف پول

۶ + همت

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 ساعت فعالیت خود،

توانست در پاسخگویی به نیازهای کاربران و مقاضیان 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

پرtraفیک‌ترین ساعات کار مرکز پشتیبانی



۱۶:۰۰ و ۱۱:۰۰

میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی



۹۰ ثانیه

۷۴ ثانیه کمتر از سال گذشته



۱ دقیقه

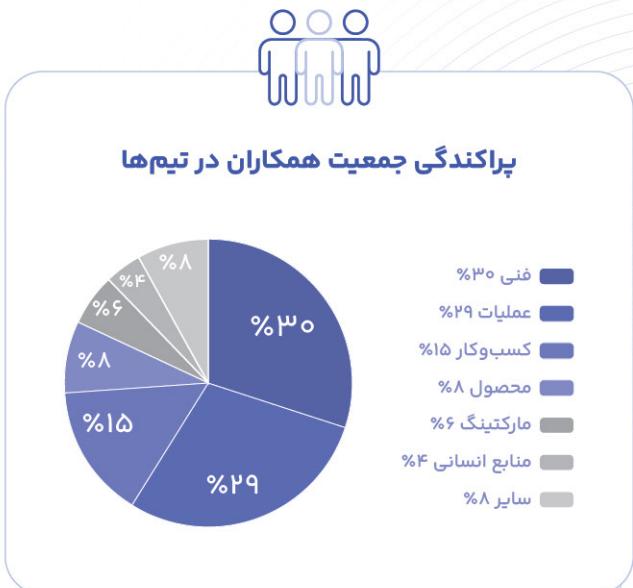
مدیریت
سرمایه‌های انسانی



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



فین‌تک
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 رسیک 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 زیرساخت‌آماده نبودند و حتی علی‌رغم تلاش کسب‌وکارهای فین‌تکی برای ساده‌سازی فرایندها و شمولیت مالی در سطح گستردگی، رگولاتوری با وضع برخی قوانین، پیچیدگی‌هایی به این صنعت اضافه کرده است که به‌نظر 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.

تلash برای فردا



راه دور و درازی در پیش داریم

صنعت فین‌تک 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 فین‌تک در جریان است را بومی‌سازی کنیم تا در کنار رفع نیازهای اقتصادی جامعه، از ترندهای جهان فین‌تک 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 استارت‌اپ‌های 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 ژرتو 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 بدنی، شخص ثالث و درمانی، مجموعه خدمات سرویس فناوری‌های بیمه دیجی‌پی را گستردگی‌تر 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 تشهی 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.



digipay

۱۴۰۱-۱۴۰۲